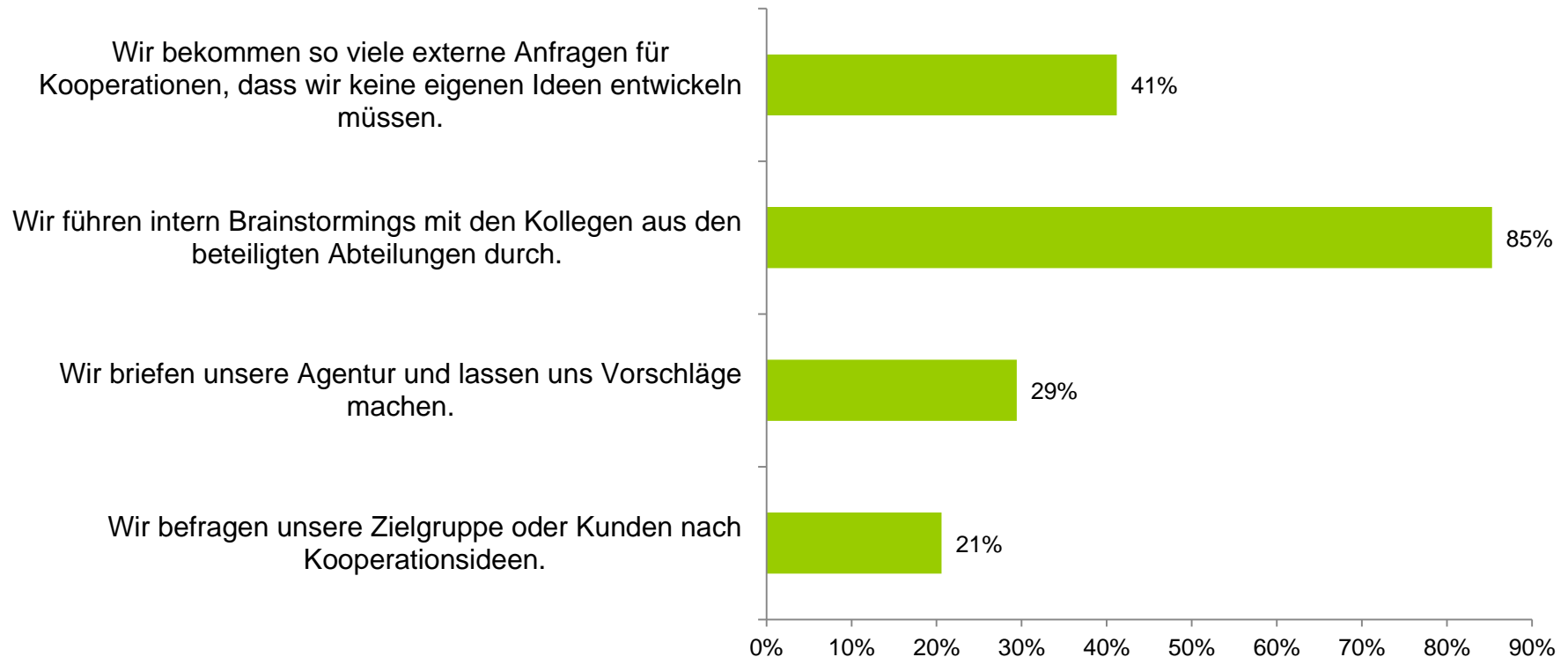


Studie Kooperationsmarketing- Controlling

Ergebnis einer Expertenbefragung im
Rahmen der CO-BRANDS 2016

Hamburg, Mai 2016

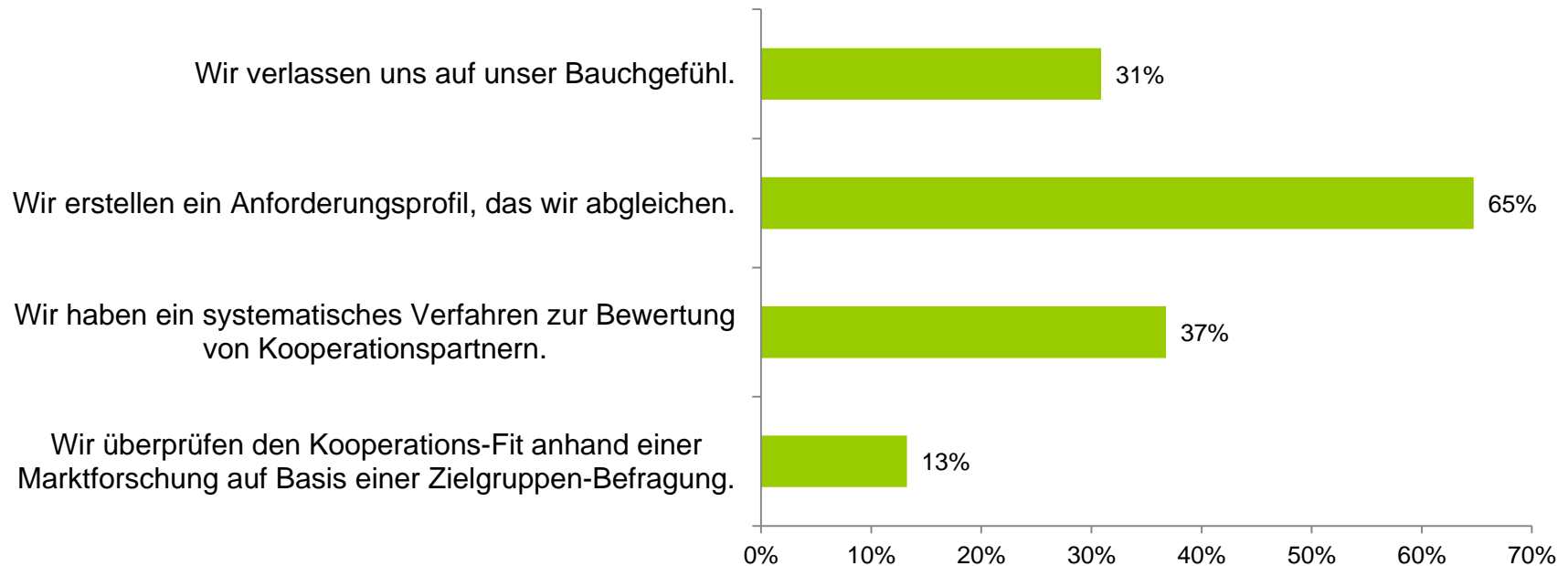
Wie generieren Sie Ideen für Kooperationen und mögliche Kooperationspartner?



