

Synoptik sætter fokus på øjet – og sikrer flere danskere får tjekket øjnene

Situation

Synoptik havde et ønske om at oplyse danskerne om øjet og øge fokus på vigtigheden af synet. Formål var både at oplyse og dermed kommunikere Synoptiks værdier

Løsning

En native premium artikelserie bredt på ekstrabladet.dk over et halvt år
Pre- og postmåling er indsamlet bredt på ekstrabladet.dk

Testimonial

Vores formål var at sikre vores kliniske ekspert position og fokus på øjensundheden hos danskerne kom bredt ud – og til det var native konceptet ideelt som primær platform. Både den kreative proces og projektstyring har forløbet meget positivt – artiklerne begejstrede os og derfor er det dejligt at se resultaterne også følger med og netop bekræfter os i denne store satsning.

- Poul O. Kuhberg, Marketingchef, Synoptik A/S



Kampagnen medførte at:

+5%

vil nu få foretaget en synstest

+33%

fik en mere positiv opfattelse af Synoptik

+51%

vil vælge Synoptik til briller/linser



Udpluk af artikler

