

Werbewirkungsstudie

zum Produkt Dettol No-Touch

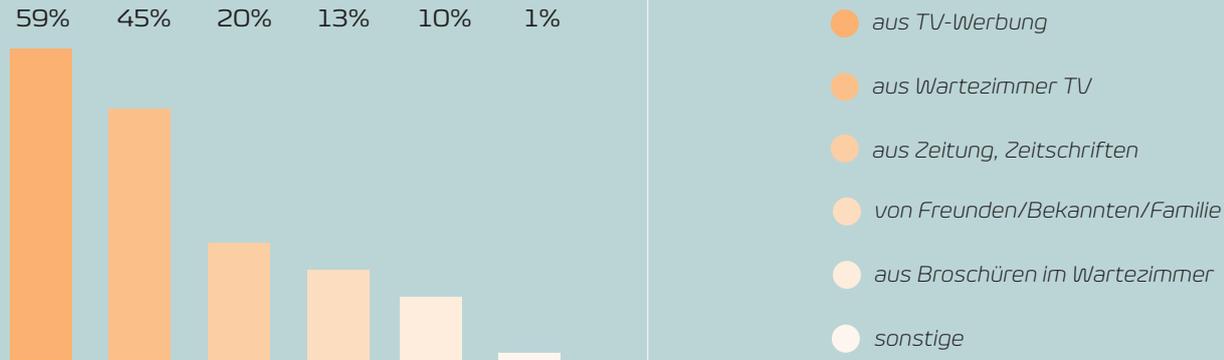


Erinnerungswerte

Patientenumfrage

Ergebnis zu Dettol No-Touch Automatischer Seifenspender:

45% von den Befragten, die DETTOL No-Touch Automatischer Seifenspender kennen (59% Bekanntheitsgrad), kennen das Produkt aus Wartezimmer TV.



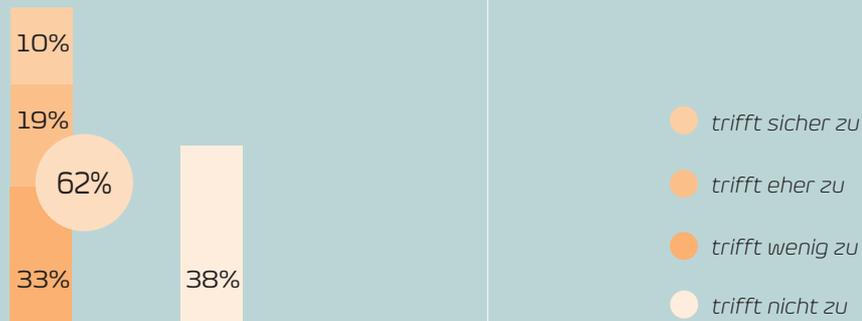
Quelle: schriftliche Befragung im Februar 2012

Anzahl der befragten Personen: 772 aus 53 Ordinationen (34 Gynäkologen und 19 hausapothekenführende Allgemeinmediziner)

Kaufbeeinflussung

Patientenumfrage

62% der Befragten geben an, dass Wartezimmer TV schon dazu beigetragen hat, ein Produkt zu kaufen.



Quelle: schriftliche Befragung im Februar 2012

Anzahl der befragten Personen: 772 aus 53 Ordinationen (34 Gynäkologen und 19 hausapothekenführende Allgemeinmediziner)