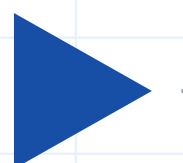




# Die Effektivitäts- Formel

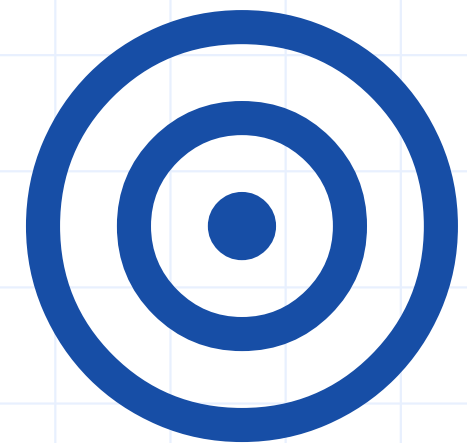
6 Insights zur  
Wirkung von  
Marketing





# Unklare Effektivitätsziele im Marketing

Nur  
**40%**

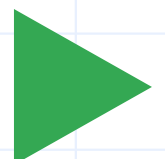


aller Senior

Marketingentscheider\*innen sind der  
Überzeugung, dass ihr Unternehmen  
klare **Effektivitätsziele hat**

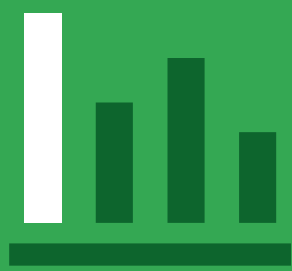
und nur  
**20%**

sind mit der **Messmethode  
einverstanden**



2.

## ROI: Performance über kurz und lang



Die Werbewirkung einer  
Kampagne ist in den  
Monaten

**5-24**

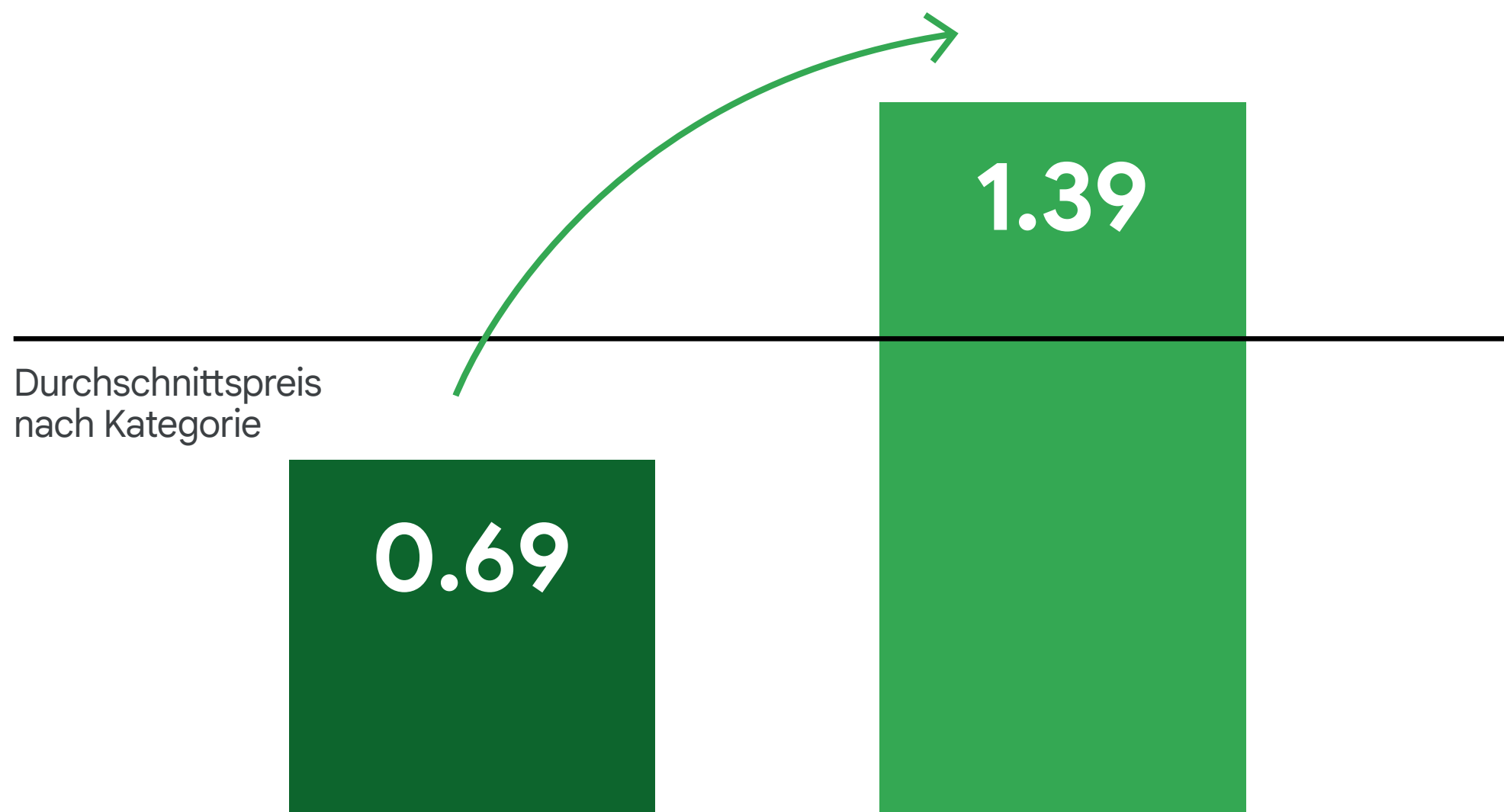
ebenso hoch wie in  
den ersten 4 Monaten



3.

