



Presenterer

Det er en kunst å formidle fakta.

Vi har her forsøkt å samle noen fakta om postkassen og hvorfor DM fortsatt har livets rett.

KUNSTEN Å
FORMIDLE FAKTA

Folk er i langt større grad på utkikk etter gode tilbud

Høsten 2022 opplevde vi høye strømpriser, økende renter og økende priser på de aller fleste varer. Krigen i Ukraina bidro også sterkt til usikkerhet om utviklingen ut året og inn i 2023.

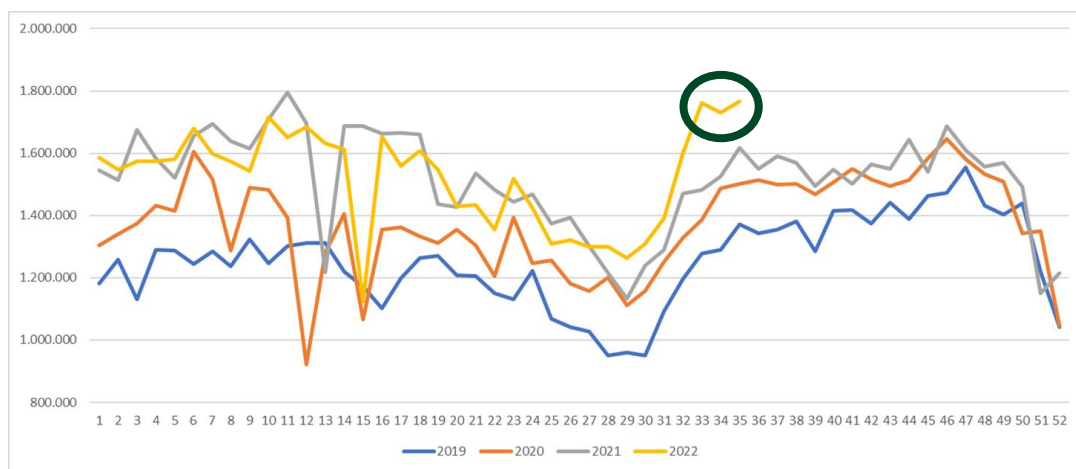
Vi i Bring var nysgjerrige på hvordan dette slo ut blant folk flest. Mange forbinder reklame i postkassen med gode tilbud og vi hadde derfor en fornemmelse om at dette ville gjøre vår kanal mer attraktiv blant folk. For å få svar gjennomførte vi i august 2022 en undersøkelse i samarbeid med Norstat for å kartlegge dette.

Resultatene bekreftet våre antakelser – folk er i større grad ute etter gode tilbud og kundeaviser samt appene Mattilbud og eTilbudsavis blir flittig brukt.

Her får du også mer detaljer om postkassen som reklamekanal, folks forhold til postkassen og hvilke effekter DM kan gi. Innholdet er ikke utfyllende, men ment som noen små drypp. Ønsker du mer informasjon setter vi stor pris på om du tar kontakt med byråteamet i Bring;

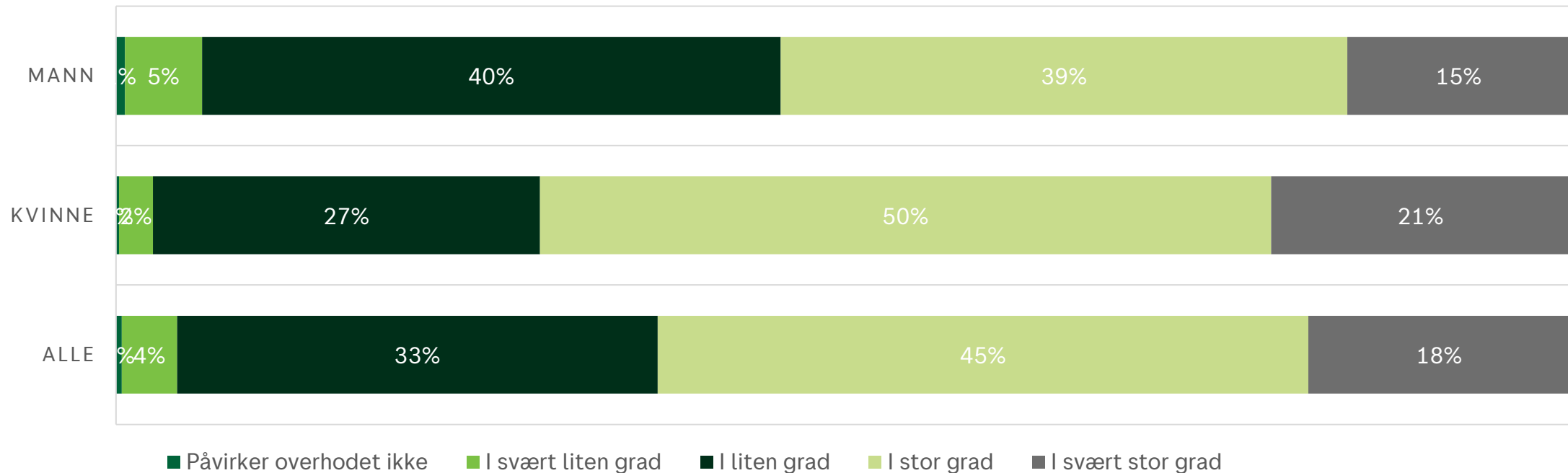
- Gunn Anita Bendixsen, gunnanita.bendixsen@bring.com
- Kari-Mette Gjertsen, kari-mette.gjertsen@bring.com
- Børre Jensen, borre.jensen@bring.com

Appene Mattilbud og eTilbudsavis, en digital versjon av kundeavisene i postkassene, har en kraftig økning i bruk – både daglig og ukentlig



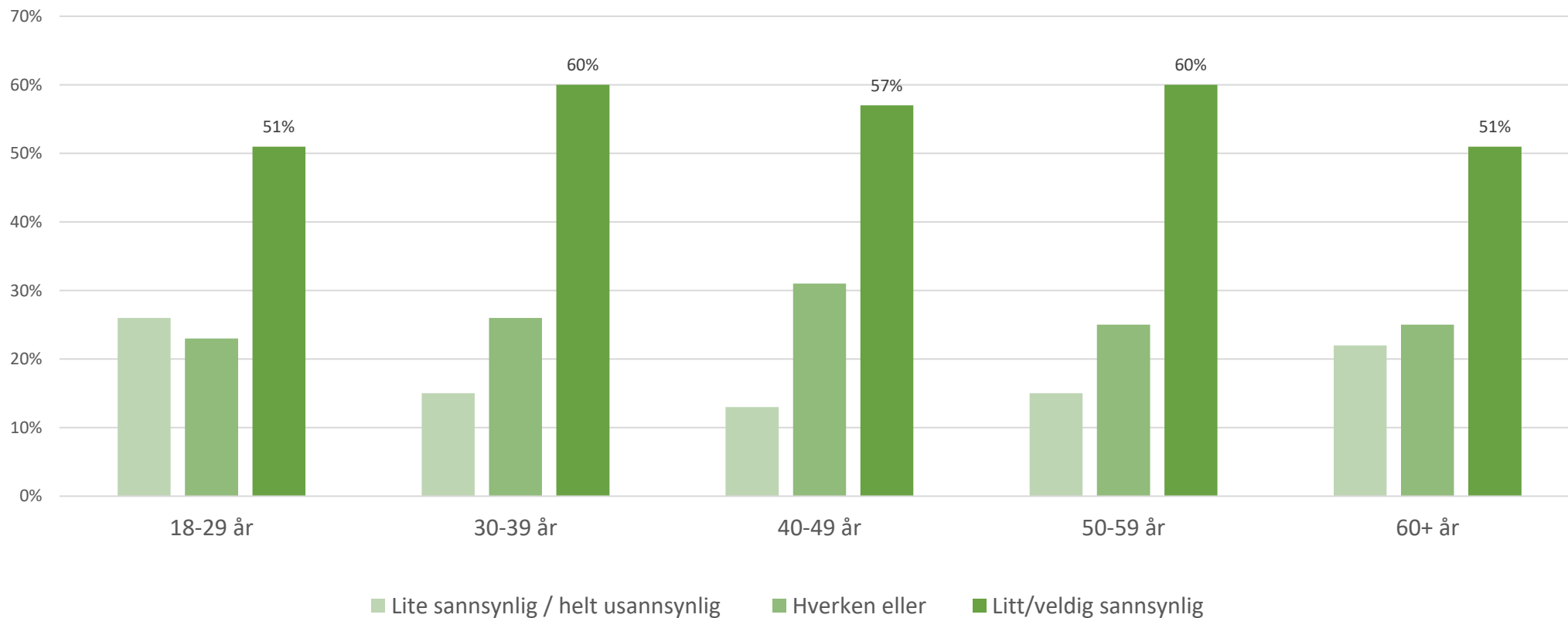
2 av 3 nordmenns privatøkonomi blir i stor grad påvirket av at alt blir dyrere

