

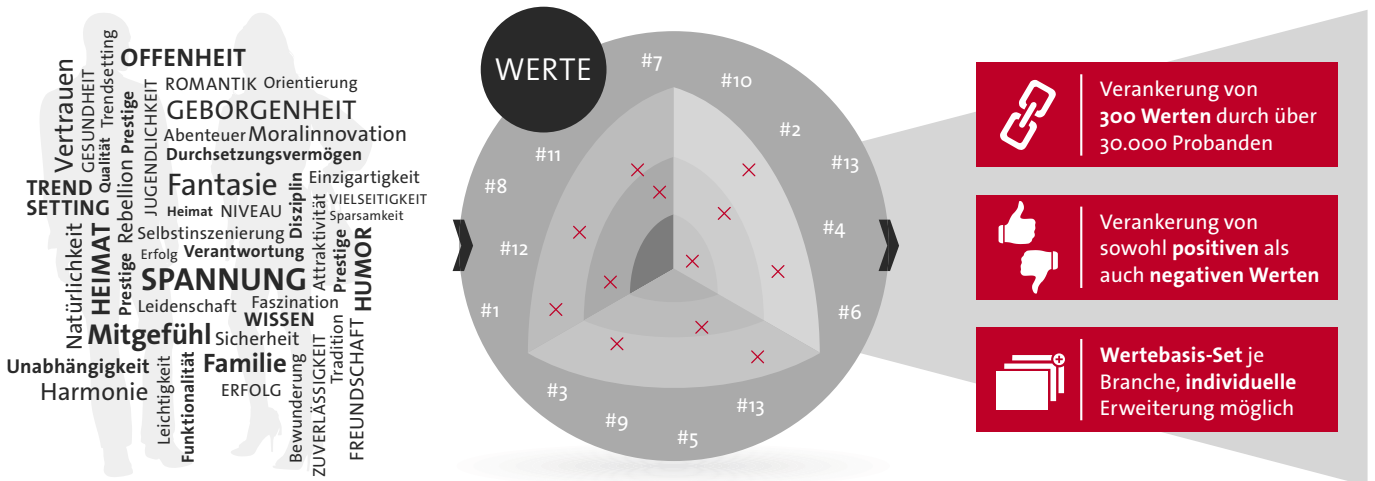
UNSER INNOVATIVER ANSATZ FÜR IHRE WERTEORIENTIERTE MARKENFÜHRUNG

Obwohl weltweit die Investitionen in die Werbung steigen, sinkt die Zahl der für den Konsumenten relevanten Marken signifikant. In Zukunft werden Werte so wichtig wie nie zuvor.

Unsere Forschungsergebnisse haben ergeben, dass das Geheimnis einer erfolgreichen Marke im Werte-Fit zwischen Marke, Käufer, Kreation und Medioumfeld liegt. Der MP|ValueSphere[®] basiert auf einem wissenschaftlich fundierten Werteansatz aus der Psychologie und ist mathematisch berechenbar. Er bringt Marken wieder mit ihren Werten zusammen. Denn Kommunikation in den passenden Umfeldern erzielt für die Marke eine deutlich höhere Werbewirkung (Steigerung der Markensympathie um durchschnittlich 17 %). Strategische Einsatzmöglichkeiten in der Mediaplanung:

- Nachhaltige Stärkung oder Veränderung des Marken-Werteprofiles
- Markenindividuelle, wertebasierte TV-Planung durch eine qualitative Umfeldplanung
- Selektion von Sponsoring-Formaten und Special-Ads-Platzierungen

MP|ValueSphere[®] identifiziert die optimalen Medioumfelder, um die richtigen Markenwerte zu transportieren. **Es entsteht eine markenorientierte Media- und Umfeldplanung, die den Impact Ihrer Kampagne nachhaltig stärkt.**



MP|VALUESPHERE[®] BEANTWORTET FOLGENDE FRAGEN

- In welchem Wertezusammenhang stehen meine Marke, meine Kommunikation (Kreation) mit Medien und Konsumenten?
- Welches Werteprofil hat meine Marke?
- Welche Medienmarken und Werbeträger passen zum Werteprofil meiner Marke?
- Welche Umfeldern muss ich belegen, um mein Werteprofil zu stärken oder zu ändern?

IHR ANSPRECHPARTNER



Petra Schulz
+49 89 2050 2257
p.schulz@mediaplus.com

Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
Haus der Kommunikation
Brienner Straße 45 a-d, 80333 München