



# Retail Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

**Hendrik Beerda .**  
brand consultancy

## Inhoud

- Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™
- Retail Merkenonderzoek
- Hendrik Beerda Brand Consultancy

# Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

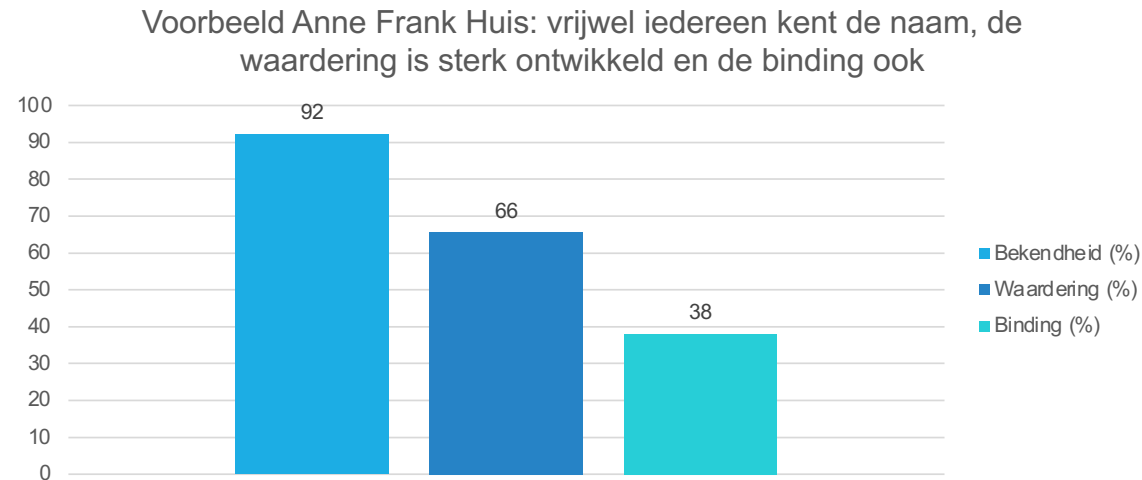
## Merkenonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- BrandAlchemy™ is een onderzoeksmodel waarmee diep inzicht in merken wordt verkregen
- Het model is met de **Universiteit van Amsterdam** ontwikkeld
- Grootschalig merkenonderzoek met BrandAlchemy™ vindt plaats in de boeken-, cultuur-, dagattractie-, evenementen-, goederdoelen-, **retail**-, sponsor- en sportsector en voor steden, streken en provincies
  - Door het matchen van de onderzoeksresultaten uit de verschillende sectoren kunnen gewenste (promotie)partners worden geselecteerd
- Sinds 2006 zijn **3.500 merken** onderzocht en hebben **900.000 respondenten** aan de merkenonderzoeken deelgenomen

## Theoretische basis van merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- Een **sterk merk** ontwikkelt zich in 3 fasen:

1. Bekendheid
2. Waardering
3. Binding



- Merkkraacht wordt in het model verklaard door de invulling van de **merkpersoonlijkheid** en **merkprestatie**
- Merkkraacht heeft een sterke invloed op het **(koop)gedrag** van mensen

# Retail Merkenonderzoek

# Retail Merkenonderzoek in de pers

**[onderzoek] Aandeel online winkelen omhoog - vooruitzichten Wehkamp somber**



Bron: MarketingTribune, 16 april 2020

**'AH heeft vriendelijkste personeel'**

Bron: Distrifood, 10 april 2019

**Drie supermarkten in top lijst sterke merken**

Bron: Distrifood, 5 april 2019

**Expert verliest het meest aan retailmerkkraft**

Bron: Adformatie, 10 april 2018

**De retailapocalyps is nog lang niet afgewend**



Bron: Trouw, 11 april 2017

**'Coolblue, Primark en Zalando zijn de groeimarkten van de toekomst'**

Bron: Emerce, 10 april 2019

**MVO niet belangrijk in keuze consument voor retailmerk**

Een goede prijs/kwaliteitverhouding is het belangrijkste voor de consument.

Bron: Adformatie, 10 april 2017

**Hema stormt de Top 3 binnen van sterkste winkelmerken**



Bron: NieuwsTribune, 21 april 2021

**Positionering Hudson's Bay is nooit oké geweest in Nederland**

Bron: CustomerTalk, 2 september 2019

**Een merk neerzetten? Speel in op de inflatie**



Beeld Nanne Meulendijks

Ieder winkelbedrijf wil graag een geliefd merk zijn. Maar voor de Nederlandse consument telt vooral de prijs.

Bron: Trouw, 22 april 2022

## Onderzoeksaanpak

- Het Retail Merkenonderzoek meet **sinds 2015** de kracht, het imago en de groeikansen van de grootste retailmerken van Nederland
- In **2 stappen** wordt het onderzoek uitgevoerd:
  1. Selectie van de **100 grootste retailers** op basis van omzet
  2. Onderzoek van deze 100 merken op **40 factoren**:
    - Merkkraacht, bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding
    - Merkpersoonlijkheid (16 factoren)
    - Merkprestatie (18 factoren)
    - Aankoopintentie
    - Aankoop
    - Groeiverwachting



## Analysemogelijkheden

- Het Retail Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie**, het **marketingplan** en de selectie van **(promotie)partners**
- Concrete **resultaten** van een merkanalyse zijn:
  - Imago-ontwikkeling, sterkten, zwakten en groeikansen
    - Onder verschillende doelgroepen
    - Ten opzichte van de concurrentie
    - Op basis van beschikbare onderzoeksgegevens vanaf 2015
  - Praktisch advies voor merkversterking en omzetgroei
  - Selectie van gewenste (promotie)partners
    - Door koppeling met de resultaten van andere merkenonderzoeken
  - Evaluatie van bestaande partnerships

# Hendrik Beerda Brand Consultancy

## Hendrik Beerda Brand Consultancy

- Hendrik Beerda is zelfstandig merkadviseur met **28 jaar ervaring** in marketing (Grolsch, Henkel en KPN) en brand consultancy (o.a. Albert Heijn, Amstel en Vodafone)
- Hendrik Beerda geeft advies aan organisaties van elke omvang - van startup tot multinational - en werkt regelmatig met **retailorganisaties**, waaronder Albert Heijn, ALDI, Big Bazar, de Bijenkorf, Bruna, Coop, DA, Dille & Kamille, HEMA, Intertoys, Libris, Praxis, vanHaren en wehkamp
- Bij de uitvoering van de opdrachten werkt Hendrik Beerda samen met een **vast team van specialisten** in marktonderzoek, doelgroepsegmentatie en economische merkwaaardering
- De **Universiteit van Amsterdam** is de vaste samenwerkingspartner bij het merkenonderzoek

 UNIVERSITEIT  
VAN AMSTERDAM