Strøm, drivstoff, dagligvarer og en rekke andre varer har blitt dyrere. I tillegg har utlånsrentene økt. I hvilken grad vil dette påvirke din økonomi?



Prisøkningen gjør at over halvparten av oss i større grad vil vurdere tilbud fremover

Med bakgrunn i økte priser; hvor sannsynlig er det at du kommer til å bruke mer tid på å vurdere tilbudene som kommer via kundeaviser i postkassen eller som reklamebilag i avisen?



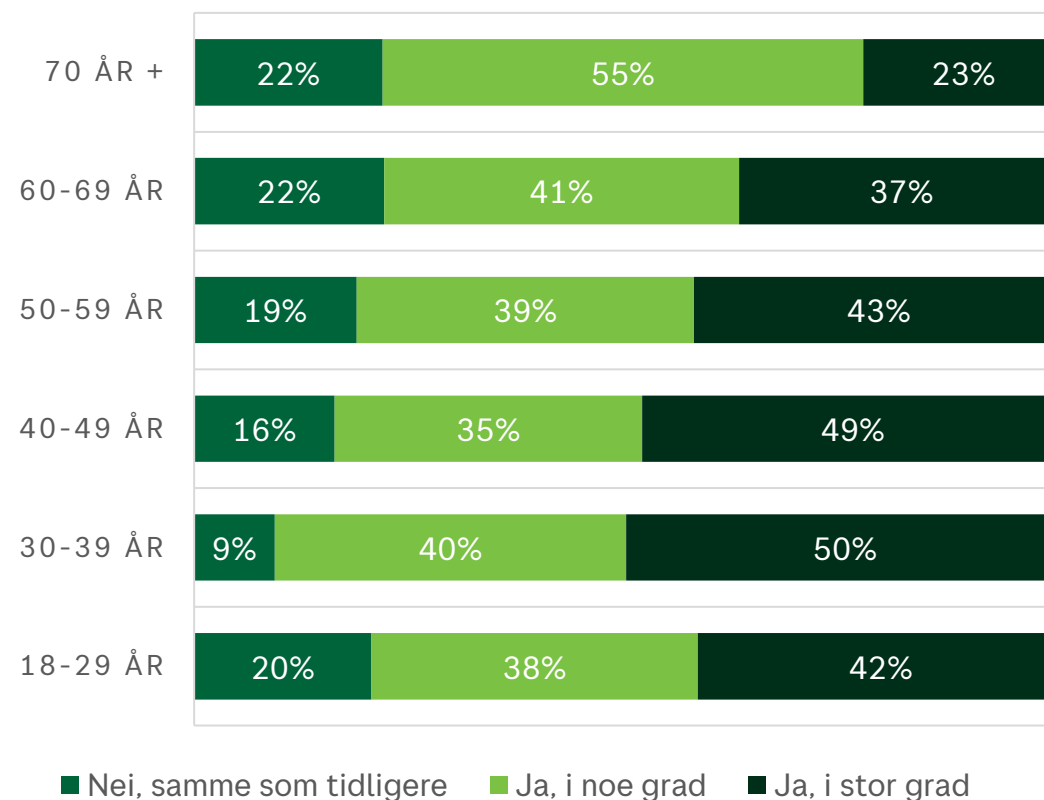
8 av 10 vil i større grad vil se etter gode tilbud innen dagligvarer

I hvilken grad er du enig, eller uenig i følgende; jeg vil i større grad se etter gode tilbud innen dagligvarer i tiden som kommer.

