

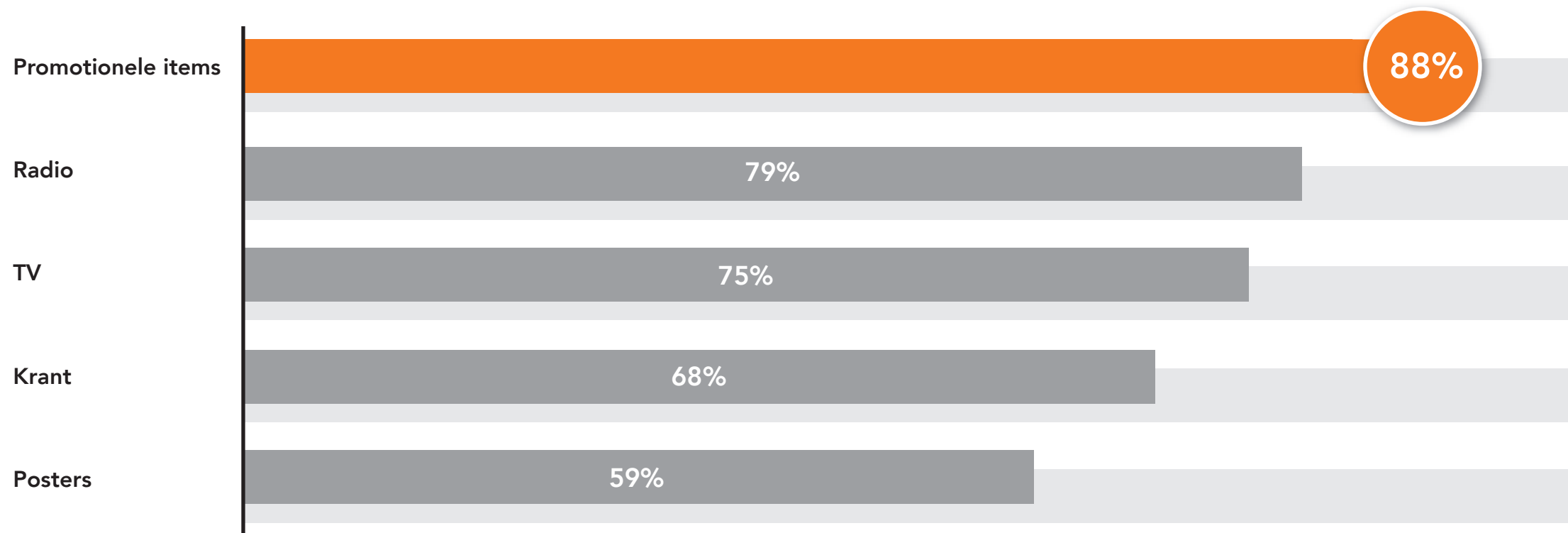


Promotionele producten maken merken sterker

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

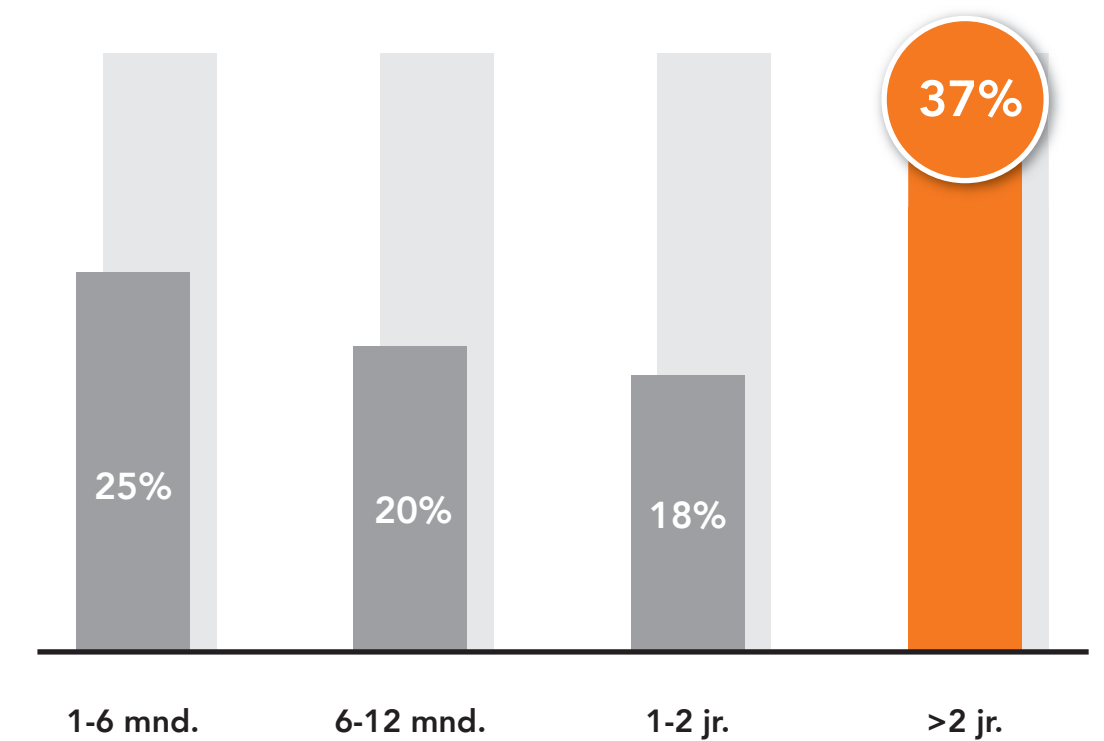
Promotionele items bereiken meer mensen dan radio of TV

