

Eker Daunen

Pubblicità su SRF siete sulla strada giusta

Admeira AdPanel Case 2023

**AD
MEIRA**



**Eker Daunen Manufaktur mirava ad aumentare
significativamente la propria notorietà come
nuovo marchio.**



Admeira ha supportato
Eker Daunen Manufaktur
nella ricerca con lo
strumento AdPanel
in CH-D.

Tra le altre cose, sono
state determinate la
simpatia e la notorietà
del marchio.

Pre-test
Settimana 18
2023

Post-test
Settimana 50
2023

Strategia

**Mezzo pubblicitario n. 1 tra il
pre e il post-test:
TV SRF: OTT. - DIC. 2023**

**AD
MEIRA**



La notorietà e la popolarità sono aumentate in modo significativo

Domanda: Quanto vi piacciono i seguenti marchi o aziende?

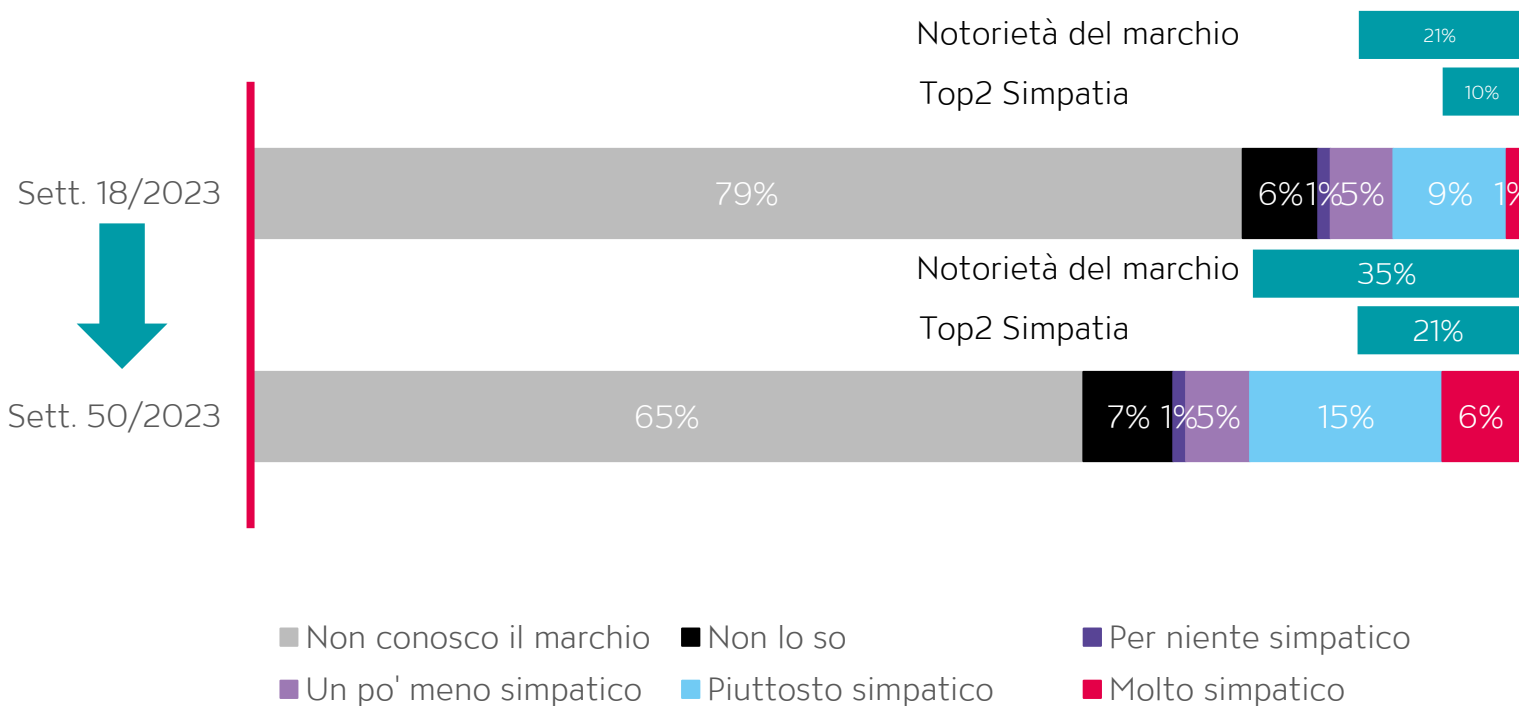


La campagna è stata un successo completo: rispetto al pre-test della 18a settimana, la consapevolezza e il favore sono aumentati in modo significativo:

Consapevolezza: +67% (14 punti percentuali)

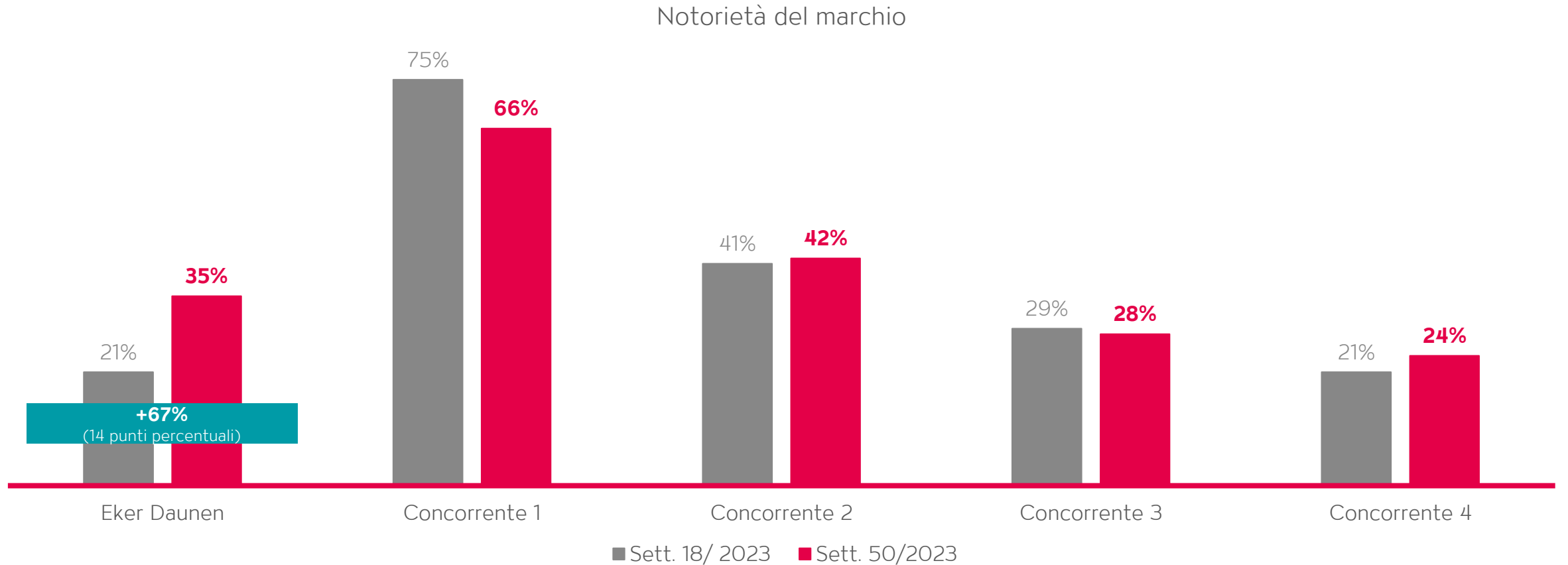
Simpatia: +110% (11 punti percentuali)