Samme spørsmål er stilt for bransjene

- ❖ Møbler & Interiør
- ❖ Elektriske artikler
- ❖ Byggevarer og Verktøy
- ❖ Sports- og fritidsutstyr

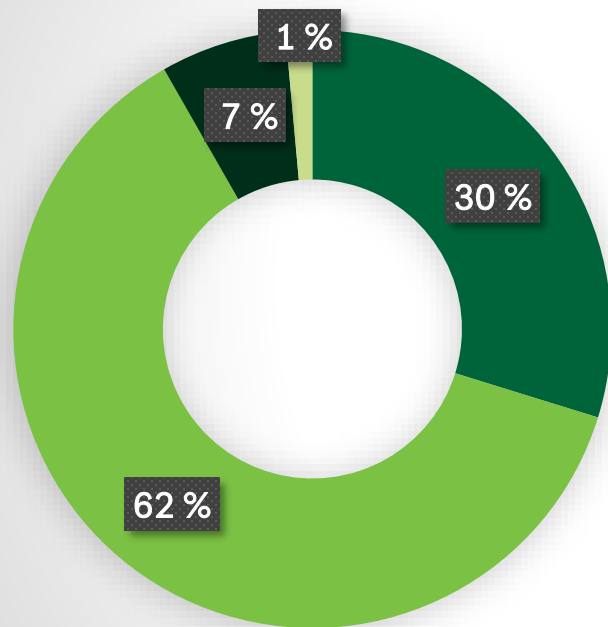
og trenden er tilsvarende som for dagligvarer



6 av 10 leser
uadressert reklame de
får i postkassen for å
finne gode tilbud.

9 av 10 går gjennom reklamen i postkassen eller sorterer ut det som er interessant

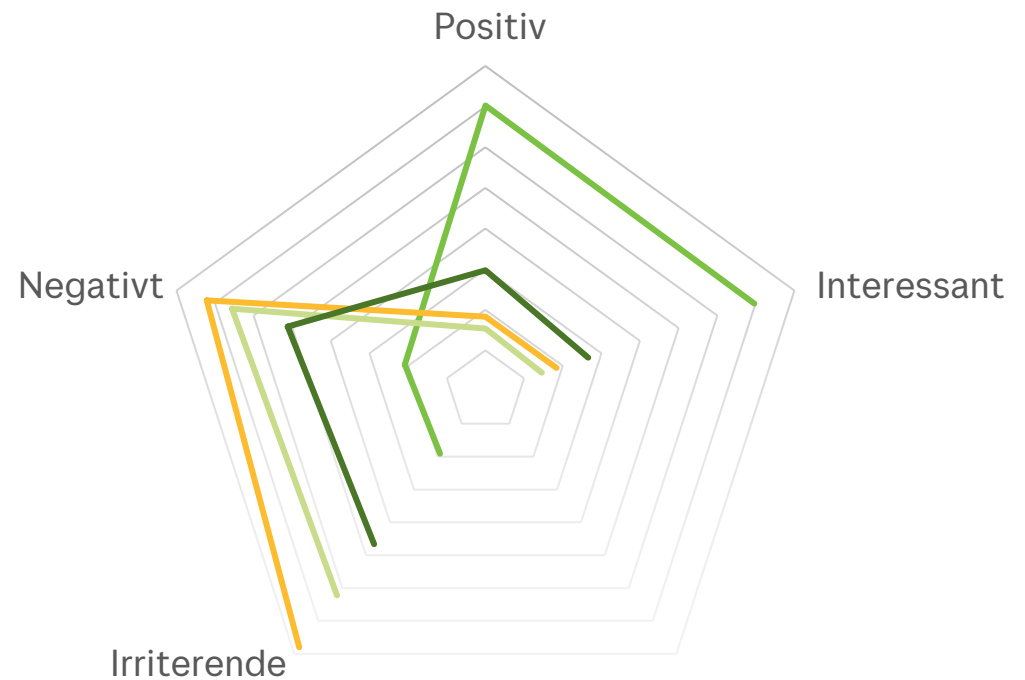
Hvilket alternativ passer best for deg når det gjelder reklame og informasjon du får i postkassen?



