

Referenzprojekt „Werbewirksamkeitsmessung“

▪ Ziel

- Messung der Werbewirkung geschalteter Anzeigenwerbung auf die Imagewahrnehmung, die Bekanntheit und das wahrgenommene Leistungsspektrum der GAG
- Ergänzende Messung der Bewertung der eingesetzten Plakatmotive

▪ Aufgabe

- Vollständige der Entwicklung der Befragungskonzeption
 - Festlegung der angestrebten Stichprobe inkl. der Quotierung bzgl. unterschiedlicher demographischer Merkmale
 - Festlegung des Befragungskanals (hier Face-to-Face-Befragung) und Bestimmung optimaler Befragungsstandorte
 - Entwicklung des einzusetzenden Fragebogens

▪ Umsetzung

- Organisation der Befragung an vier Standorten im Kölner Stadtgebiet
- Rekrutierung, Schulung und Steuerung der einzusetzenden Interviewer

▪ Ergebnis

- Differenzierte Auswertung der Befragungsergebnisse, graphische Aufbereitung der Auswertungsergebnisse
- Erstellung eines finalen Ergebnisberichts als Grundlage für die anstehende Entscheidung bzgl. der Weiterführung der getesteten Kampagne



„Anschauliche Ergebnisse und eine persönliche und äußerst flexible Betreuung im Rahmen des Projekts – So macht die Zusammenarbeit Spaß.“

Markus Thiele

Leiter
Vorstandsbüro/Öffentlichkeitsarbeit
GAG Immobilien AG

