
Marketing-Gelder auf dem Prüfstand

GN Research führt neues Instrument ein

Mit „Adiens“ bietet GN Research Deutschland ein Werkzeug an, das den Return on Marketing Investment (ROMI) messbar macht. Neben der Bestimmung der über Markenbildung erzielten Abverkäufe ist es mithilfe des neuen In-

struments auch möglich, verschiedene Mediapläne und Szenarios des Werbeverhaltens von Wettbewerbern und Neueinsteigern zu simulieren. Die seit mehreren Jahren erprobte Methode ist laut GN Research in Deutschland noch relativ

unbekannt. Europaweit, so heißt es, wird das zu „Adiens“ gehörende Simulationstool schon in vielen Unternehmen eingesetzt. Seit Mitte Juni ist das Unternehmen in Düsseldorf unter einer neuen Adresse (Opitzstraße 12) erreichbar. www.gnresearch.com