WERBE ARTIKEL WIRKEN

Werbeartikel sind häufig länger als 1 Jahr im Besitz: Schon die einmalige Übergabe eines Werbeartikels transportiert die Werbebotschaft somit vielfach und längerfristig. Bei anderen Medien sind dafür kontinuierliche Mehrfachschaltungen über längere Zeiträume notwendig.

LANGFRISTIGE
WERBEWIRKUNG!

97%

der Zielgruppe benutzen

WERBE ARTIKEL

länger als 1 Jahr!

Aufgrund der häufigen Nutzung der Werbeartikel und der dadurch hohen Kontaktchance für Werbebotschaften ergibt sich eine sehr hohe Reichweite von 91% für Werbeartikel.

Die Reichweite von Werbeartikeln liegt damit über derjenigen von Radio (84%), Fernsehen (70%) oder Tageszeitung (66%).

HÖCHSTE
REICHWEITE!

91%

der Bevölkerung haben Kontakt zu

WERBE ARTIKELN

92% der Empfänger von Werbeartikeln würden das werbende Unternehmen weiterempfehlen.

Vertrauen, Image- und Sympathiewerte sowie die Bindung an das werbende Unternehmen steigen durch die Übergabe von Werbeartikeln signifikant an. Fast jeder zehnte Werbeartikelempfänger gibt an, dass der Werbeartikel massgeblichen Einfluss auf die Kaufentscheidung hatte.

Werbeartikel bedeuten für die Empfänger hohe Kundenwertschätzung, hohe Kunden- und Serviceorientierung des Unternehmens.

HOHE
WEITEREMPFEHLUNGSRATE!

92%

der Empfänger von

WERBE ARTIKEL

empfehlen das Unternehmen
gerne weiter!

97% der Werbeartikel werden von den Empfängern genutzt. Ausschlaggebend für die Nutzung sind die Qualität und der Gebrauchsnutzen des Artikels.

Werbeartikel werden mehrmals täglich oder mehrmals in der Woche genutzt und bieten deshalb eine hohe Kontaktchance mit der Werbebotschaft.

GERINGER
STREUVERLUST!

97%

der Empfänger von

WERBE ARTIKEL

benutzen diese selbst!

96% der Schweizer Haushalte geben an, mindestens einen Werbeartikel zu besitzen. In der Hochrechnung sind dies über 7 Mio. Menschen ab 14 Jahren in der Schweiz.

Neben den klassischen Werbeartikeln wie Schreibgeräte, Kalender und Schlüsselanhänger sind auch Tassen, Gläser, Notizbücher, elektronische Artikel und Textilien weit verbreitete Artikel.

HOHE
VERBREITUNG!

96%

der Haushalte haben

WERBE ARTIKEL

im Besitz!

71% erinnern sich an die Werbebotschaft bzw. den Absender der Werbebotschaft der von ihnen genutzten Artikel. Bei hochwertigen Business-Geschenken steigt die Werbeerinnerung sogar bis auf 100% an.

Werbebotschaften in TV erreichen dagegen nur 43%, Printmedien gerade mal ca. 27% und Online ca. 24% der Rezipienten.

HÖCHSTE
WERBEERINNERUNG!

71%

der Empfänger von

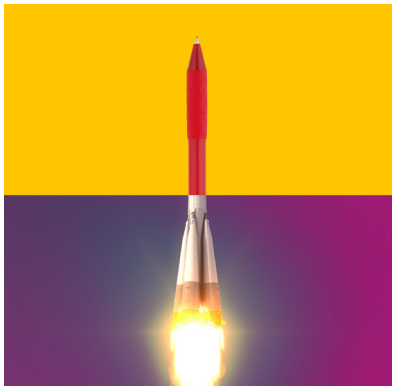
WERBE ARTIKELN

erinnern sich an den Namen
des werbenden Unternehmens!

Werbeartikel wirken

Unter der Vielzahl an Kommunikationsinstrumenten sticht eine Werbeform besonders hervor: der Werbeartikel. In seiner Vielfalt einzigartig und seiner Wirkungsweise unerreichbar, ist er ein wichtiger Bestandteil im Marketing-Mix geworden.

Sein Facettenreichtum und sein Wirkungspotential erlauben ihm, Zielgruppen weitgehend konkurrenzlos und treffsicher über alle fünf Sinne zu erreichen. Dass Werbeartikel gemessen an anderen Werbeformen zu den kosteneffizientesten Werbemedien überhaupt gehören und in der Werbewirkung unschlagbar sind, belegen zum wiederholten Mal auch die validen Studienergebnisse der aktuellen Werbeartikel-Wirkungsstudie (DIMA-Studie im Auftrag des Verbandes PROMOSWISS.).



Quelle:
DIMA Marktforschung: Werbewirkung von Werbeartikeln (im Auftrag des Verbandes PROMOSWISS)

POLYDONO®
BRAND YOUR BUSINESS