

## Ziekenhuizen Merkenonderzoek met BrandAlchemy™

### Introductie

Sinds 2009 voert Hendrik Beerda Brand Consultancy grootschalig onderzoek uit in de Nederlandse ziekenhuissector met het merkenmodel BrandAlchemy™. De reputatie van alle ziekenhuizen wordt met dit onderzoek inzichtelijk gemaakt. De reputatiemeting van de samenwerkingsverbanden binnen de sector is in 2017 aan het onderzoek toegevoegd.

### Hendrik Beerda Brand Consultancy

Hendrik Beerda is zelfstandig merkadviseur met 24 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 heeft veel ervaring in de zorgsector, onder andere met het Albert Schweitzer ziekenhuis, Bravis ziekenhuis, Catharina Ziekenhuis, Franciscus Gasthuis & Vlietland, Gelre ziekenhuizen, HagaZiekenhuis, LUMC, OLVG, St. Anna Ziekenhuis, VieCuri, ZGT en Zuyderland. Bij de uitvoering van de opdrachten werkt Hendrik Beerda samen met een vast team van specialisten in marktonderzoek, doelgroepsegmentatie en economische merkwaaardering.

### Beschrijving van het onderzoeksmodel BrandAlchemy™

BrandAlchemy™ is een onderzoeksmodel waarmee diep inzicht in merken wordt verkregen. Het model is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld. De theorie die ten grondslag ligt aan BrandAlchemy™ is eenvoudig en breed geaccepteerd in de merkenliteratuur:

- Een succesvol merk ontwikkelt zich in drie fasen: bekendheid, waardering en binding
- Om deze drie fasen te kunnen doorlopen moet het merk een relevant onderscheidende positie innemen ten opzichte van de concurrentie: de merkpositionering
- Deze merkpositionering wordt gerealiseerd met de ontwikkeling van merkpersoonlijkheid en merkprestatie

### Inhoud van het Ziekenhuizen Merkenonderzoek

Tweejaarlijks worden de kracht, het imago en de groeikansen van de ziekenhuizen en de samenwerkingsverbanden binnen de sector gemeten. