

VIDSTE DU AT?

Facts omkring reklameartikler og modtagerne af dem.



REKLAMEKANALER

KANAL

UDSENDELSER

ONLINE

MOBIL & TABLET

TRYK

REKLAMEARTIKLER

REKLAMETYPE

TV, Video, Radio, Biograf, Product Placement

Internet, E-mail, Sociale Medier

Beskeder, Apps, In-app Reklamer

Aviser, Magasiner, Breve

Firmagaver, Reklameartikler

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

71%

bliver glade for at modtage en
reklamegave med logo.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

9 UD 10
AF

husker det firma de modtager gaven fra.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

Langhoff Promotion A/S - Edisonvej 1, DK-7100 Vejle
(+45) 7572 4555 - info@langhoff.dk - www.langhoff.dk

VIDSTE DU AT?

82%

af modtagerne får en mere positiv indstilling overfor firmaet.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

83%

ønsker at lave forretning med virksomheden efterfølgende.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

89%

har modtaget én eller flere reklamegaver indenfor de sidste 6 måneder.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

81%

beholder artiklen til eget brug.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

50%

af alle personer har enten en artikel på sig, eller bruger en aktivt.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

85%

foretrækker funktionaliteten
og har stort fokus på denne.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

20%

af potentielle modtagere, ønsker **ikke**
at modtage en reklameartikel.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

VIDSTE DU AT?

7%

markedsandel af den samlede reklamemængde.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

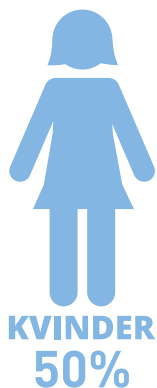
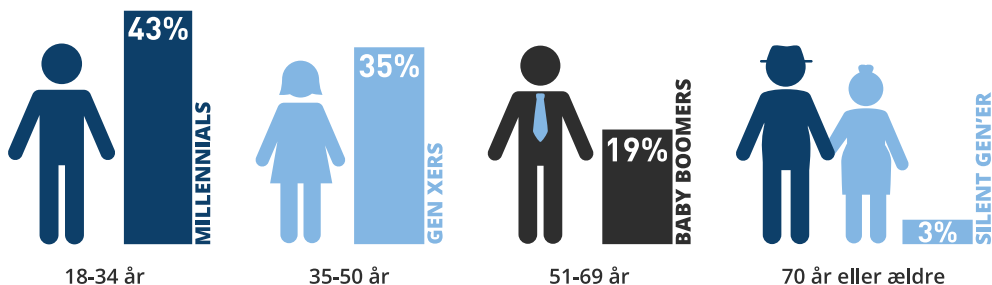
VIDSTE DU AT?

#1

reklameartikler er det mest effektive reklameinstrument blandt forespurgte respondenter.

Kilde: Promotional Products Association International. PPAI Research™

HVEM DELTOG?



Kilde: Promotional Products Association International, PPAI Research™

RRRRR-REKLAMER

REACH

Ønsket reklameeffekt overfor modtageren.

RECALL

Ønsket genkendelseeffekt af sit brand.

RESONNANCE

Ønsket positiv oplevelse af sit brand.

REACTION

Ønsket påvirkning af modtagerens købsadfærd.

RELATIVITY

Ønsket reklameeffekt hos modtageren sammenlignet med andre reklameindsatser.

Kilde: Promotional Products Association International, PPAI Research™

