



Sportsector Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

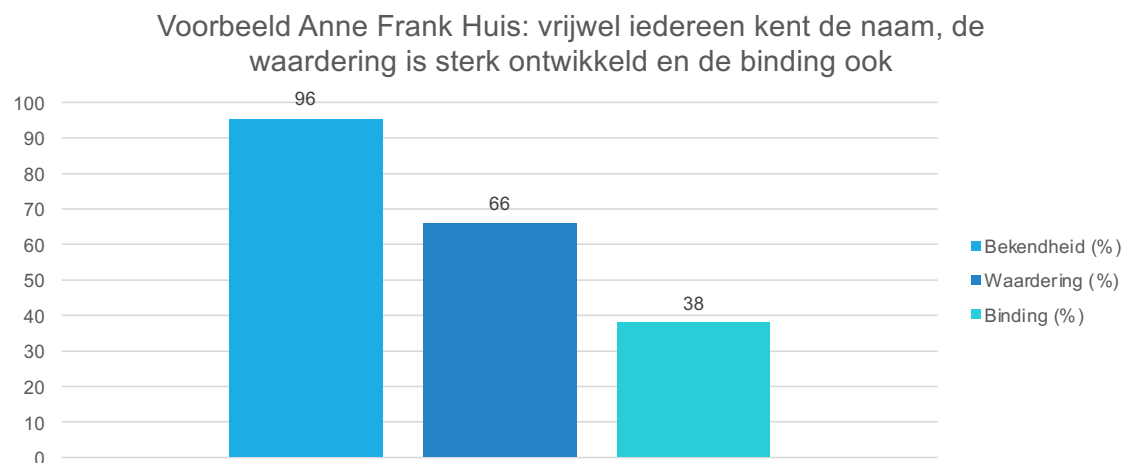
Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- 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 (sponsor)partners worden geselecteerd
- BrandAlchemy™ vormt ook de basis van het **Continu Bezoekersonderzoek** met 350 deelnemende vrijetijdsorganisaties ([klik voor meer informatie en uitleg](#))
- Sinds 2006 zijn **3.500 merken** onderzocht en hebben **950.000 respondenten** aan de merkenonderzoeken deelgenomen

Theoretische basis van merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

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

1. Bekendheid
2. Waardering
3. Binding



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

Sportsector Merkenonderzoek

Sportsector Merkenonderzoek in de pers

Vierdaagse populairder dan voetbal en Formule 1: 'Hier kan iedereen kampioen worden'

Bron: Omroep Gelderland, 27 oktober 2022



▲ De Kuip is het populairste sportcomplex van Nederland. © ADP

De Kuip en Ahoy populairder bij publiek dan Arena

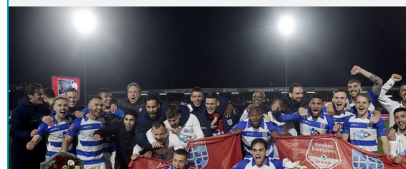
Bron: AD, 8 augustus 2018

Elfstedentocht nog altijd meest geliefde sportevenement

Bron: SportnNext, 27 oktober 2022

Straalt het succes van een voetbalclub af op de thuisstad? 'Positief voor het gevoel'

27-04-2023 16:44 BinnenLand Auteur: Mara Werner



Bron: EenVandaag, 27 april 2023

Ajax passeert Feyenoord als populairst clubmerk



Bron: MarketingTribune, 1 augustus 2018

ADO Den Haag een van de populairste clubs van Nederland: 'Stoer met sympathieker randje'

Bron: Omroep West, 1 augustus 2018

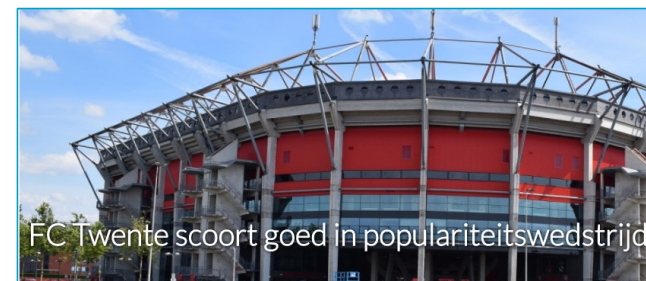
Onderzoek wijst uit: Oranje Leeuwinnen populairder dan Ajax



Bron: Vandaag Inside, 10 september 2020

FC Utrecht en Kampong populairste sportclubs provincie Utrecht

Bron: RTV Utrecht, 25 juni 2019



FC Twente scoort goed in populariteitswedstrijd

Bron: Twente FM, 10 september 2020

Onderzoek onder de totale bevolking boven 18 jaar

- Het Sportsector Merkenonderzoek meet **sinds 2010** de reputatie van alle Nederlandse sportorganisaties
- Het nationale onderzoek wordt in **2 fasen** uitgevoerd:
 1. Meting van de **spontane bekendheid** van alle organisaties in de Nederlandse sportsector
 - Het onderzoek heeft betrekking op alle Nederlandse 1. sportaccommodaties, 2. sportclubs en -teams, 3. sportevenementen en -competities, 4. sportkoepels en -bonden

Voorbeeldvraag 1^e onderzoeksfase:

'Welke Nederlandse sportclubs, sportploegen en sportteams kent u?'

2. Nader onderzoek van de 100 spontaan bekendste organisaties
 - Onderzoek op de onderdelen **merkkracht** (bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding), **merkpersoonlijkheid** (16 factoren) en **merkprestatie** (17 factoren)
 - Ook worden de **intentie tot bezoek/lidmaatschap** en **groeiverwachting** gemeten
- Vanaf 2022 wordt dit onderzoek **jaarlijks** uitgevoerd

Onderzoeksaanpak op provincieniveau

- In de oneven jaren wordt **per provincie** een onderzoek uitgevoerd naar de merkontwikkeling van het vrijetijdsaanbod, waaronder alle sportclubs, sportaccommodaties en sportevenementen
- Het onderzoek maakt duidelijk wat de **merkpositie** van de vrijetijdsorganisaties is onder de provinciebewoners
- Per provincie wordt de **spontane bekendheid** van alle vrijetijdsorganisaties gemeten en vervolgens van de 50 spontaan bekendste organisaties ook de **geholpen bekendheid**, **waardering** en **binding**



Analysemogelijkheden

- Het Sportsector Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie**, het **marketingplan** en de **selectie van (sponsor)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 (bezoekers)groei
 - Selectie van (sponsor)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 sportorganisaties en eventuele andere 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 **sportsector**, waaronder de Atletiekunie, ABN AMRO Open, Feyenoord, HC Bloemendaal, KNHB, KNLTB, KNVB, Olympisch Stadion Amsterdam en PSV
- Bij de uitvoering van de opdrachten werkt Hendrik Beerda samen met een **vast team van specialisten** in marktonderzoek, doelgroepsegmentatie en economische merkwaardering
- De **Universiteit van Amsterdam** is de vaste samenwerkingspartner bij het merkenonderzoek

