

# Werbetracking

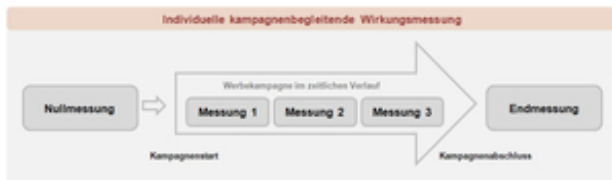
## Individuelle kampagnenbegleitende Wirkungsmessung

Eine gute Werbekampagne sollte nicht nur die Werbe-Awareness steigern, sondern auch Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Marke und die Kaufbereitschaft der Zielgruppen haben. Um eindeutige Effekte der Werbekampagne zu messen, ist eine kampagnenbegleitende Wirkungskontrolle notwendig. Durch regelmäßige (meist monatliche) Erhebungswellen kann die Wirkung kontinuierlich ermittelt und verglichen werden.

### Vorgehen und Methode

Ein Werbetracking muss repräsentative und aussagekräftige Ergebnisse liefern – große Fallzahlen und bundesweite Erhebungen sind hier die Methode der Wahl. Je nach Zielgruppenerreichbarkeit wird die passende Erhebungsmethode ausgewählt: Onlinebefragung, Telefoninterviews oder Face-to-Face Interviews.

Zunächst ermitteln wir im Rahmen einer Nullmessung (vor der Kampagne) den Status-Quo Ihrer Marke und Kommunikation. In anschließenden kontinuierlichen Folgewellen (während und nach Abschluss der Kampagne) können so die Wirkungsveränderungen belegt werden.



Sie erhalten eine detaillierte Wirkungsmessung Ihrer Werbekampagne mit konkreten Handlungsempfehlungen und Optimierungshinweisen für Ihre Marketing- und Kommunikationsplanung.

### Mögliche Fragestellungen

- Wie verändern sich Wirkungsindikatoren wie Markenbekanntheit, Recall und Sympathiewerte im Laufe der Kampagne?
- Wie beeinflusst die Kampagne meine Zielgruppe hinsichtlich Kaufbereitschaft und Verwendung meines Produkts?
- Zeigen sich Wirkungsunterschiede in Abhängigkeit des Media-Einsatzes?
- Welche Optimierungsmöglichkeiten bestehen für zukünftige Kampagnen?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner