

Abverkaufstest

Auswertung der Verkaufszahlen der **POS-Bildschirmkampagne** mit dem IBSA-Produkt **Flector Tissugel® Pflaster**

- ▶ IBSA hat mit dem Einsatz von POS-Screens einen **Verkaufsuplift von 34 %** erzielt.
- ▶ Im Vergleich zur Kontrollgruppe, haben die Apotheken mit POS-Spot eine **Abverkaufsdifferenz von 78.7 %** erreicht.



Details

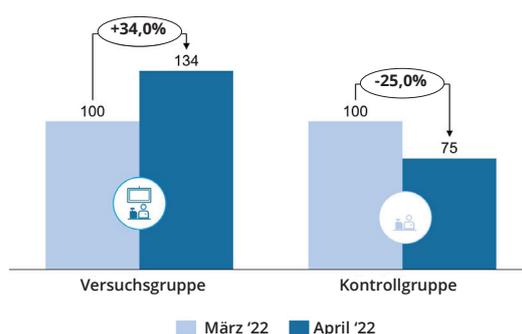
Um den Erfolg der eingesetzten Werbescreens am POS zu ermitteln, wurden die **Abverkaufszahlen** des Produktes Flector EP Tissugel® **vor und nach der POS-Kampagne** ausgewertet. Es fanden zum Zeitpunkt der Kampagne keine weiteren Aktionen des Produktes statt.

Verglichen wurden die Abverkaufszahlen von acht strukturähnlichen Rotpunkt Apotheken: **bei vier Apotheken wurde der Spot ausgespielt, bei den anderen vier Standorten nicht.**

Die Abverkaufszahlen wurden Excom Media von der Rotpunkt Gruppierung zur Verfügung gestellt und von IBSA Institut Biochimique SA freigegeben.

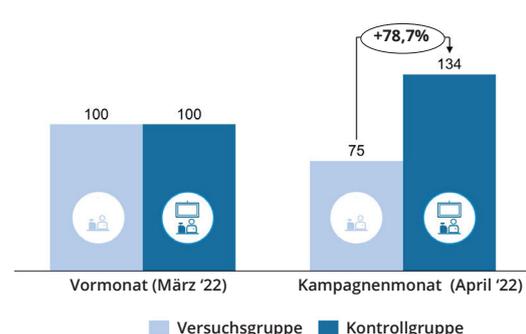
Resultate

Abverkauf in Stück pro Monat indexiert



- **Versuchsgruppe mit Bildschirmwerbung**
Im Kampagnenmonat verzeichnen Apotheken mit Screens einen **Abverkaufszuwachs von 34 %**.
- **Kontrollgruppe ohne Bildschirmwerbung**
Bei Apotheken ohne Screens wurde ein **Verkaufsrückgang von 25 %** ermittelt.

Differenz des Abverkaufs in Stück pro Monat indexiert



- **Vormonat (März 2022)**
Indexierung der Verkaufszahlen von Flector Tissue Gel® in der Versuchs- und Kontrollgruppe.
- **Kampagnenmonat (April 2022)**
Die **Verkaufsdifferenz** der Versuchsgruppe (mit Screens) gegenüber der Kontrollgruppe (ohne Werbung) beträgt **78.7 %**