

Customer Benefit Index[©]

Welche Botschaft und welches Image soll beim Arzt hängen bleiben?

ARTEN VON NUTZEN	MOTIVATION
ZDF/Eigenschaften des Präparates	<p>1 Gering</p> <p>Na und?</p>
Vorteile	<p>3 Mittel</p> <p>Na und?</p>
<p>Kundenzentrierter, emotional attraktiver Nutzen für den Arzt</p> <p>(Ergeben sich aus dem Präparat oder dem Image des Unternehmens)</p>	<p>5 Hoch</p>

