



Rangfolge für **positiven**
Werbestil

Das kleine 1x1 der Werbung

Personen vor Sachen, Gesichter vor Personen
und Augen vor Gesichter!



Ihr Partner für knifflige Aufgaben

www.gordana-uzelac.de



Knifflige Aufgaben sind unser Spezialgebiet

Sie suchen einen kreativen Kopf, der Ihre Ideen mit fundiertem Wissen umzusetzen weiß? Dann sind Sie bei uns genau richtig. Bei uns zeigt sich das Wort knifflig von seiner positivsten Seite. Es ist ein klares Bekenntnis zur Individualität unserer Kunden und zu ihrer individuellen und persönlichen Betreuung. Denn wir haben unsere Agentur nicht aufgebaut, um besonders viele, sondern um besonders zufriedene Kunden zu betreuen.

Gordana Uzelac, Agentur für Kommunikation



Zu unseren Kunden zählen regionale Energieversorger wie die Stadtwerke Pforzheim oder internationale Industrieunternehmen wie die BMW AG oder die Kramski Gruppe.

Werbebotschaften werden vom Werbestil beeinflusst

Wussten Sie, dass positive Werbestile und die für die Werbung eher ungeeigneten negativen Werbestile, wie zum Beispiel Tod oder Hässlichkeit, besonders gut behalten werden? Am wenigsten wird der neutrale Werbestil, der auf Sachlichkeit und reiner Information basiert, erinnert. Durch den Einsatz von positiven Verstärkern (Schlüsselreizen) wie Erotik, Tiere, Kinder oder Augen, kann der Behaltens- und Aufmerksamkeits-Effekt erhöht werden.



Mit Sicherheit gut aufgehoben: www.gordana-uzelac.de
Agentur für Kommunikation, Karlsruhe

Kleckern bringt mehr als Klotzen

Wussten Sie, dass die Erinnerung der Werbebotschaft bei gleichmäßiger Verteilung der Werbeaktivitäten stetig mit jedem zusätzlichen Kontakt ansteigt? Im Gegensatz dazu steigt der Lernerfolg bei kurzen, intensiven Werbeaktionen zwar schneller und relativ hoch an, die Erinnerungsleistung der Werbebotschaft fällt jedoch rasch wieder ab, wenn keine weitere Werbung erfolgt.