Blitzumfrage zu Branding-Kampagnen: Welche Kennzahlen sind online am wichtigsten?

In einem Interview mit der Internet World Business hat Christoph Schuh, Vorstand beim Vermarkter Tomorrow Focus, angekündigt, man wolle durch die Einführung eines neuen Reportings, Branding-Kampagnen im Web für die Werbungtreibenden interessanter machen.

Welche Kennzahlen halten Sie für unverzichtbar?

Nach Ausweis der Studie "Future of Display Advertising" von Tomorrow Focus Media hat die Klickrate für Marketing-Entscheider keine Bedeutung mehr - wenn es um Markenbildungs-Kampagnen im Web geht. 120 Marketingentscheider wurden gefragt, welche Kriterien für sie bei der Bewertung von Branding-Kampagnen im Internet zählen.

Statt dessen seien Kennzahlen wie beispielsweise Markensympathie und Markenbekanntheit, Wiedererkennung und Visibility wesentlich besser geeignet, um den Erfolg von Branding-Kampagnen abzubilden, so Christoph Schuh gegenüber dem Fachblatt Internet World Business.

Ihre Meinung ist gefragt

Welche Kennzahlen halten Sie im Reporting für unverzichtbar, wenn Sie eine Online-Kampagne für Ihre Marke durchführen. Selbst wenn Sie bislang noch keine Branding-Kampagnen durchgeführt haben, sind wir an Ihrer Meinung interessiert.

Stimmen Sie jetzt ab!

[poll id="31"]