

# Werbeanalyse-Instrument



## FAKTEN

Produkt	
Produktgruppe	
Marke	
Produktbezeichnung	
Hersteller	
Werbemittel	
Format	
Geschaltet in	
Kernzielgruppe	

## ANALYSE

Produktpositionierung/Kernaussage (USP). Was macht das Produkt einzigartig?	
Produkthauptvorteile <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Rational</li><li>▶ Emotional</li><li>▶ Sensuell</li></ul>	
Beweisführung (Reason for believe/reason why)	
Ausführung (Kreative Methode/Psycho-Technik)	
Stil/Tonalität	

- ▶ Design
- ▶ Werbung
- ▶ Dialog
- ▶ Internet