

SPINFOBLATT 2018





SignSpin - Marketing Von Mensch zu Mensch

Die Digitalisierung ist ja schön und gut, aber erreichen wir die Menschen wirklich, wenn wir sie nur als einen Haufen Daten betrachten? Hinter jedem Klick steckt schliesslich immer noch ein Mensch mit Gefühlen, Gedanken und eigener Persönlichkeit.

Wir bei SignSpin glauben daran, dass ein lächelndes Gesicht immernoch die beste Werbung ist. Wir sind direkt bei den Menschen und verstecken uns nicht hinter Algorithmen oder Click-Rate-Analysen.

Wieviel bleibt wirklich hängen, von all den Werbebotschaften, denen wir täglich ausgesetzt sind. In Kooperation mit dem Allee-Center Magdeburg haben wir eine Umfrage durchgeführt und interessante Kenntnisse gewonnen.

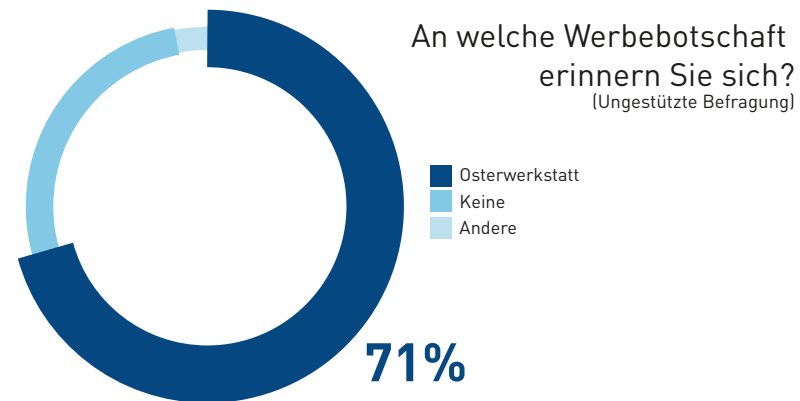
Umfrage zur Werbewirkung eines SignSpinners

Am 23. März 2018 wurde im Allee-Center Magdeburg eine Umfrage zur Werbewirkung der Sign Spinner durchgeführt. Vor allen vier Eingängen des Shoppingcenters wurde jeweils ein SignSpinner positioniert, der exklusiv und als einziges Medium die Osterwerkstatt des Allee-Centers beworben hat. Über einen Zeitraum von vier Stunden wurden 200 Personen ungestützt befragt an welche Werbebotschaften sie sich erinnern können.

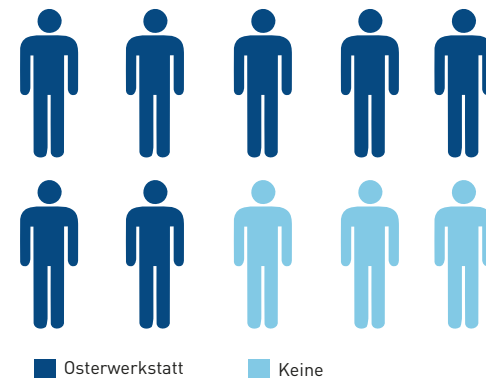




Ergebnisse



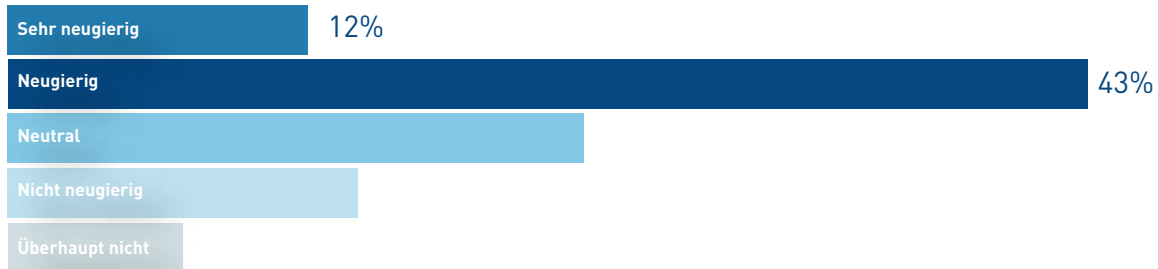
7 von 10 Menschen erinnern sich an die vom SignSpinner kommunizierte Botschaft



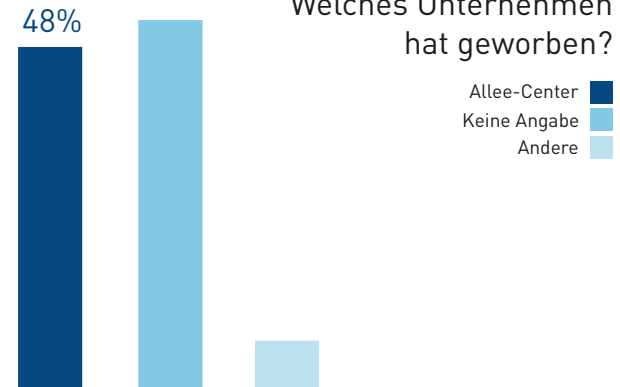


Wie neugierig hat Sie die Werbung auf das Produkt gemacht?

