



## Inhoud

- Merkenonderzoeksmodel BrandAlchemy™
- Retail 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 (promotie)partners worden geselecteerd
- Sinds 2006 zijn **3.000 merken** onderzocht en hebben **500.000 respondenten** aan de merkenonderzoeken deelgenomen

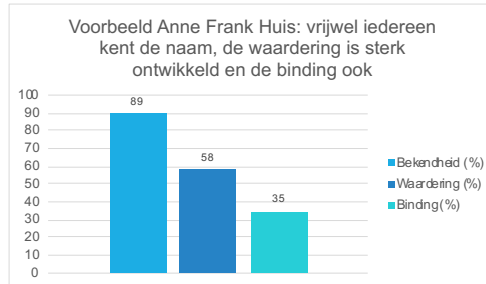
4

**Hendrik Beerda .**  
brand consultancy

## Theoretische basis van merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

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

- Bekendheid
- Waardering
- 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

5 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek 2018

**Hendrik Beerda.**  
brand consultancy

## BrandAlchemy™ in de pers



6

**Hendrik Beerda.**  
brand consultancy

# Retail Merkenonderzoek

7

**Hendrik Beerda .**  
brand consultancy

## Onderzoeksaanpak

- Jaarlijks worden de kracht, het imago en de groeikansen van de grootste retailmerken van Nederland gemeten
- In twee stappen wordt het onderzoek uitgevoerd:
  1. Selectie van de 100 grootste retailers op basis van omzet
  2. Onderzoek van deze 100 merken op 40 factoren
    - Merkkraacht, bestaande uit geholpen bekendheid, waardering en binding
    - Merkpersoonlijkheid (16 factoren)
    - Merkprestatie (18 factoren)
    - Aankoopintentie
    - Aankoop
    - Groeiverwachting

8

**Hendrik Beerda .**  
brand consultancy

## Analysemogelijkheden

- Het Retail Merkenonderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van de **organisatiestrategie**, het **marketingplan** en de **(promotie)partnerselectie**
- Concrete **resultaten** van een merkanalyse zijn:
  - Imago-ontwikkeling, sterkten, zwakten en groeikansen
    - Onder verschillende doelgroepen
    - Ten opzichte van de concurrentie
    - Op basis van beschikbare onderzoeksgegevens vanaf 2015
  - Praktisch advies voor merkversterking en omzetgroei
  - Selectie van gewenste (promotie)partners
  - Evaluatie van bestaande partnerships

## 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 regelmatig met **retailorganisaties**, zoals recent met Albert Heijn, de Bijenkorf, Bruna, Coop, DA, DEEN, Dille & Kamille, HEMA, Praxis en wehkamp
- 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

