

Kontrolle

In der letzten Phase des Werbekonzeptes kontrolliert man nochmal alles. Wir sprechen nicht explizit nur von der **Erfolgskontrolle während und nach** der Kampagne, sondern auch von **Tests vor der Lancierung** der Werbekampagne. Natürlich beinhaltet das auch die trockenen Wirtschaftlichkeitsrechnungen, doch darum kommt man kaum. Im Idealfall ist die Leistung höher als die Kosten, man hat also Gewinn gemacht. Bei Werbekonzepten gilt wie überall im Marketing: **Nach dem Test ist vor dem Test**. Einerseits ändern sich Trends laufend, man muss also Massnahmen, Kanäle oder Layouts anpassen, andererseits muss man mit der Digitalisierung einfach grundsätzlich flexibel bleiben!



Wir unterteilen die Kontrolle in zwei Phasen:

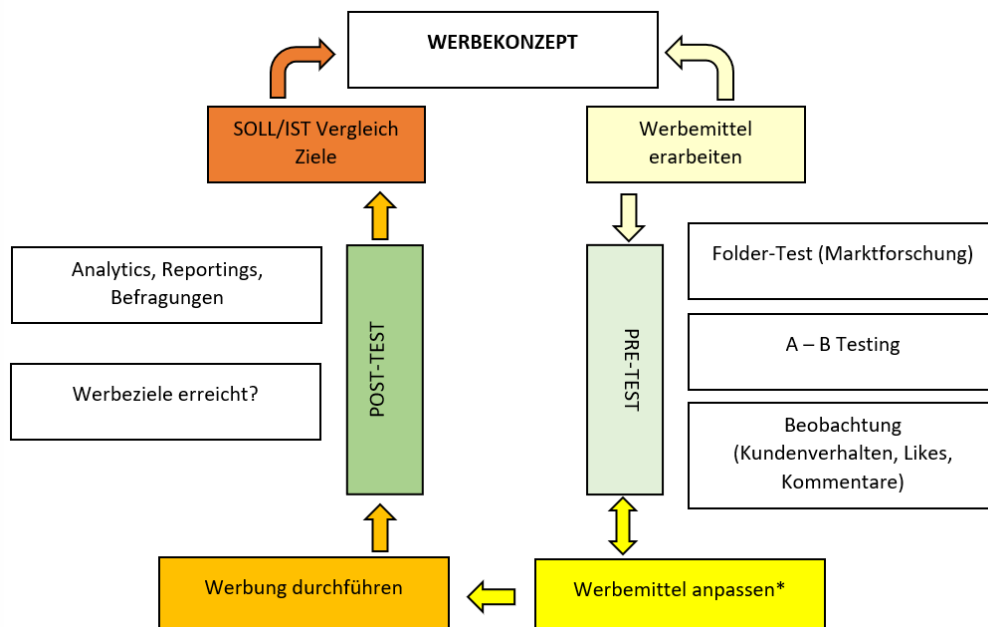
Die **Pre-Test Phase** (vor und während der Kampagne)

- Rückmeldung in der Realisationsphase der Kampagne
- Alle Aspekte werden durch die Reaktion des Zielpublikums überprüft
- Kommunikative Leistung wird geprüft
- Gestaltung wird verändert, bis die ideale Werbewirkung erreicht wird

Die **Post-Test Phase** (nach Einsatz der Kampagne)

- Wirkungskontrolle, um Werbeziele und Zielgruppengenauigkeit festzustellen
- Auswertungen (Analytics), Befragungen, Reaktionen
- Hier kann man auch die Test-Methoden aus der Pre-Test-Phase verwenden

Hier ein Beispiel eines Kreislaufs der Werbeerfolgskontrolle:



*Nach Werbemittel anpassen kann der Pre-Test endlos wiederholt werden, um die Werbemaßnahme zu perfektionieren.

Kontakt: info@hahn-media.ch oder +41 44 515 90 40