

30 Jahre MediaCom – Charity Versteigerung 14.11.2017

#2: CommsTracker: Awareness under investigation

Wir optimieren Kampagnen mithilfe von kontinuierlichen Bekanntheitsmessungen

Das Jahr hat meistens 52 Wochen, sicher ist aber, dass MediaCom in jeder Woche des Jahres 100-300 Interviews durchführt. Mit unserem Partner Meinungsraum befragen wir repräsentativ für die österreichische Onlinebevölkerung Personen zu verschiedenen Themen. Dabei wird hauptsächlich die Marken- und Werbebekanntheit von Kunden und Konkurrenzmarken erhoben.

Wie wirken sich die verschiedenen Werbeinvestitionen auf die Entwicklung der Bekanntheit Ihrer Marke aus? Bringt der Mix aus TV, Online und Print die höchste TOM Bekanntheit? Wird die Werbebekanntheit durch eine Frontloader Strategie schneller aufgebaut oder können innerhalb der Kampagnen Pausen gemacht werden, ohne dass die Bekanntheit zurückgeht? Wie entwickelt sich die Bekanntheit der Konkurrenz im Vergleich?

Diese und ähnliche Fragen können mit dem wöchentlichen Tracking der Bekanntheit und der anschließenden CommsTracker-Analyse beantwortet werden.

Mithilfe bivariater Regressions-Berechnungen und der Erfahrung aus über 100 CommsTrackern der letzten 10 Jahre können zuverlässige Simulationen für zukünftige Kampagnen erstellt werden, die Planungsentscheidungen erleichtern und Kampagnen erfolgreicher machen.

Sachwert: € 18.000,- exkl. USt. (Bekanntheitstracking & Analyse für zwölf Monate)