(Bei Nennung der Sign Spinner)

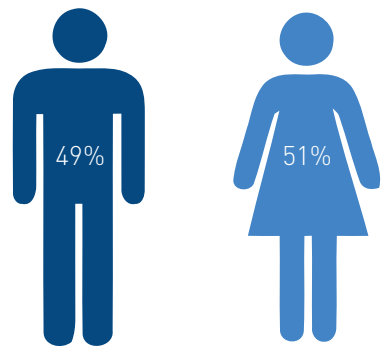


Welches Unternehmen hat geworben?

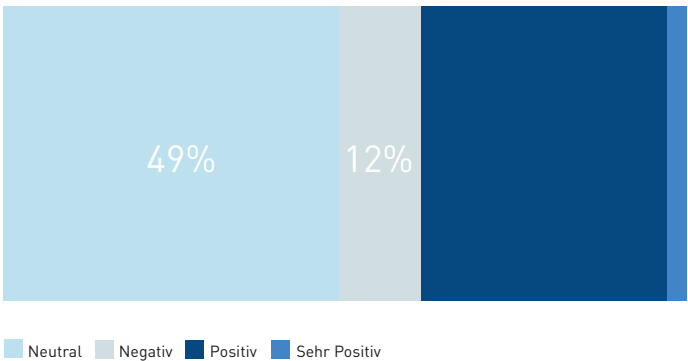


Ergebnisse

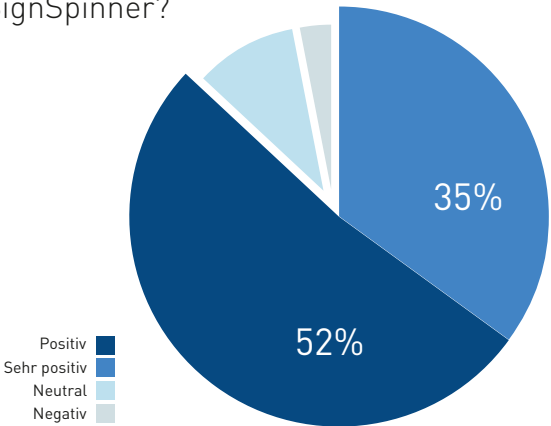
Geschlechterverteilung



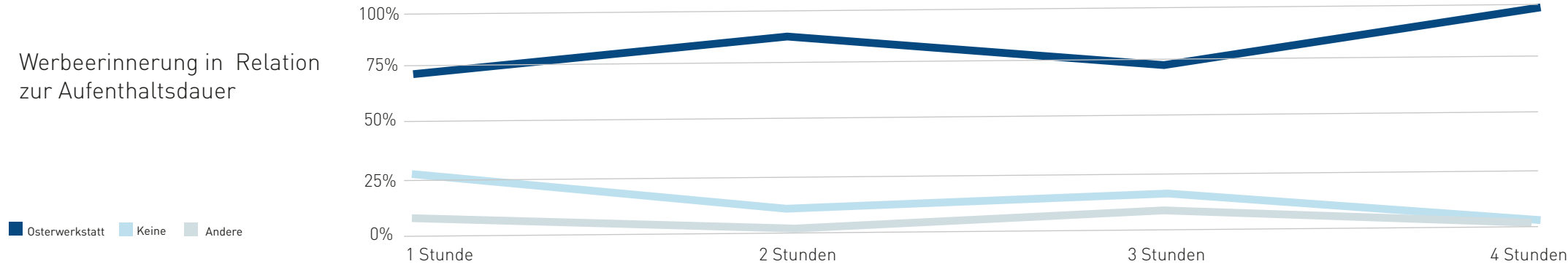
Wie ist Ihre generelle Einstellung gegenüber Werbung?



Wie empfanden Sie die Werbung durch den SignSpinner?



Werbeerinnerung in Relation zur Aufenthaltsdauer



„71% erinnern sich an die von SignSpin kommunizierte Werbebotschaft“

„Die Werbeerinnerung an den Sign Spinner bleibt über mehrere Stunden konstant hoch.“

„Überdurchschnittlich positive Einstellung gegenüber dem SignSpinner als Werbemedium“