Notorietà del marchio/simpatia del marchio Eker Daunen



Fonte: Admeira, AdPanel, settimana 18 & 50/2023, GfK Svizzera

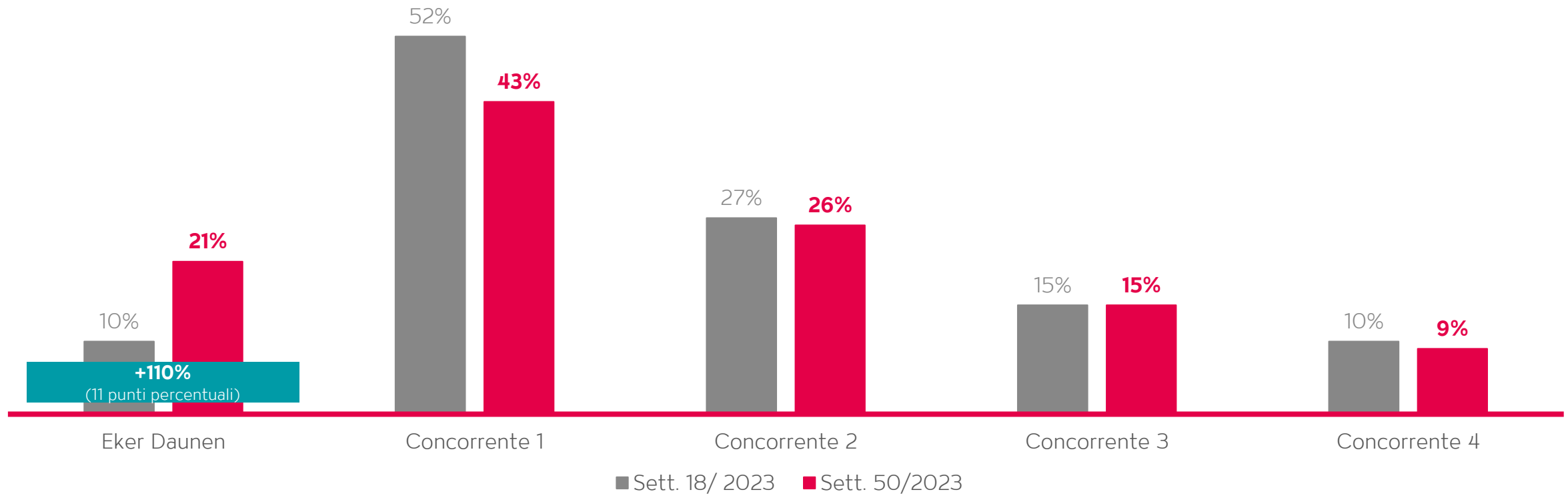
Eker Daunen sale al 3° posto in termini di popolarità