- Jeg går gjennom det meste av reklamen og informasjonen som har kommet
- Jeg sorterer ut det som jeg er interessert i, og kaster det andre
- Jeg kaster all reklamen og informasjonen uten å se på det
- Vet ikke



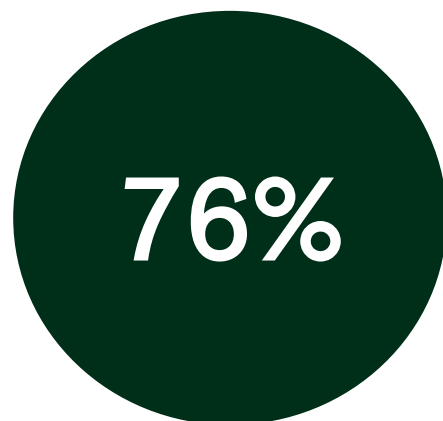
Folk er positive til reklame i postkassen og finner den interessant



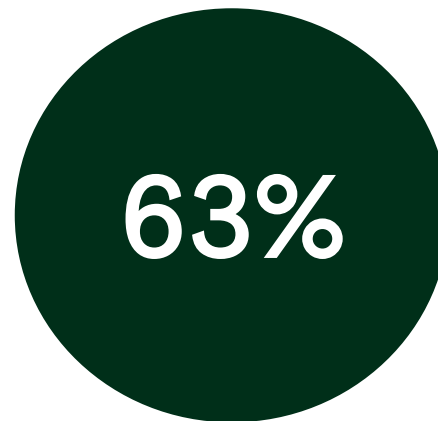
— Reklame i postkassen
— Reklame på TV

— Reklame på Facebook
— Reklame på nettaviser

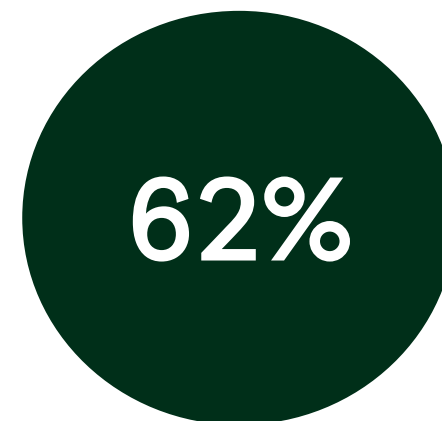
Reklame i postkassen gir effekt



TAR INN REKLAMEN SOM
LIGGER I POSTKASSEN



LESER DET MESTE AV
REKLAMEN DE FÅR I
POSTKASSEN



KJØPER AV OG TIL NOE
PÅ BAKGRUNN AV
REKLAME DE FÅR I
POSTKASSEN

1 million
husstander i Norge ønsker
uadressert reklame i
postkassen.

