

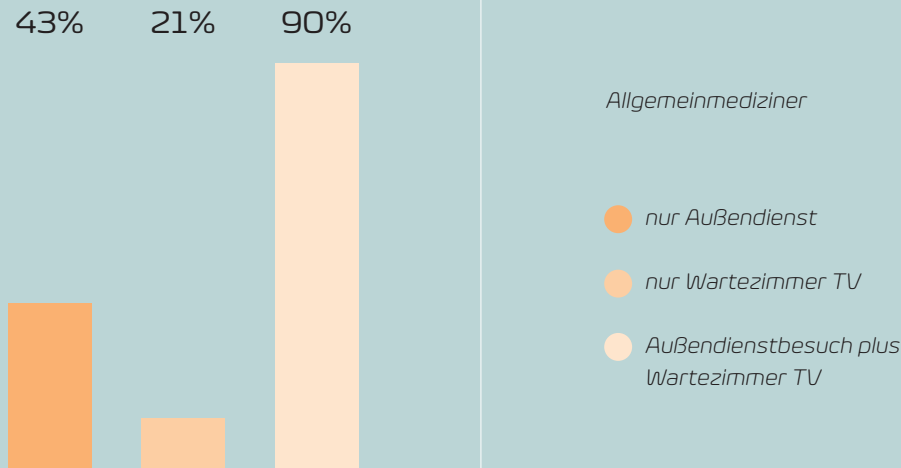
Werbewirkungsstudie

zu einem Nahrungsergänzungsmittel eines internationalen Markenartikelkonzerns.

Im Zuge der Befragung wurde u. a. der Erfolg von γ -doc mit jenem des Außendienstes verglichen, wie viele Empfehler der Außendienst, nur γ -doc bzw. Außendienst und γ -doc gemeinsam generieren konnten.



Wartezimmer TV VS. Außendienst



Wartezimmer TV VS. Außendienst