Fonte: Admeira, AdPanel, settimana 18 & 50/2023, GfK Svizzera

Anche per quanto riguarda la popolarità: Eker Daunen è ora al 3 posto

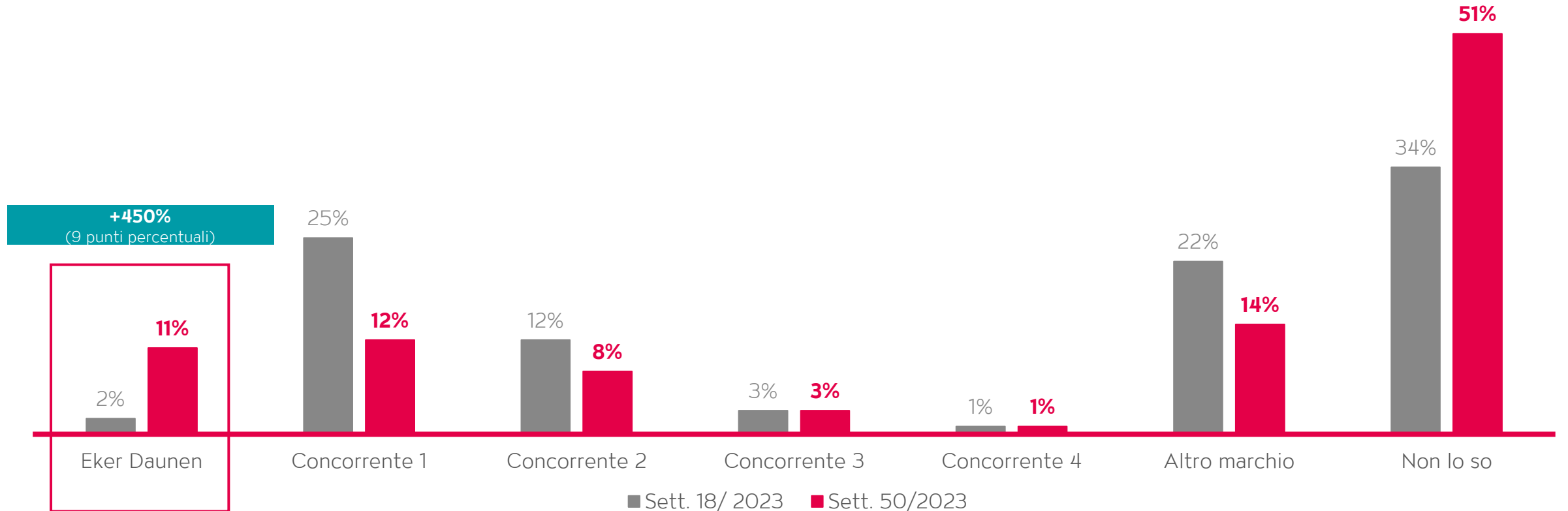
Simpatia del marchio, TOP2 (piuttosto simpatico/molto simpatico)



Fonte: Admeira, AdPanel, settimana 18 & 50/2023, GfK Svizzera

Il salto più evidente nella preferenza del marchio

Domanda: Se dovesse scegliere uno dei seguenti marchi, quale sceglierebbe?