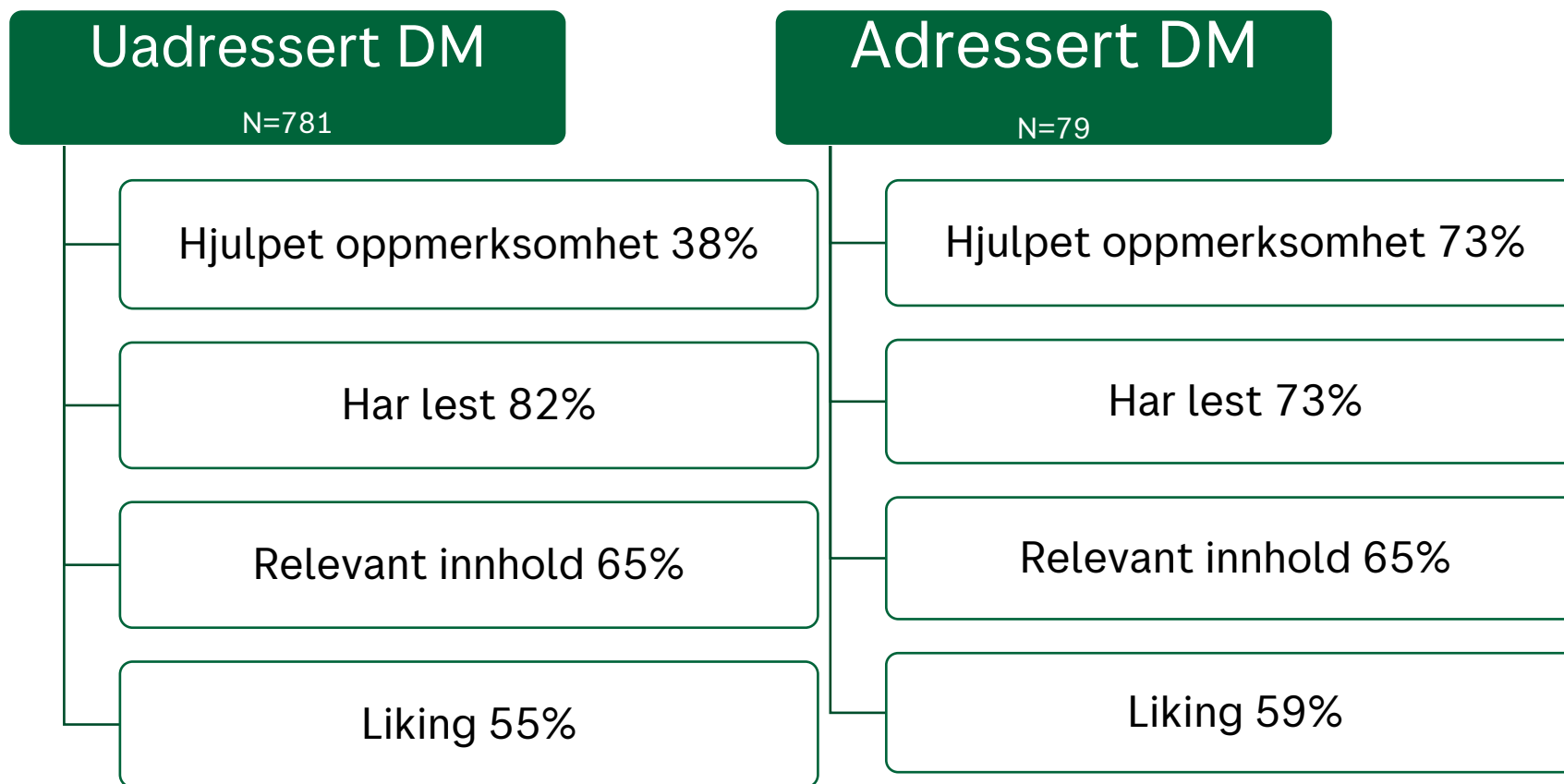


Kombinasjon av uadressert reklame i postkassen og digitale kundeaviser på

eTilbudsavis/Mattilbud øker dekningen betydelig, og du når i større grad de unge og urbane.



