



Boekensector Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

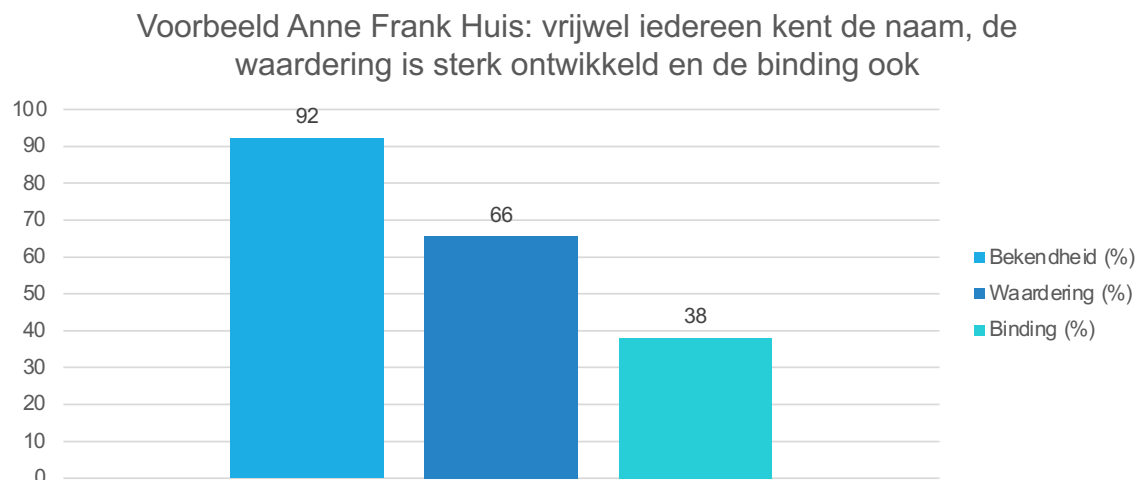
Merkenonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- 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-, goededoelen-, 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
- BrandAlchemy™ vormt ook de basis van het **Continu Bezoekersonderzoek** met 400 deelnemende vrijetijdsorganisaties, waaronder bibliotheken ([klik voor meer informatie en uitleg](#))
- 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

Boekensector Merkenonderzoek

Boekensector Merkenonderzoek in de pers

Jongeren lezen steeds minder? TikTok biedt boekenbranche hoop

Bron: NOS, 21 augustus 2022

Kinderboekenweek belangrijkste promotor Nederlandse boekensector



Bron: inct, 2 oktober 2018

Boekensector verliest 16% merkwaarde door corona én vergrijzing

Bron: MarketingTribune, 17 augustus 2022

Maandelijks verkooppiek na DWDD gestopt

Bron: Het Parool, 27 mei 2020

Carry Slee sterker merk dan Harry Mulisch

Bron: Trouw, 16 juli 2010

Jan Terlouw schrijver met sterkste reputatie

Bron: Trouw, 13 juli 2010

'Uitgeverijen zijn zwakke merken'

Bron: Boekblad, 8 augustus 2012

Merkracht 'de Bibliotheek' groeit

Bron: Bibliotheekblad, 3 oktober 2018

Boekensector boekt flinke reputatiewinst, dankzij topauteurs als Carry Slee en Saskia Noort

Bron: Adformatie, 14 juni 2016



Bron: nu.nl, 7 augustus 2012

Merken A.W. Bruna en De Bezige Bij grootste effect op boekverkoop

Bron: Boekblad, 2 juni 2020



Bron: Retailnews, 17 augustus 2022

Onderzoek onder de totale bevolking boven 18 jaar

- Het Boeken Merkenonderzoek meet **sinds 2010** de reputatie van alle partijen die een rol spelen in de Nederlandse boekensector
- Het onderzoek wordt in **2 fasen** uitgevoerd:
 1. Meting van de **spontane bekendheid** in de verschillende segmenten
 - Het onderzoek heeft betrekking op alle 1. Nederlandse auteurs (m/v), 2. boekwinkel(keten)s en aanbieders van ebook-abonnementen, 3. boekevenementen en -promotiecampagnes, 4. illustrators/tekenaars/vormgevers voor boeken (m/v), 5. literatuurprijzen, 6. uitgeverijen en 7. uitleners van boeken

Voorbeeldvraag 1^e onderzoeksfase:

'Welke boekwinkels, online boekwinkels, boekwinkelketens en boekenclubs kent u?'

2. Nader onderzoek van de 50 spontaan bekendste merken
 - Onderzoek op de onderdelen **merkkracht** (bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding), **merkpersoonlijkheid** (16 factoren) en **merkprestatie** (17 factoren)
 - Ook worden de **intentie tot aankoop/lidmaatschap** en **groeiverwachting** gemeten
- Vanaf 2022 wordt dit onderzoek **jaarlijks** uitgevoerd

Analysemogelijkheden

- Het Boekensector Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie**, het **marketingplan** en de **selectie van (promotie)partners**
- Concrete **resultaten** van een merkanalyse zijn:
 - Reputatie-ontwikkeling, sterkten, zwakten en groeikansen
 - Onder verschillende doelgroepen
 - In vergelijking met de concurrentie
 - Op basis van beschikbare onderzoeksgegevens vanaf 2010
 - Praktisch advies voor merkversterking en (omzet)groei
 - Selectie van (promotie)partners die - wat betreft merkkracht en reputatie - het best aansluiten bij het eigen merk
 - Door koppeling met de resultaten van andere merkenonderzoeken, waaronder het Sponsor Merkenonderzoek
- De merkanalyse wordt **op maat** uitgevoerd nadat met de opdrachtgever overleg is geweest over de (merk)vraagstukken en doelgroepen die bijzondere aandacht verdienen en over de merken waarmee een benchmark-analyse dient worden uitgevoerd

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 in de boekensector, waaronder Bruna, CPNB, KB, Libris, Meulenhoff Boekery, OBA, Storytel en Vereniging van Openbare Bibliotheken
- 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