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



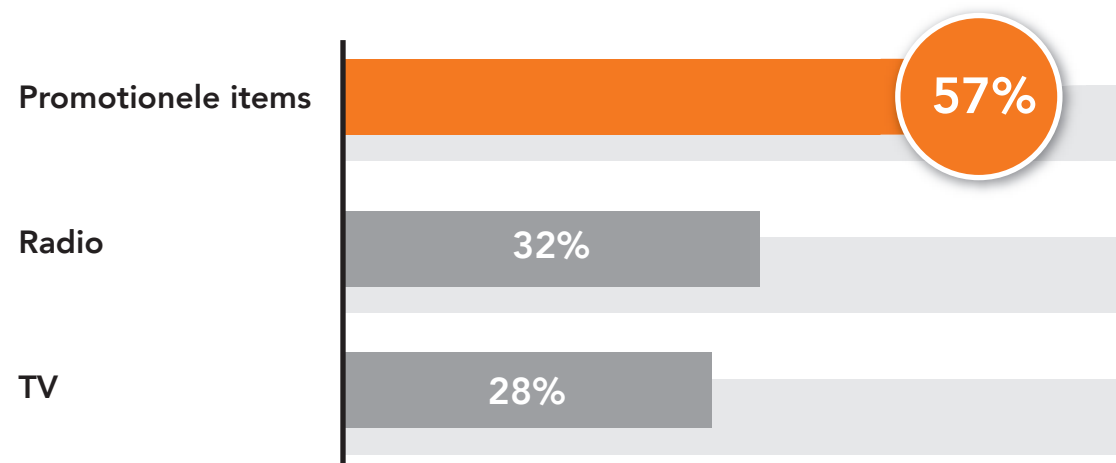
Lange termijn effect

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



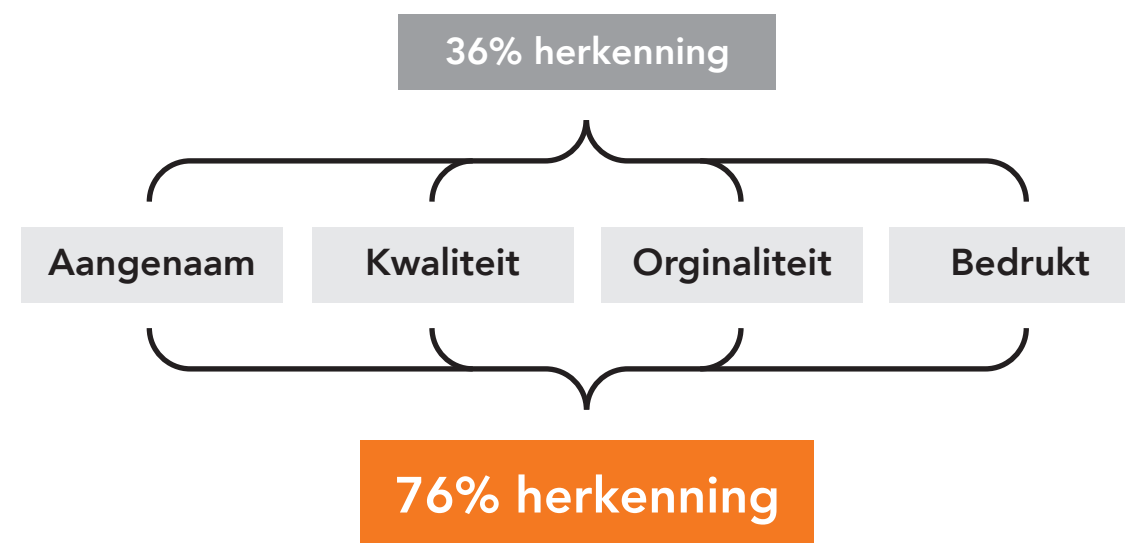
Herinnering van promotionele producten

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



De herinnering wordt positief beïnvloedt door vier factoren

Herkenning van reclame wordt minstens verdubbeld door vier aspecten:



Hoge contact frequentie

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

