

Case study powered by TechAds

Meer sales met TV Synchronisaties

American Express lanceerde in 2020 de vernieuwde Platinum Card van stijlvol metaal. Het is de duurste reguliere kaart die in Nederland wordt aangeboden en biedt de meeste voordelen en privileges, waaronder snelle grenspassage op Schiphol. Door de inzet van een TV commercial werden Nederlanders op de hoogte gebracht van deze ontwikkeling.

De klant wilde dat de mensen die de commercial voorbij zagen komen, meteen op hun second screen werden bereikt, want maar liefst 87% zit op hun second screen tijdens het TV kijken.

TechAds koppelde een displaycampagne aan de reclame-uitzendingen waardoor hun strategie werd versterkt. Wij zorgden ervoor dat de juiste doelgroep werd bereikt en dit leverde geweldige resultaten op.

The Platinum Metal Card



Tijdens de TV commercial laat Game of Thrones acteur Kristoffer Hivju met een knipoog zien hoe handig de vernieuwde American Express Platinum Metal Card is tijdens een tripje in het ruige landschap van IJsland.



Doel

- Leid gekwalificeerd verkeer naar de website, die meteen kan overgaan tot een aanvraag
- Het laten opvallen van de voordelen van de Platinum Metal Card
- Toename in website conversie

Details

- Looptijd: Januari – maart 2020
- Audience: minimaal 18 jaar en ouder die beschikken over een bruto jaarinkomen van minimaal 30.000 euro

Resultaten

183%

Effectiever verkeer

2,89%

CTR

88%

Toename van de
dagelijkse aanvragen

