



www.brauerei-winikon.ch



www.swissmarketingacademy.ch



www.fc-rw.ch

Marktforschung | Statistik | MIS – Übungs-Nr.



Aufgabe 4.1.15

Seit Jahr und Tag schaltet die Brauerei Winikon im „Anzeiger von Uster“ und dem Gratis-Anzeiger „Regio.ch“ – beide bedienen das Zürcher Oberland. Sie geben pro Jahr rund CHF 15'000.- für kleine Anzeigen an, welche vor allem der Imagebildung für die Lokalbrauerei dient. Nennen Sie die wichtigsten quantitativen Zielsetzungen, welche Sie kontrollieren – stichwortartig - wollen, wenn es sich um eine Werbe-Erfolgskontrolle handelt:

Deine Lösung



Aufgabe 4.2.15

Bekanntheit (gestützt oder ungestützt) | Reichweite in der Zielgruppe | Kontakte (OTS)..
Achtung: alle qualitativen Elemente werden nicht als richtig erachtet (Wissen, Image, Verhalten...)