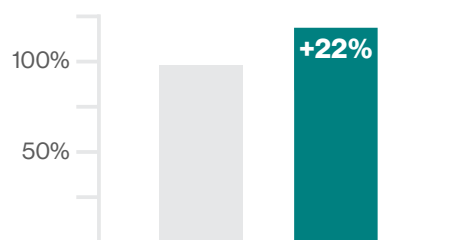
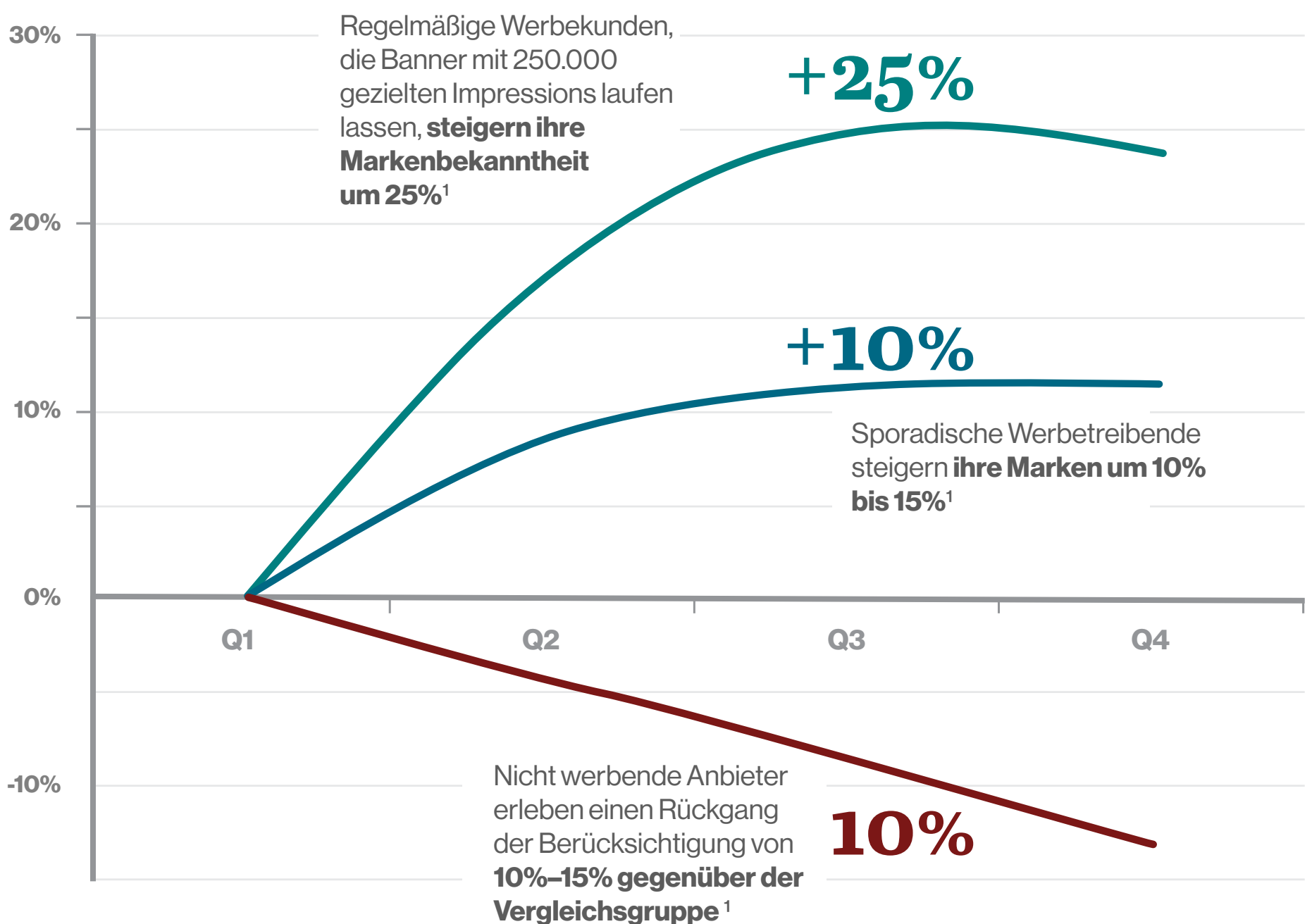


# Warum Brand Investments unerlässlich sind?

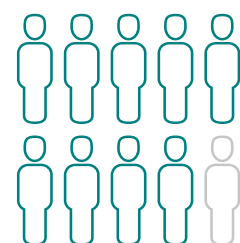
Die intensive Konzentration auf die Nachfragegenerierung und den direkt damit zusammenhängenden ROI haben für viele Unternehmen zu einem „Tunnelblick“ geführt. Daher zögern sie, ihr Brand Investment zu erhöhen - einige haben ihre Ausgaben sogar deutlich gesenkt. Doch ist dies auch wirklich eine gewinnbringende Strategie?



## Stetige Markeninvestitionen erhöhen die Markenbekanntheit



Wenn Interessenten gleichzeitig durch Banner und E-Mails angesprochen werden, **steigt die Klickrate um 22%**<sup>2</sup>



**90% der C-Suite-Käufer geben an**, dass die Marke mäßig bis signifikant **Einfluss auf die Kaufentscheidung hat**<sup>3</sup>

### Informationsquellen

<sup>1</sup> TechTarget analysis of 426 campaigns from 109 midmarket vendors, Jan 2015-Dec 2016  
<sup>2</sup> TechTarget test of 185,000 in-market prospects, control group vs. exposed group, 2017  
<sup>3</sup> <https://www.siriusdecisions.com/blog/the-missing-link-brand-in-the-siriusdecisions-demand-waterfall>