



Overheid Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

Introductie

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Inhoud

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

Merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

3

Hendrik Beerda .
brand consultancy

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-, **overheids-**, retail-, sponsor-, sport- en ziekenhuissector en voor steden, streken en provincies
 - Door het matchen van de onderzoeksresultaten uit de verschillende sectoren kunnen gewenste samenwerkingspartners worden geselecteerd
- Sinds 2006 zijn **3.000 merken** onderzocht en hebben **600.000 respondenten** aan de merkenonderzoeken deelgenomen

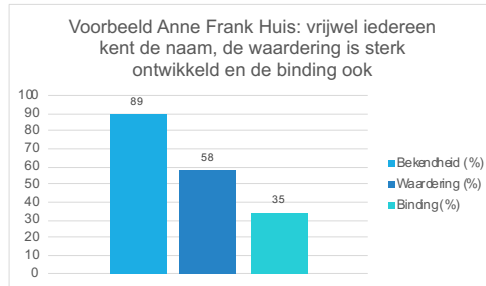
4

Hendrik Beerda .
brand consultancy

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

BrandAlchemy™ in de pers



Overheid Merkenonderzoek

7

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Onderzoeksaanpak

- Tweejaarlijks wordt de merkpositie van **alle Nederlandse overheidsorganisaties** gemeten
- In **twee stappen** wordt het onderzoek uitgevoerd:
 1. Meting van de **geholpen bekendheid** van de overheidsorganisaties
 2. Vervolgonderzoek voor de 100 bekendste organisaties op **39 factoren**:
 - Merkracht, bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding
 - Merkpersoonlijkheid (17 factoren)
 - Merkprestatie (17 factoren)
 - Contact met de organisatie
 - Verwachte, toekomstige ontwikkeling van de waardering voor de organisatie
- De reputatie van de Nederlandse gemeenten en provincies wordt sinds 2011 met het separate **Steden & Streken Merkenonderzoek** gemonitord

8

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Analysemogelijkheden

- Het Sponsor Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie** en het **communicatiebeleid**
- Concrete **resultaten** van een merkanalyse zijn:
 - Sterkten, zwakten en groeikansen van de reputatie van de organisatie, onder verschillende doelgroepen en ten opzichte van de andere overheidsorganisaties
 - Praktisch advies voor reputatieversterking
 - Selectie van partners die de reputatie van de organisatie kunnen versterken

Hendrik Beerda Brand Consultancy

Hendrik Beerda Brand Consultancy

- Hendrik Beerda is zelfstandig merkadviseur met **25 jaar ervaring** in marketing (KPN, Grolsch en Henkel) en brand consultancy (o.a. Vodafone, Amstel en Albert Heijn)
- Hendrik Beerda geeft advies aan organisaties van elke omvang, van startup tot multinational en werkt veel voor overheidsorganisaties zoals recent met de gemeentes Almere, Apeldoorn, Arnhem, Breda, Den Haag, Ede, 's-Hertogenbosch, Schiedam, Tilburg, Utrecht en Vlieland en de provincies Noord-Holland, Overijssel, Utrecht en Zeeland
- 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

