

XPENG rammer plet med at være relevante

Elbilsmarkedet er i den grad i vækst – og XPENGs display kampagne skaber interesse og opmærksomhed

Situation

XPENG havde et behov for at øge kendskabet, samt sætte fokus på deres to modeller G9 og P7, som var blevet lanceret tidligere på året i Danmark.

Løsning

4 ugers kampagne cross device på både interscroll, wallpaper og standard display.

Kampagnetest er udført af Norstat i deres panel blandt eksponerede for kampagnen samt en kontrolgruppe af ikke-eksponerede.





Vi oplever på det danske marked en massiv interesse i elbiler og XPENG er ingen undtagelse.

På det danske marked har XPENG behov for at øge kendskabet – og til det er Ekstra Bladet oplagte med deres brede dækning.

Effekten af kampagnen overrasker positivt, vi har fået positioneret os som relevante, interessante – og nogle der i høj grad skal med i overvejelserne når det kommer til elbiler.

*Joachim Vishart Hummel-Gryholm,
marketingchef hos XPENG*

Kendskabet.

18% kender nu XPENG – blandt dem der husker den konkrete kampagne er det 37%

Relevant.

41% af dem der kan huske kampagnen, finder budskabet **relevant**

Adfærd.

12% svarer direkte at XPENG vil være med når der skal **overvejes** elbil

