

Robert Schützendorf

„Ergebnisse der Wirkungsforschung werden kaum zur Kenntnis genommen“

Crossmedia hilft,

1. wenn dadurch Kontakte zeitnäher an den Kauf platziert werden.
2. wenn die Reichweite der Kampagne innerhalb der Zielgruppe durch den speziellen Medien-Mix erhöht wird.
3. wenn durch den wechselnden Einsatz der Medien im Mix eine kontinuierliche Ansprache bei einem Teil der Zielgruppe besser gewährleistet wird.