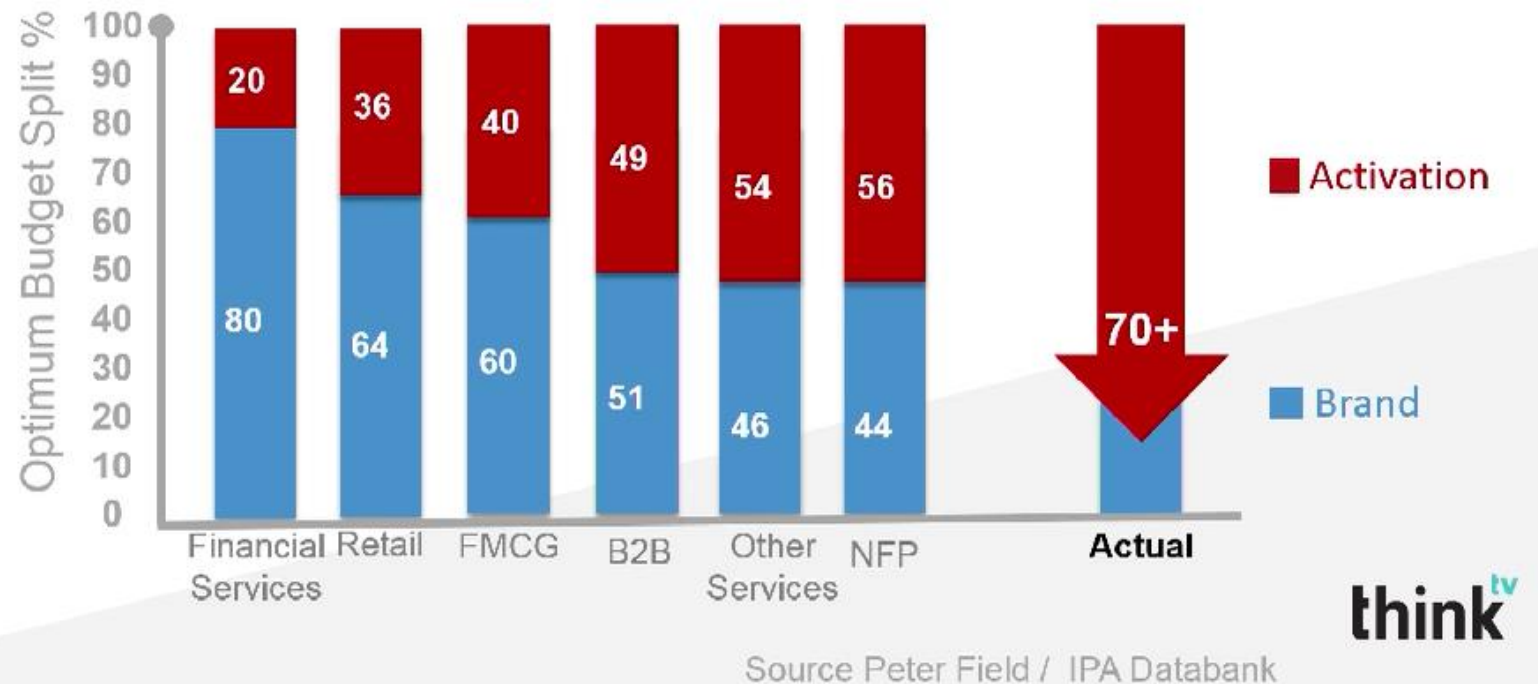


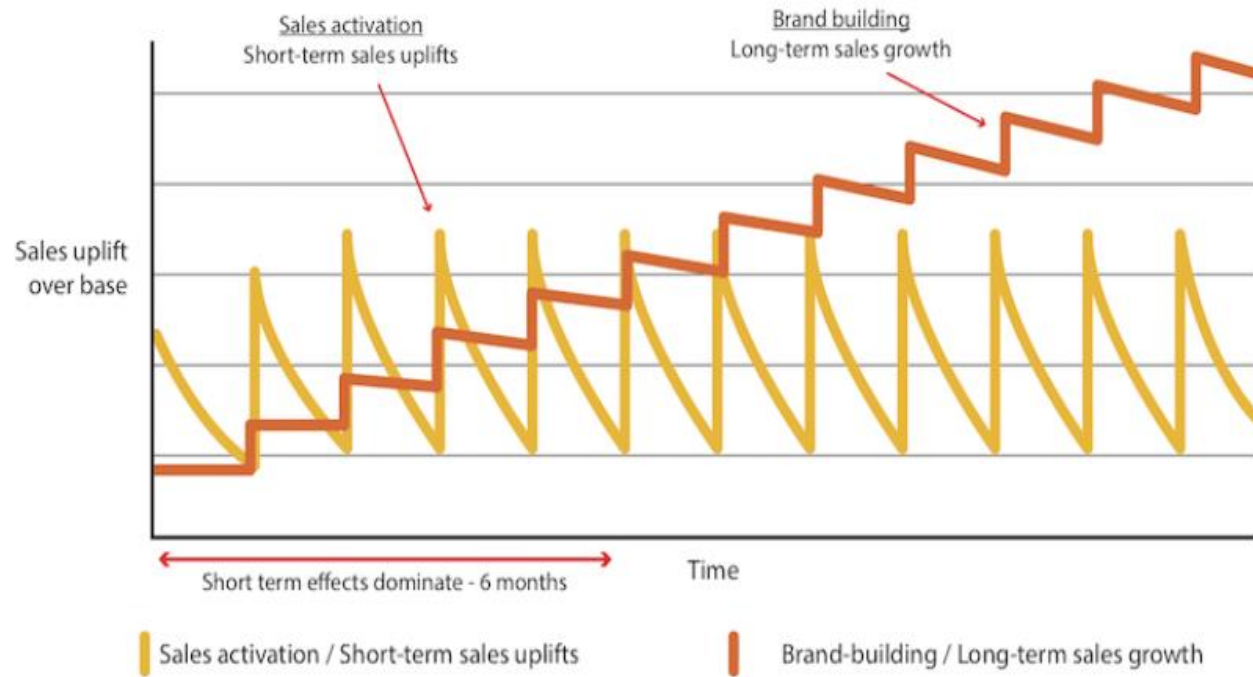
Shift van product naar merk



- Brand building is de belangrijkste driver voor lange termijn groei en winst, binnen finance nog sterker dan bij andere sectoren!
- Sales activation speelt een secundaire rol: het heeft effect op de korte termijn efficiëntie.
- Hoogte budget: SOV

