



CASE SPARTA ELEKTRISCHE FIETSEN

“De kijkers die we bereiken door te adverteren bij Ster sluiten bijzonder goed aan op de kopersgroep van de Sparta elektrische fietsen.”

Marco Kalden, Marketing Manager Sparta

Sparta richt zich met de campagne voor elektrische fietsen op de doelgroep 35+ AB. Zij hebben hun televisiecampagne bij Ster zowel in primetime als in non-primetime ingezet.

Doelstelling (voorafgaand aan inzet televisiecampagne)

- ▶ Merkenvoorkeur verhogen en bij kooporiëntatie uitgroeien tot de nummer 1 in de categorie elektrische fietsmerken.
- ▶ Websitebezoek verhogen.

Ingeschakelde media

- ▶ Televisie (Ster; zowel primetime als non-primetime)
- ▶ Google (Adwords)
- ▶ Huis-aan-huisfolders

Campagneperiode

De televisiecampagne is ingezet van april tot en met juli 2011 en in september 2011. Het product wordt met name in deze periode aangeschaft vanwege de weersomstandigheden. Door de televisiecampagne heeft Sparta geprobeerd de hele periode top of mind te blijven, zodat als een consument op zoek ging naar een elektrische fiets, Sparta als eerste merk naar boven zou komen.

Invulling campagne

Sparta heeft er, gezien de doelgroep 35+ AB, voor gekozen om het televisiebudget voor 50% in primetime in te zetten en voor 50% in non-primetime. De televisie-spot had een normale spotlengte, namelijk 30” plus een tag on van 5” om de actie te communiceren.

Televisiecommercial Sparta getest met Ster AdMeasure

AdMeasure is een uniek onderzoeksinstrument van Ster dat effectiviteit van commercials op televisie, radio en internet meet. AdMeasure meet bij de inkoopdoelgroep de kwaliteit van de commercial, gerelateerd aan communicatiedoelstellingen. Daarvoor wordt gekeken welke aspecten van de commercial, bijvoorbeeld duidelijkheid, originaliteit en relevantie, van invloed zijn op de doelstellingen.

Sparta heeft de televisiecommercial voor de elektrische fiets getest met AdMeasure. Hieruit blijkt dat de commercial op een aantal aspecten beter scoort dan commercials in de totale branche:

UITSPRAAK	SPARTA (% MEE EENS)	BRANCHE (% MEE EENS)
Deze commercial spreekt me aan	34%	23%
Deze commercial geeft me een goed gevoel	36%	18%
Ik vind het leuk om naar deze commercial te kijken	34%	28%
Deze commercial zet mij aan om meer informatie op te zoeken/aan te vragen over elektrische fietsen van Sparta	15%	8%
Je bent deze commercial snel weer vergeten	28%	39%
Deze commercial is vervelend	9%	15%

Resultaat (na afloop van de televisiecampagne)

- ▶ Sparta is in drie jaar tijd van nummer 3 naar nummer 1 gestegen in de categorie elektrische fietsen door het claimen van deze categorie (17% in 2009, 22% in 2010 en 34% in 2011).
- ▶ Stijging websitebezoek van 700.000 in 2009 naar 1.000.000 in 2010 en naar ruim 1.200.000 in 2011.

“Dankzij Ster heeft Sparta in haar verkoopseizoen een belangrijke merkenvoorkeur weten te creëren en de nummer 1-positie in de categorie elektrische fietsen naar haar toe weten te trekken.”

Marco Kalden, Marketing Manager Sparta

Meer informatie over adverteren bij Ster? www.ster.nl