Quelle: Studie connecting brands

Teilnehmerbefragung CO-BRANDS 2016, n = 67

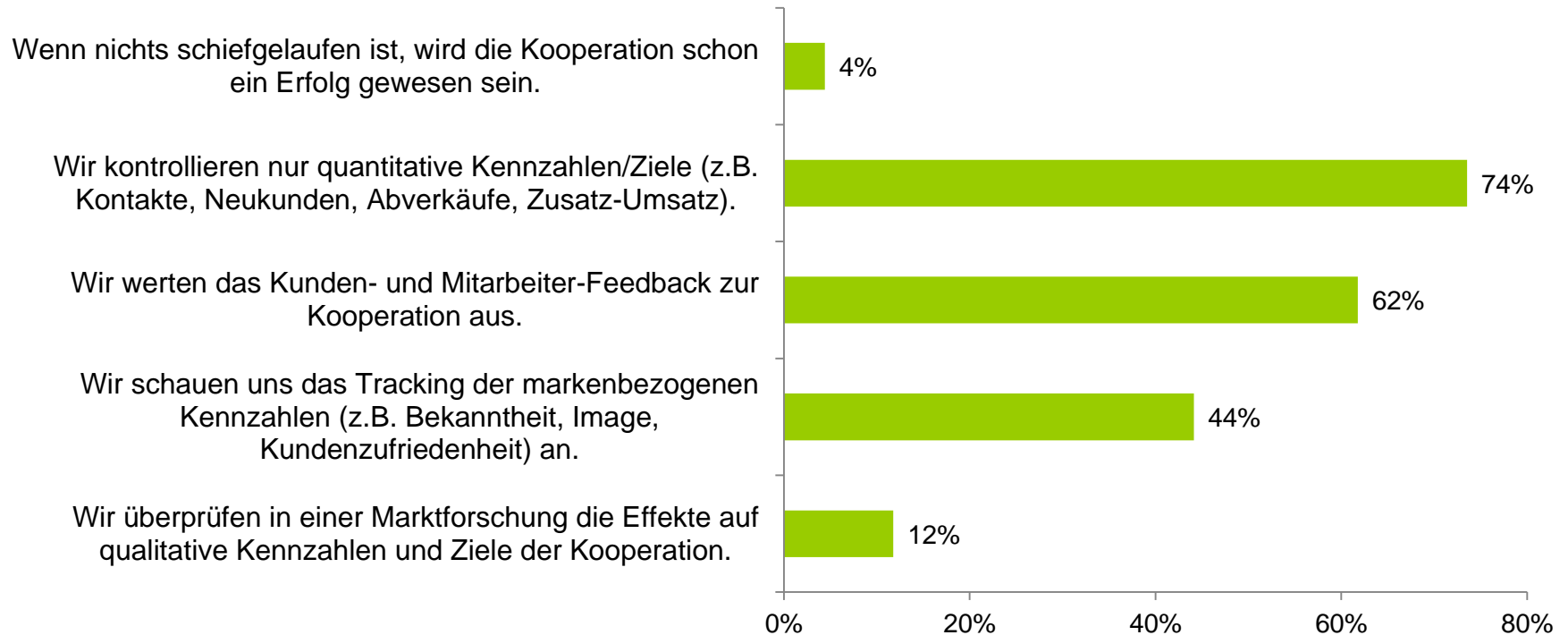
Wie überprüfen Sie den Kooperations-Fit, wenn Sie mit einer anderen Marke kooperieren wollen?