## Starke Marken können ihre Preise flexibler gestalten

2-mal höhere Preise



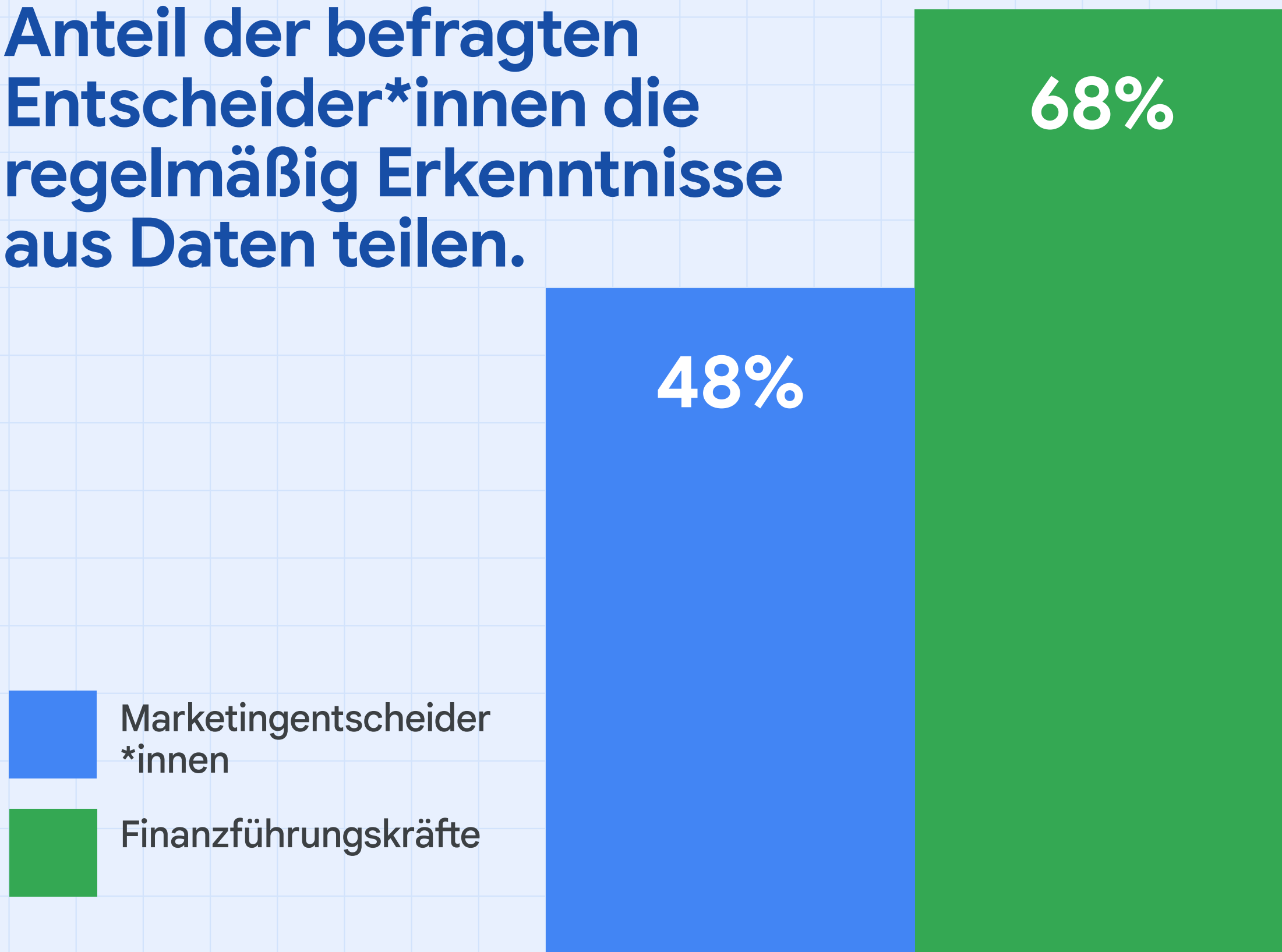
Starke Marken können bis zu 2-mal höhere Preise verlangen



# 4.

## Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit: Entscheidend, aber oft eine Hürde

Anteil der befragten Entscheider\*innen die regelmäßig Erkenntnisse aus Daten teilen.



5.

Die Wettbewerbsfähigkeit steigt mit der Menge der selbst erhobenen Daten

10-26%

der befragten Personen würden auf Grund einer personalisierten Werbebotschaft die Marke wechseln.

Grundlage hierfür bilden selbst erhobene Daten/1P  
Daten/datenschutzfreundlich  
erhobene Daten



**6.**

**Kund\*innen  
zurückgewinnen ist  
teurer, als sie zu halten**

**Pro eingesparten  
Dollar im Marketing,  
bezahlt man**

**1,85 \$**

**für die Rückgewinnung  
eines Kund\*innen**