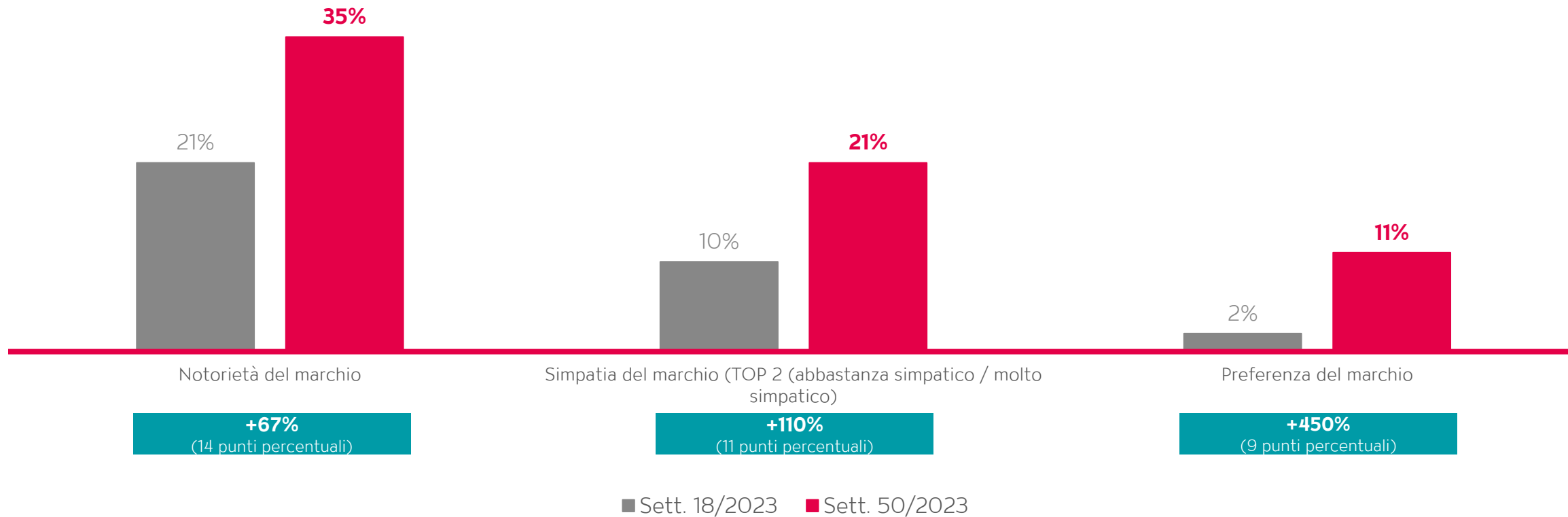


Fonte: Admeira, AdPanel, settimana 18 & 50/2023, GfK Svizzera

Tra il pre-test e il post-test, il nostro cliente è riuscito ad aumentare significativamente la consapevolezza, la simpatia e la preferenza per il marchio nel suo segmento.

Questo dato colloca Eker Daunen al 3° posto rispetto ai suoi concorrenti in tutti e 3 i KPI.

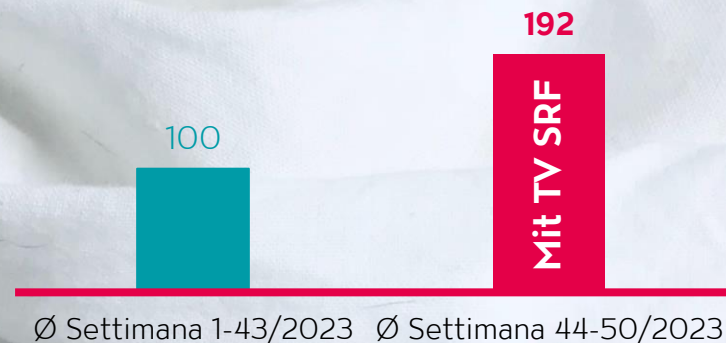
Eker Daunen aumenta significativamente i KPI del marchio



Fonte: Admeira, AdPanel, settimana 18 & 50/2023, GfK Svizzera

Lasciando il meglio per ultimo...

Ø Vendite medie settimanali
indicizzate online e in negozio



Le vendite medie settimanali aumentano significativamente durante la campagna televisiva sulla SRF.

Profilo dello studio

Tipo di ricerca: Sondaggio attraverso l'AdPanel di Admeira nel GfK Online Bus.

Universo: popolazione online della Svizzera tedesca di età compresa tra i 15 e i 74 anni nel gruppo di utenti online (utilizzo: più volte al giorno, tutti i giorni o quasi, più volte alla settimana, circa una volta alla settimana o meno di una volta alla settimana)

Procedura di campionamento: Popolazione rappresentativa in base alle caratteristiche socio-demografiche, procedura di quota casuale

Quote: Genere, età (3 gruppi), aree WEMF (3 gruppi)

Ponderazione: i dati sono stati ponderati secondo i seguenti criteri: Sesso x età (4 gruppi), occupazione (4 gruppi), formazione scolastica (2 gruppi), Super WG (7 gruppi nella Svizzera tedesca), tipo di insediamento (2 gruppi). La ponderazione adatta in modo ottimale i dati alle strutture della popolazione.

Campione: Interviste in CH-D: Settimana 18/2023: n=760 Settimana 50/2023: 757

Periodo di indagine: Settimana 18: 04.05.2023 - 09.05.2023 / Settimana 50: 14.12.2023 – 19.12.2023

Istituto che ha condotto l'indagine: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Gracie.

Per ulteriori informazioni, contattateci.

Samuel Fahrni
Research Specialist
E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch
Telefono: 058 909 97 23

Yvonne Rüegg
Research Specialist
E-Mail: yvonne.rueegg@admeira.ch
Telefono: 058 909 93 42

Volete essere
sempre aggiornati?
Allora **iscrivetevi** alla
nostra newsletter!

Registratevi ora!

