



Dagattracties Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

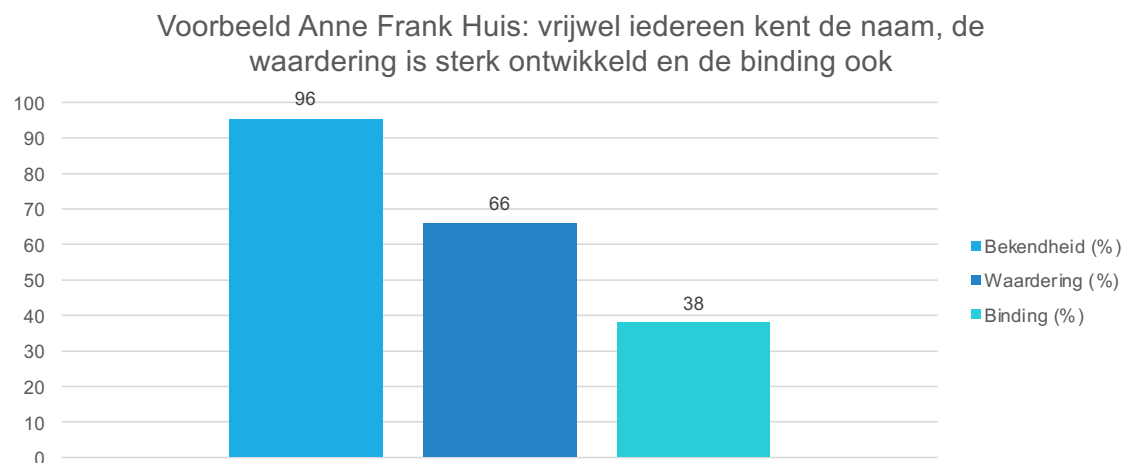
Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- 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 samenwerkingspartners worden geselecteerd
- BrandAlchemy™ vormt ook de basis van het **Continu Bezoekersonderzoek** met 400 deelnemende vrijetijdsorganisaties ([klik voor meer informatie en uitleg](#))
- 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:

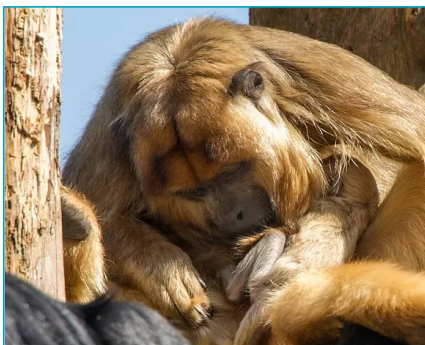
1. Bekendheid
2. Waardering
3. Binding



- 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

Dagattracties Merkenonderzoek

Dagattracties Merkenonderzoek in de pers



Apenheul wordt in de regio het meest gemist tijdens Pasen

Bron: De Stentor, 20 april 2020

Drouwenerzand gezelligste dagattractie van Nederland

Bron: RTV Drenthe, 19 augustus 2019

'Efteling en Rijksmuseum worden het meest gemist'

Bron: Nederlands Dagblad, 8 april 2020

'Groningen heeft een attractie met nationale aantrekkingskracht nodig'

Bron: Oog, 19 augustus 2019

'Dierentuinen zijn ontspannend en leerzaam. Daarom zijn ze zo populair'

Bron: AD, 9 april 2020

Artis derde op ranglijst attracties

Bron: AT5, 14 september 2010



Wat is het geheim van het populaire klimparadijs Monkey Town?

Bron: AD, 20 augustus 2019

'Efteling veruit het leukste dagje uit'

Musea steeds populairder als dagattractie

Bron: De Telegraaf, 30 augustus 2016

Corpus stijgt snelst in populariteit

Bron: Hart van Nederland, 22 augustus 2018



Nederlandse dagjestoeristen ontdekken voor het eerst Van Gogh Museum

Bron: Fonk, 17 mei 2022



Oost-Nederland domineert pretpark-onderzoek: Hellendoorn en Slagharen in de top

Bron: Tubantia, 20 augustus 2019

Beekse Bergen populairste dierentuin van Nederland, Efteling weer favoriete attractiepark

22 augustus 2018 om 10:55

[WhatsApp](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Share](#)



Bron: Omroep Brabant, 22 augustus 2018

Onderzoek onder de totale bevolking boven 18 jaar

- Het Dagattracties Merkenonderzoek meet **sinds 2010** de reputatie van alle Nederlandse dagattracties
- Het nationale onderzoek wordt in **2 fasen** uitgevoerd:
 1. Meting van de **spontane bekendheid** in de segmenten 'leerzame' en 'ontspannende' dagattracties

Voorbeeldvraag 1^e onderzoeksfase:

'Welke attractieparken, dierentuinen, bloemenparken, sportieve dagattracties en andere ontspannende dagattracties in Nederland 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 **bezoekintentie** 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 dagattracties
- 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 Dagattracties 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 dagattracties 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 vooral in de **vrijetijdssector**, waaronder Artis, Diergaarde Blijdorp, Duinrell, Het Spoorwegmuseum, Koninklijke Burgers' Zoo, Libéma, Madurodam, NEMO, Ouwehands Dierenpark Rhenen, Rijksmuseum en Toverland
- 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

