

CLP-Wirkungsstudie Activia

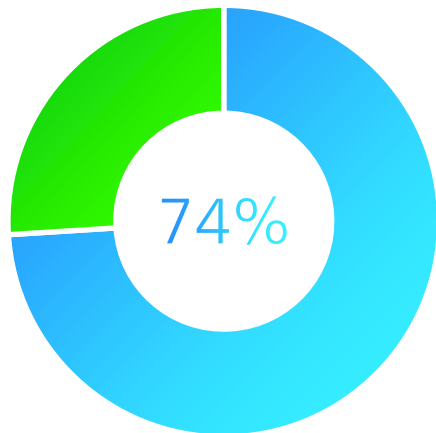
Wirkbeitrag CLP für klare Markenbotschaften

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

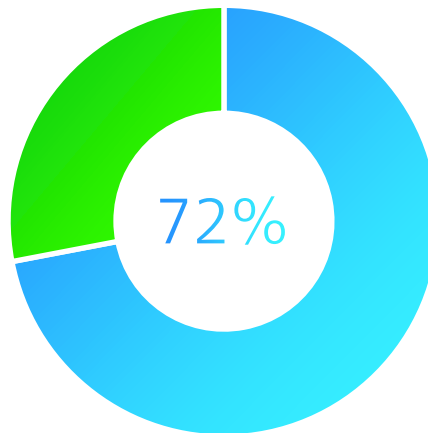
Werbeeinsatz: CLP, Aushang in den Niederlanden, 2010
Ansatz: Online-Befragung nach Kampagnenende, n = 254
Zielgruppe: Frauen 30-49 Jahre



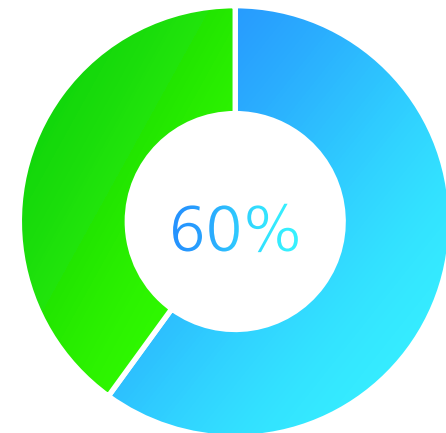
Marken-Erkennung



Produktgruppen-Erkennung



Gestützte CLP-Wiedererkennung

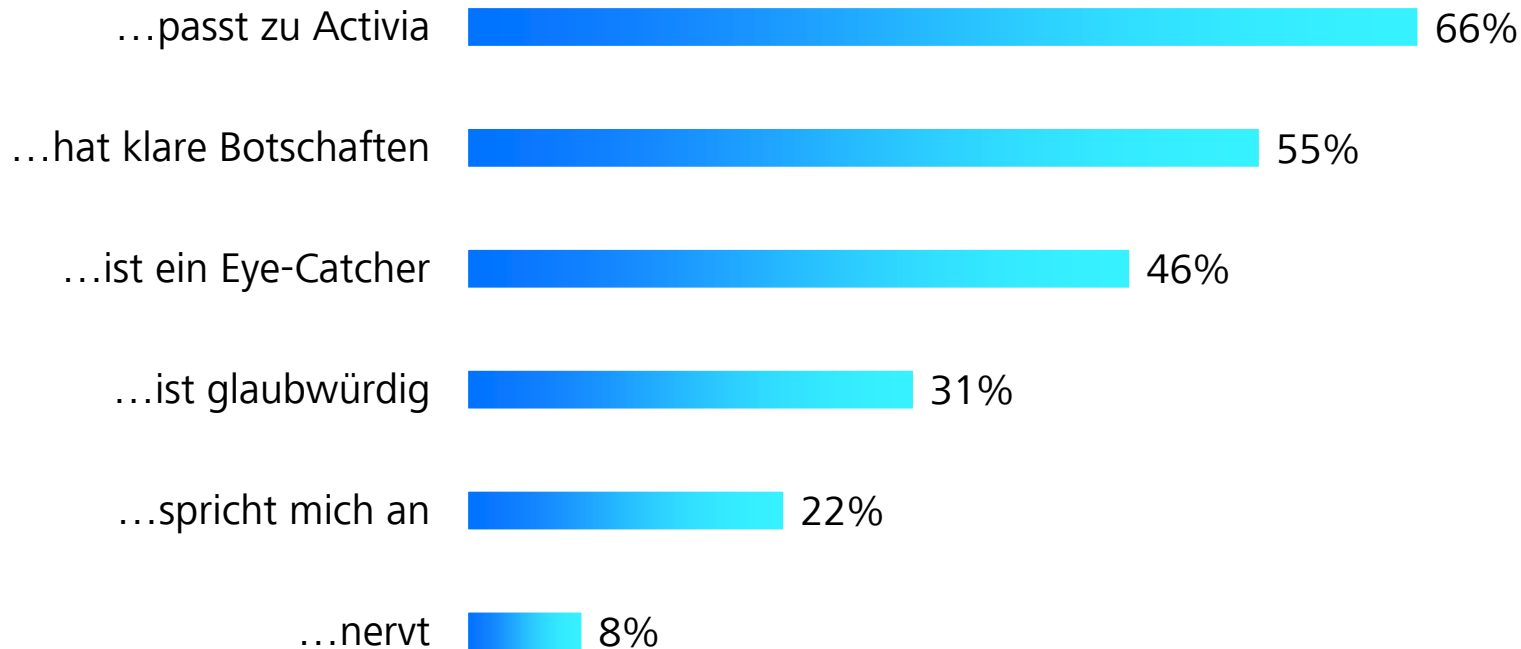


CLP-Wirkungsstudie Activia

Wirkbeitrag CLP für klare Markenbotschaften

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

Diese Plakatkampagne...



Quelle: interne Studie JCDecaux (Niederlande) // Wirkstudie Activia