

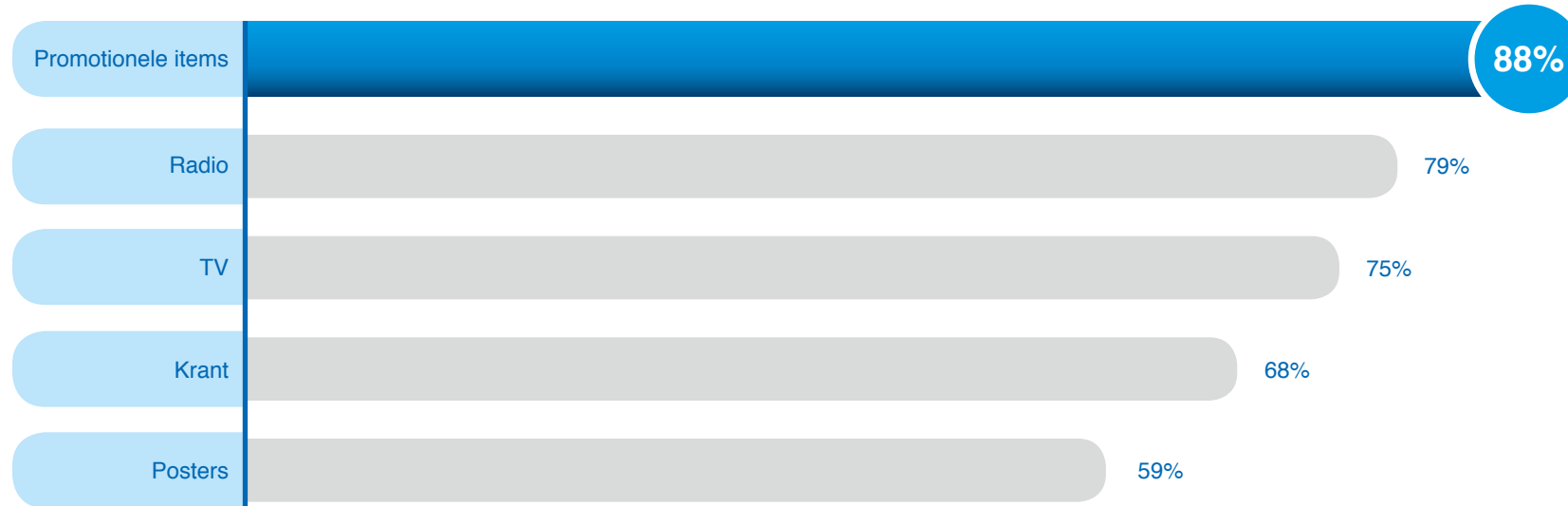
Promotionele producten maken merken sterker

Bron: 'Advertising impact of promotional items' voor GWW - Dima Marktforschung



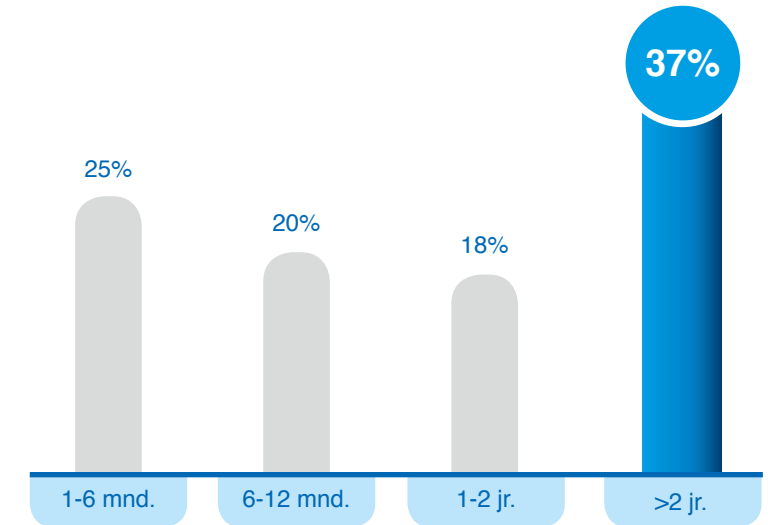
Promotionele items bereiken meer mensen dan radio of TV

Promotionele items bereiken 88% van de bevolking van 14 jaar of ouder (op een gemiddelde dag) - meer dan elk ander medium.



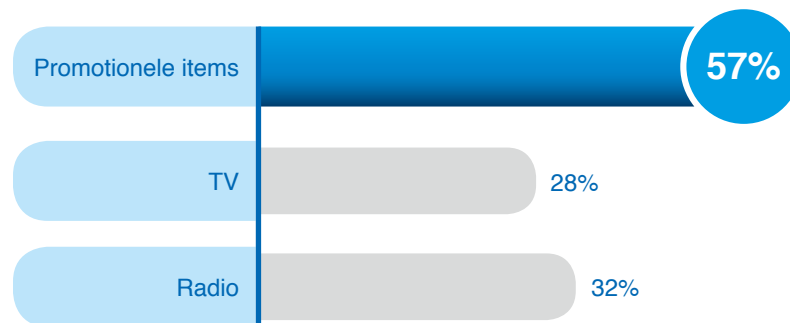
Langetermijneffect

Ontvangers houden vaak promotionele items langer dan 2 jaar. 75% van promotionele items zijn al langer dan een half jaar in bezit.



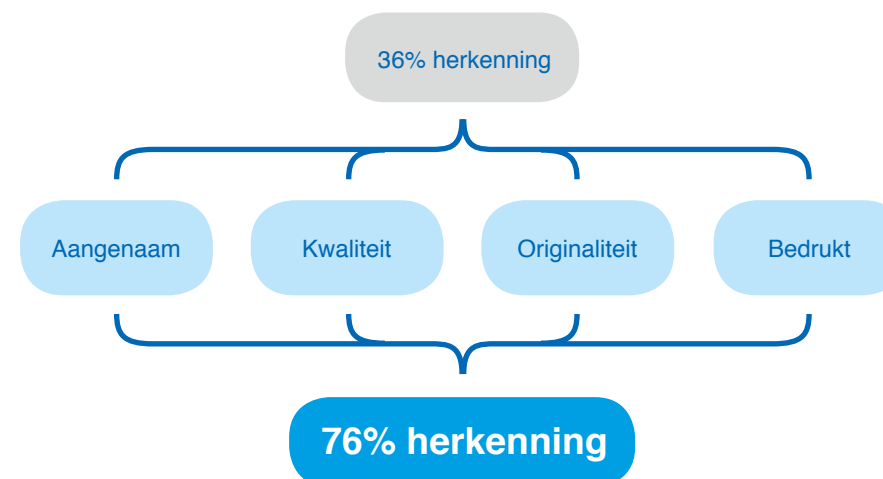
Herinnering van promotionele producten

Reclame wordt tweemaal zo vaak herinnerd door promotionele items dan door televisie.



De herinnering wordt positief beïnvloed door vier factoren

Herkenning van reclame wordt minstens verdubbeld door 4 aspecten:



Hoge contact frequentie

Een promotioneel item wordt gemiddeld eens per dag gebruikt. Statistisch gesproken betekent dit dat de boodschap dagelijks de ontvangers bereikt.

