



Sponsor Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

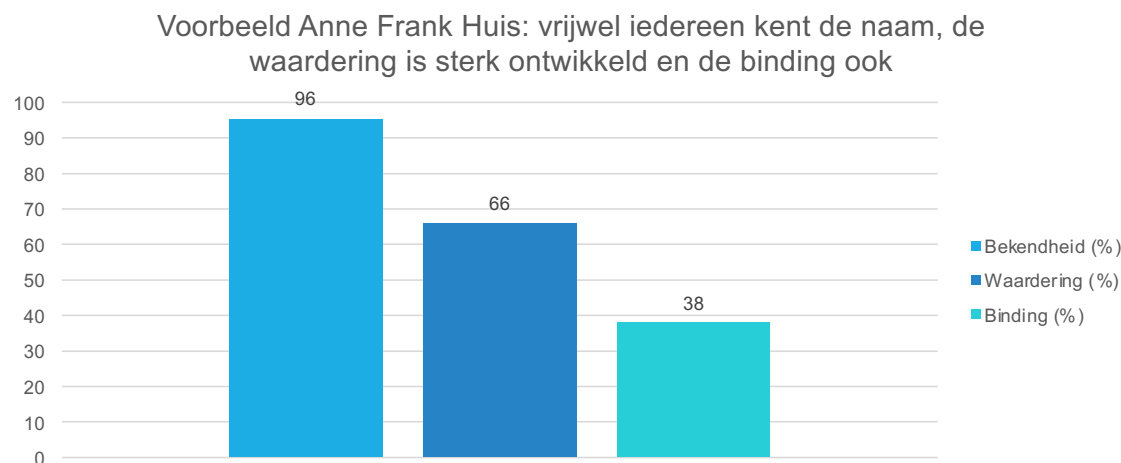
Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- 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- en promotiepartners worden geselecteerd
- Sinds 2006 zijn **3.500 merken** onderzocht en hebben **1 miljoen 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

BrandAlchemy™ in de pers



Heineken kript imago op als titelsponsor Dutch Grand Prix

Bron: Fonk, 22 augustus 2023



Bron: Boekmanstichting, 23 april 2020

Pinkpop één van de populairste evenementen van Nederland

Bron: De Limburger, 4 juli 2018

Blaren, bier en gladiolen: wandelvierdaagse levert 50 miljoen euro op

Bron: RTLZ, 16 juli 2019

'AH heeft vriendelijkste personeel'

Bron: Distrifood, 10 april 2019

Prijsbewuste winkels profiteren van hoge inflatie

Door GABRIËL OUDERKERK
Updated 1 uur geleden · Gewoon, 10:48 in FINANCIËL

43 Lees voor

AMSTERDAM - De prijsstelling van winkels is in deze inflatietijd een van de belangrijkste pijlers voor groei. In de Top 10 retailmerken met de hoogste groeiervachting in 2022 staat Bol.com op één, gevolgd door Action en Lidl. Aldi (?) staat voor het eerst in de groeiotop, terwijl Albert Heijn uit de lijst is verdwenen. Dat blijkt uit het Retail Merkenonderzoek 2022 van Hendrik Beers Brand Consultancy.

Bron: Telegraaf 25 april 2022

Bol.com weer sterkste retailmerk, gevolgd door Hema en Albert Heijn

Bron: Twinkle, 22 april 2022

Nederlanders hebben liever Elfstedentocht dan OS

Bron: Adformatie, 11 februari 2010



Bron: AD, 8 maart 2011



Bron: Marketing Report, 23 augustus 2023

Eurosonic Noorderslag levert de stad Groningen bijna 5 miljoen op

Bron: Dagblad van het Noorden, 26 november 2018



Bron: nu.nl, 5 augustus 2016

Sponsor Merkenonderzoek

Onderzoeksaanpak

- Het Sponsor Merkenonderzoek meet **sinds 2008** de kracht, het imago en de groeikansen van de grootste sponsormerken van Nederland
- Het onderzoek wordt in **2 stappen** uitgevoerd:
 1. Selectie van de **50 grootste sponsormerken** van Nederland, op basis van hun sponsorbudget
 2. Onderzoek van deze 50 merken op **38 factoren**:
 - Merkkraft, bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding
 - Merkpersoonlijkheid (16 factoren)
 - Merkprestatie (17 factoren)
 - Koopintentie
 - Groeiverwachting
- Vanaf 2022 wordt dit onderzoek **jaarlijks** uitgevoerd

Analysemogelijkheden

- Het Sponsor Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie**, het **marketingplan** en het **sponsorbeleid**
- Door een koppeling te maken met de resultaten van andere merkenonderzoeken kan uit een lijst van **1.000 merken** een selectie van **meest logische sponsorpartners** worden gemaakt
- Concrete **resultaten** van een merkanalyse zijn:
 - Analyse van het eigen merk
 - Sterkten, zwakten en groeikansen onder verschillende doelgroepen en ten opzichte van de concurrentie
 - Praktisch advies voor merkversterking en omzetgroei
 - Evaluatie van bestaande partnerships: inzicht in de potentie van deze partners om het eigen merk te versterken
 - Selectie van de sponsorpartners die het best aansluiten bij de gewenste merkpositie

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**
- 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

