

D A G M A R

Defining Advertising Goals for Measurable Advertising Results

PHASE	ZG1		ZG2		ZG3		AUSRICHTUNG AKTIVITÄT
UNBEKANNT							IMAGE [Novität, evtl. PR]
BEKANNT							IMAGE [Story]
AKZEPTIERT							IMAGE-Selling [Aktive Akq.]
ÜBERZEUGEND							VF/SELLING [Selling]
ERFOLGREICH							SELLING + IMAGE [PR]

Zielgruppen

z.B. Frauen/Männer, Generationen, Branchen, Bildungsstatus, Influencer usw.

Positive Einflüsse

Qualität, Novität, Marketing und Werbung, Preis, Tempo/Zeit

Negative Einflüsse

Vergesslichkeit, Konkurrenten, Entwicklungsstillstand