



Kampanjer som når hela marknaden – både befintliga och potentiella kunder – genererar bredare och mer uthålliga effekter.

Snäv targeting mot befintliga kunder ger ofta snabba men kortlivade volymeffekter och bidrar inte till prispremium.

Emotionell och kreativ kommunikation skapar starkare långsiktiga effekter än rationella, informationsbaserade budskap.

Hög kreativ kvalitet förstärker både kortsiktiga och långsiktiga resultat genom ökad uppmärksamhet och minnesvärdhet.