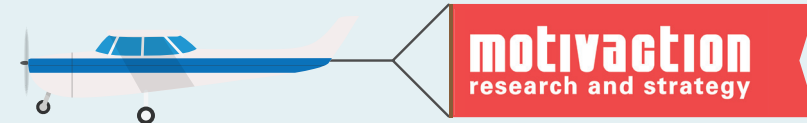


BrandTracker Reizen: reis mee met uw merk-kpi's



Hoe gewild is uw merk?

Alle marketing- en communicatieactiviteiten hebben dezelfde fundamentele basisdoelstelling: bijdragen aan de 'wantability' van een merknaam. Wanneer een product of merk 'gewilder' is dan dat van de concurrenten, zullen consumenten een grotere neiging hebben om dit merk ook daadwerkelijk te gebruiken (aangenomen dat andere marktomstandigheden zoals verkrijgbaarheid en prijs geen belemmering vormen) en zal dit leiden tot daadwerkelijk aankoopgedrag.

Motivaction meet uw merkkracht

In hoeverre heeft u zicht op de ontwikkelingen van uw merk en hoe krachtig zijn die vergeleken met concurrerende organisaties? En heeft u alle aspecten scherp in beeld die daarbij een rol spelen? Wij gaan er bij brandtrackingonderzoek vanuit dat de merkkracht bestaat uit rationele én emotionele bouwstenen, ontleent aan de theorie van Keller. Al deze bouwstenen samen geven inzicht in de merkkracht.



K.L. Keller: A blueprint for creating strong brands

Reis mee met uw merk-kpi's

BrandTracking biedt merken en organisaties de kans om belangrijke merk-kpi's zoals merk-bekendheid, merkvoorkeur en imago te meten en te volgen in de tijd. Een regelmatige 'vinger

aan de pols' maakt het mogelijk veranderingen tijdig te signaleren en op basis daarvan de marketing- en communicatie- activiteiten te evalueren en bij te sturen. De ervaring leert dat merkvoorkeur en imago zaken zijn die geen grote fluctuaties laten zien binnen een kort tijdsbestek. Communicatiecampagnes zullen bijvoorbeeld op de lange termijn een bijstelling van het imago kunnen veroorzaken, maar nooit op de korte termijn. Om deze reden meten wij alle merk-kpi's eens per kwartaal.

Wat levert het u op?

Onze ervaring leert dat bij het monitoren van merk-kpi's vaak dezelfde onderwerpen meegenomen worden. Daarom bundelen wij de krachten en komen tot een efficiënte opzet. Laat uw merk vier keer per jaar meelopen in een branche-overkoepelende BrandTracker. Dit geeft u:

- Inzicht in de effectiviteit van uw merkstrategie
- Inzicht in de ontwikkelingen van uw merk
- Inzicht in uw merkkracht ten opzichte van concurrenten (benchmark)
- Een efficiënt handvat om inzichten te verzamelen

Doe mee aan de BrandTracker Reizen

De opzet ziet er als volgt uit:

- Online, 4 metingen per jaar (1 keer per kwartaal)
- Standaard vragenlijst met ruimte om eigen merkwaarden te toetsen
- Representatieve steekproef: n=2.000 Nederlandse vakantiegangers van 18-75 jaar
 - Mogelijkheden voor analyses van relevante subdoelgroepen, zoals specifieke leeftijdscategorieën, type reizigers zoals zoonanbidders of reislustigen en Mentality-milieus*
- Elke kwartaal een visuele onepager met uw scores ten opzichte van de 3 grootste concurrenten

Start BrandTracker: januari 2016

Aanleveren merkwaarden: eind december 2015

Investering: € 8.000,- per jaar (4 metingen)**

* Mentality is het unieke waarden- en leefstijlonderzoek van Motivaction dat een effectieve kijk geeft op doelgroepenindeling en -benadering. Zie voor meer informatie: motivaction.nl/mentality

** Exclusief 21% btw