Quelle: Studie connecting brands

Teilnehmerbefragung CO-BRANDS 2016, n = 67

Wie kontrollieren Sie abschließend den Erfolg Ihrer Kooperationen?

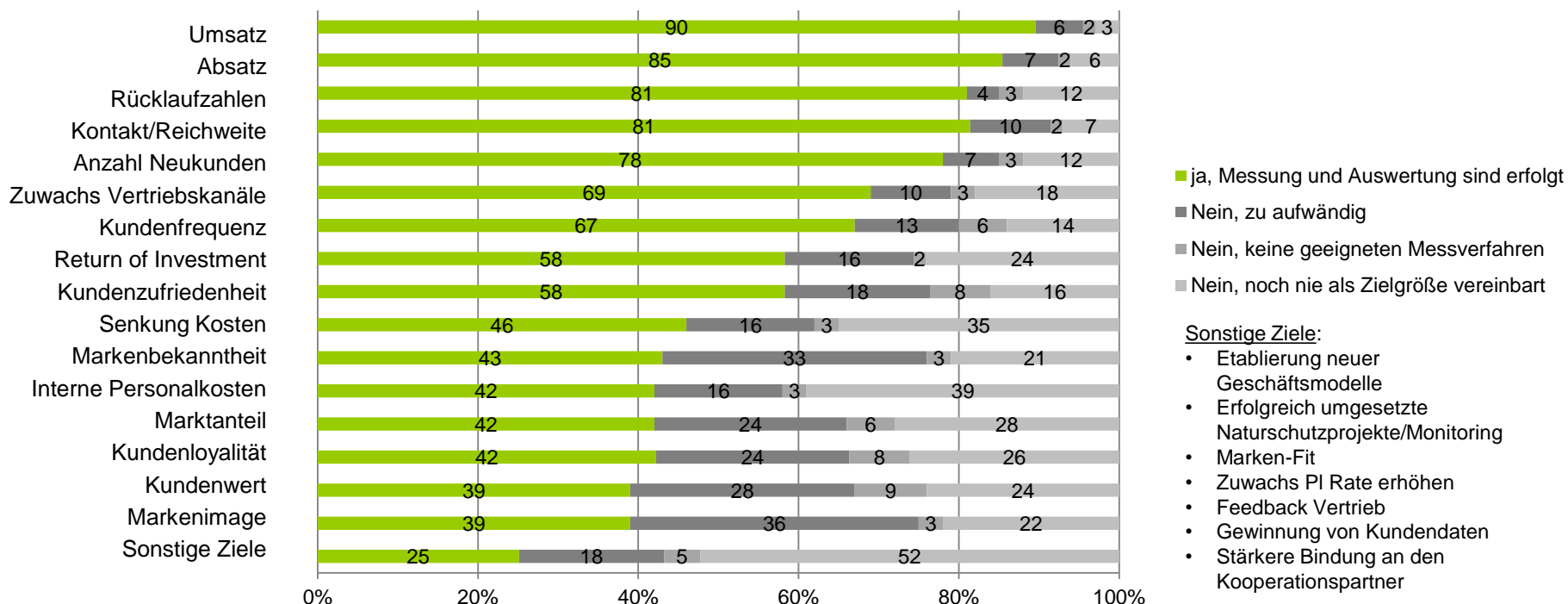


Quelle: Studie connecting brands

Teilnehmerbefragung CO-BRANDS 2016, n = 67

Welche Messgrößen haben Sie schon einmal untersucht, um den Erfolg einer Markenkooperation auszuwerten ?

- alle Angaben in % -



- Sonstige Ziele:**
- Etablierung neuer Geschäftsmodelle
 - Erfolgreich umgesetzte Naturschutzprojekte/Monitoring
 - Marken-Fit
 - Zuwachs PI Rate erhöhen
 - Feedback Vertrieb
 - Gewinnung von Kundendaten
 - Stärkere Bindung an den Kooperationspartner

Quelle: Studie connecting brands

Teilnehmerbefragung CO-BRANDS 2016, n = 67

Looking forward to connecting you!

connecting brands –
cooperation marketing agency GmbH
Moorfuhrweg 17 | 22301 Hamburg

Tel.: 040 / 8819026-30

Fax: 040 / 8819026-31