

TV creëert impact voor een nieuw merk

Grote impact op alle merk kpi's

De TV-campagne van Snuggs heeft geleid tot een significante stijging op:

- Merkbekendheid (Top of Mind -index 186, Spontane - index 221, Geholpen - index 194)
- Reclamebekendheid (Top of Mind -index 250, Spontane - index 260, Geholpen - index 276)
- Merkoverweging en –voorkeur (resp. index 232 en index 219)
- Aankoopintentie (index 185)

Sterk effect op imago zichtbaar

- Snuggs scoort 14% hoger op **gebruiksgemak** en 20% hoger op **stressvermindering** onder mensen die contact hebben gehad met de campagne

Goede beoordeling creatie campagne

- De creatie van de campagne wordt zeer positief beoordeeld op **brandfit** en **duidelijke boodschap**.
- De uitingen worden beoordeeld met een 7,1 gemiddeld. Dat is hoger dan benchmark

Het nieuwe merk Snuggs (menstruatie-ondergoed) heeft onlangs hun allereerste TV-campagne gelanceerd. (1 augustus t/m 7 september - 480 GRP's)

Uit de resultaten van het effectonderzoek blijkt dat TV veel impact heeft gecreëerd voor Snuggs.

