



Sponsor Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

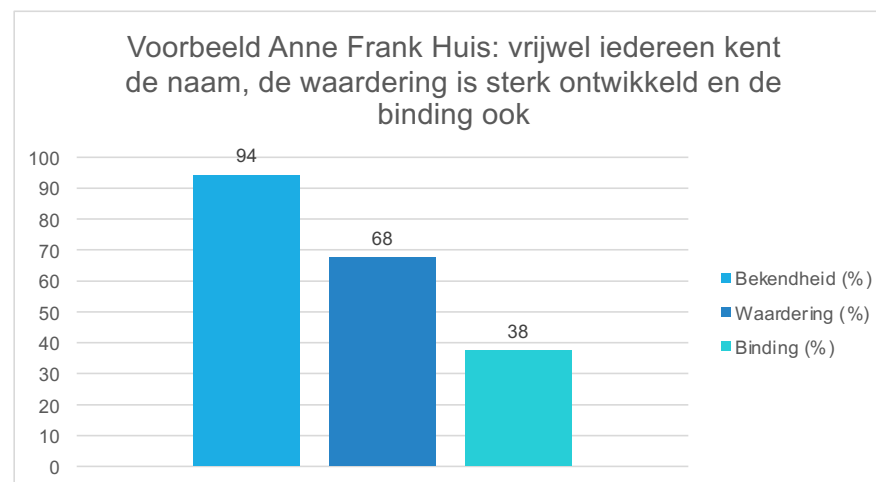
Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- BrandAlchemy™ is een onderzoeksmodel dat de kracht, reputatie en groeikansen van **duizenden merken** monitort; het model is in alle sectoren inzetbaar
- 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 hebben **1,2 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

Cultuur doet ertoe, óók economisch

Bron: Boekmanstichting, 23 april 2020

Pinkpop één van de populairste evenementen van Nederland

Bron: De Limburger, 4 juli 2018

Olympisch schaatsen in Thialf biedt kansen voor sponsors



Bron: MarketingTribune, 7 juli 2026

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

Bron: Twinkle, 22 april 2022

‘Rijksmuseum is een sterker merk dan ING’

Bron: NRC, 6 juni 2008

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

Bron: RTLZ, 16 juli 2019

‘AH heeft vriendelijkste personeel’

Bron: Distrifood, 10 april 2019

★ Albert Heijn is het sterkste sponsormerk van 2025

PostNL, DHL en MediaMarkt zijn de sterkste nieuwkomers in onderzoek Hendrik Beerda Brand Consultancy.



Bron: Adformatie, 5 december 2025

Nederlanders hebben liever Elfstedentocht dan OS

Bron: Adformatie, 11 februari 2010

Eurosonic Noorderslag levert de stad Groningen bijna 5 miljoen op

Bron: Dagblad van het Noorden, 26 november 2018

ROTTERDAM
North Sea Jazz is 75 miljoen waard
Het North Sea Jazz Festival (NSJ) vertegenwoordigt een maatschappelijke waarde van 75 miljoen euro, blijkt uit Cultureel Merkenonderzoek van Hendrik Beerda dat morgen wordt gepresenteerd. Niet alleen in cultuurwaarde maar ook financieel levert NSJ een grote bijdrage aan Rotterdam. Het levert jaarlijks 2 miljoen euro op voor de lokale economie en doet maar beperkt beroep op overheidsdiensten.

Bron: AD, 8 maart 2011



Sail Amsterdam is populairste evenement van Nederland

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 **25 jaar ervaring in brand consultancy**. In deze periode heeft hij honderden organisaties ondersteund bij de versterking van hun merk. Eerder werkte hij in verschillende (internationale) marketingfuncties bij KPN, Grolsch en Henkel.
- 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