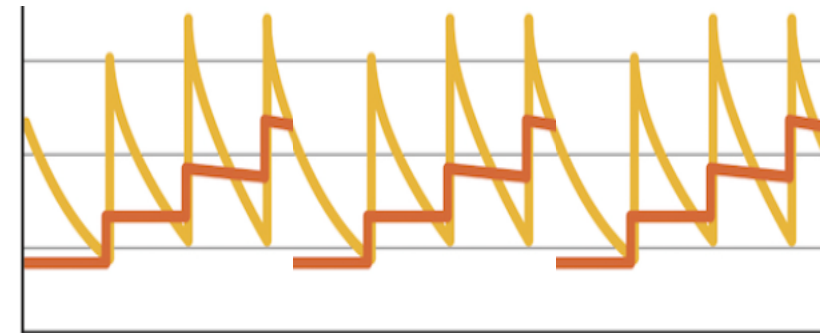
The Long & The Short of It

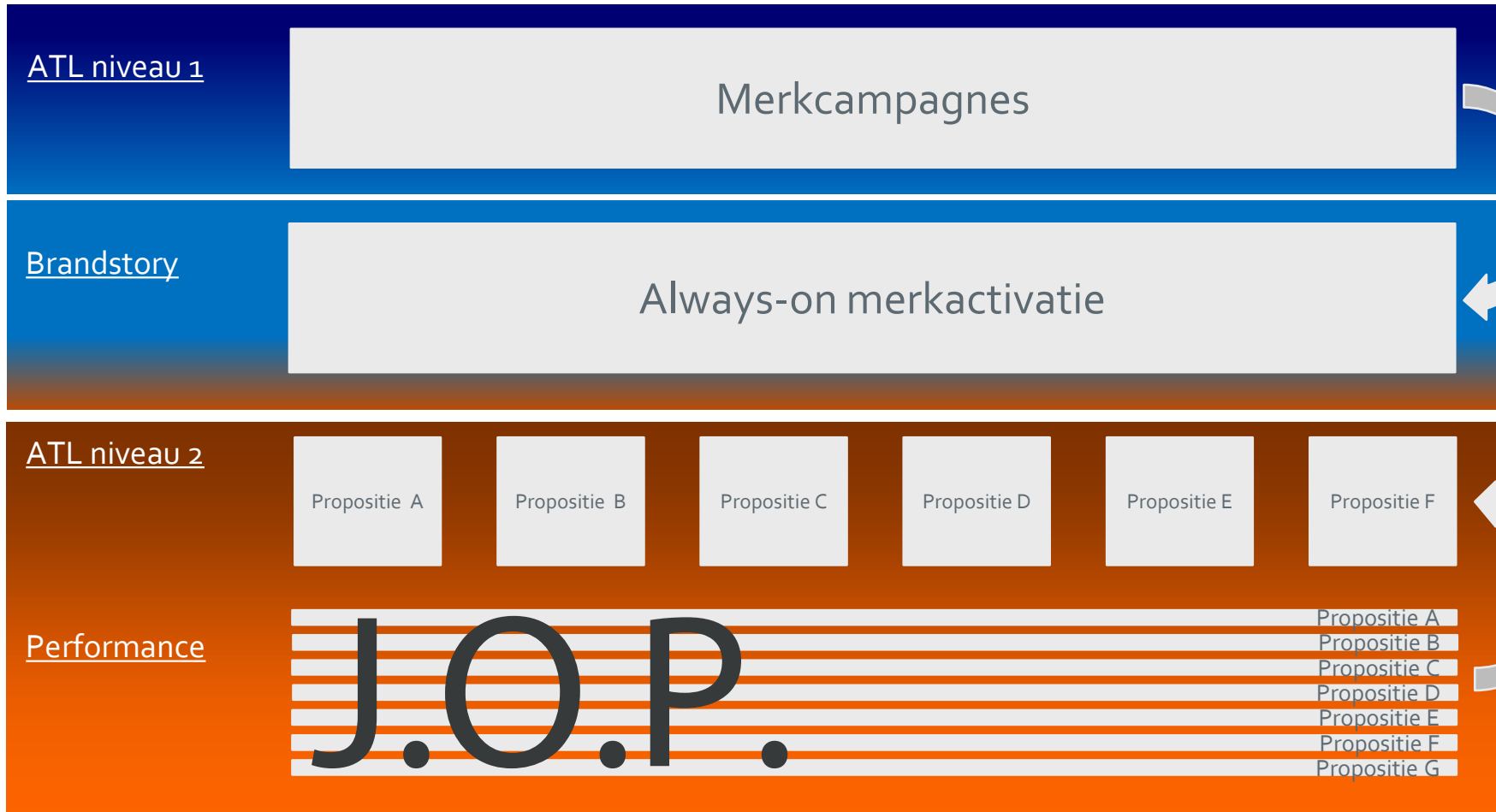
Brand-building and sales activation work over different timescales



Source: Les Binet and Peter Field, *Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era*, IPA, (Figure 02)

Lange termijn \neq 1+1+1





Journey Owned Paid

Consistentie

Coherentie

Continuïteit