Reklame i postkassen blir sett, lest og oppleves relevant



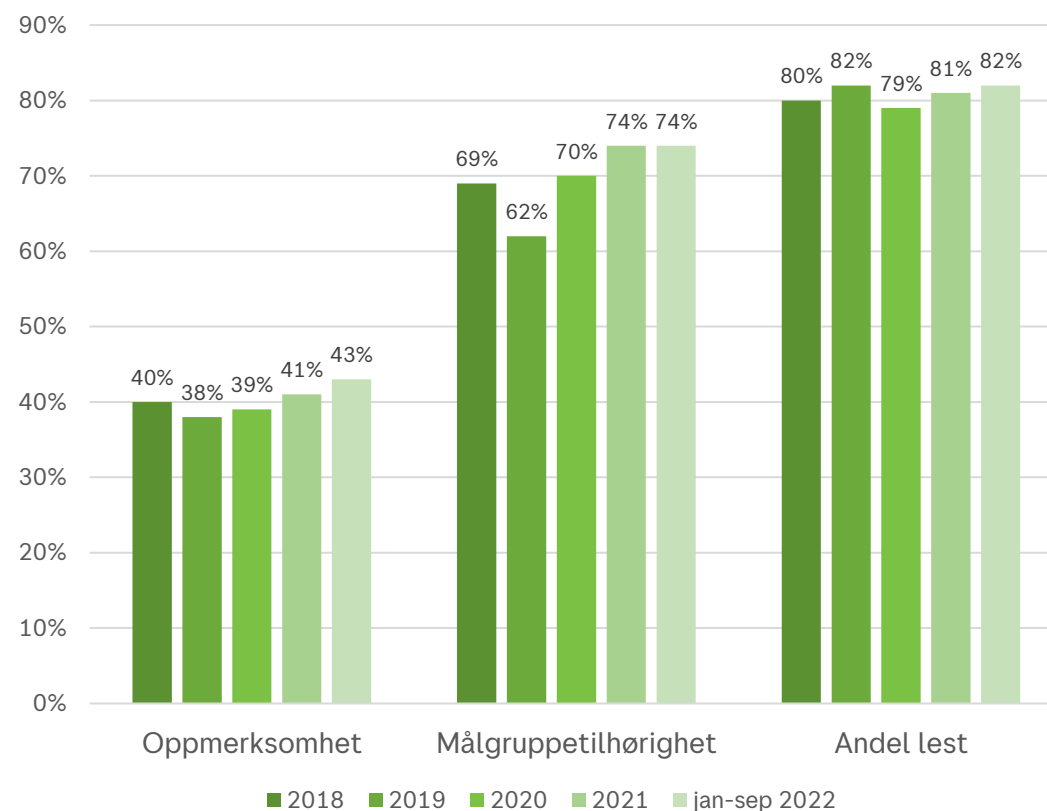
Stabile effekter for reklame i postkassen

Siden 2011 har vi sammen med Penetrace gjort et betydelig antall Effekttester årlig.

Det er interessant å se hvor stabile gjennomsnittstallene er for viktige parameter som oppmerksomhet, målgruppetilhørighet og andel lest.

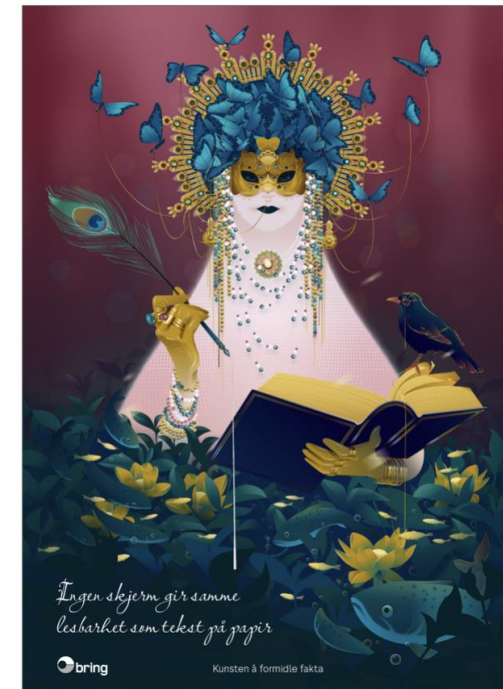
Grafen til høyre viser utviklingen fra 2018 og frem til september 2022. Tallene viser en tydelig økning i oppmerksomheten fra 2019 til 2022.

I tillegg vet vi at folk flest bruker inntil 2 minutter på å lese en helt enkel kundeavis de har mottatt i postkassen.



Det er en kunst å formidle fakta.

Vi har her forsøkt å samle noen fakta om postkassen og hvorfor DM fortsatt har livets rett.



Finding New Ways

