

Telias kampagne trænger igennem

– vores brugere kan i høj grad genkalde sig kampagnen

Situation

Telia er i gang med en re-positionering, der har til formål at kommunikere ”til jeres måde at leve på”, i den forbindelse har de behov for at komme bredt ud til danskerne

Metode

Dækning og dominans på desktop, tablet og mobil over 1 uge
Der er indsamlet 771 eksponerede i analysen

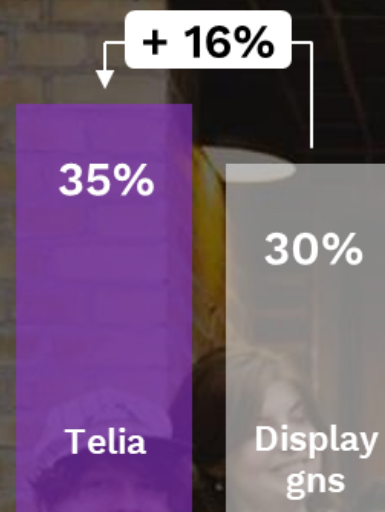
Testimonial

Hos Telia har vi løsninger til alle familier – både inden for mobil, internet, TV & streaming.

Og netop dette branding budskab kombineret med taktisk kommunikation af et produkt, har vi brug for at kommunikere bredt via digitale platforme. De store high impact formater på ekstrabladet.dk giver os mulighed for netop dette og i en kontekst, som vi kan styre og som sikrer vores brand.

Vi er meget positive over resultaterne af testen, og målingerne viser tydeligt at det har været en succes.

– Camilla Bagger, Marketing Project Manager
Telia Company



Kampagnen skaber mere
opmærksomhed
end display typisk viser

