

Olimme kokosivun mainoksella mukana keväällä 92 paikallislehden Suomalainen työ ja palvelu -teemassa. Olemme saaneet paikallislehtien tehosta ja vaikuttavuudesta hyviä tuloksia jo aiemmin, kun olemme olleet vastaavassa teemassa pienemmällä näkyvyydellä sekä käyttäneet yksittäisiä paikallislehtiä markkinoinnissamme.

Keväällä päätimme kokeilla vaikeassa markkinatilanteessa näyttävämpää kokosivun ilmoitusta, koska paikallislehden lukijoista suurin osa asuu omakotitaloissa ja on varttuneempaa väkeä. Saimme hyvin tarjouskyselyjä, ja mikä parasta syntyneiden kauppojen määrä ylitti kaikki odotukset ja tulos kampanjasta oli selkeästi muita markkinointitoimenpiteitä parempi.

Tarjouspyyntöjä on tullut vielä viikkoja kampanjan julkaisun jälkeen, eli paikallislehti näyttää säilyvän pidempään asiakkaiden ulottuvilla.

Varasimme hyvän tuloksen myötä koko sivun myös syksyn Suomalainen työ ja palvelu -teemaan.

Voin lämpimästi suositella paikallislehtiä markkinointiin, kun tavoittelette ostovoimaisia asiakkaita isojen kaupunkien ulkopuolelta!

Jari Mehtälä
Liiketoimintajohtaja

