

Meer acties, minder rendement

04-04-2007 00:00

Het aantal advertentiecampagnes is de afgelopen jaren verdubbeld. Gemiddeld gebruiken adverteerders daarvoor 42 procent van hun marketingcapaciteit. Het behaalde omzetresultaat staat echter niet in verhouding tot de geïnvesteerde marketingcapaciteit.

Dat stelt VODW Marketing, dat samen met de Rijksuniversiteit Groningen onderzoek deed naar de succesfactoren van actiemarketing. Het aantal campagnes stelt organisaties voor operationele problemen.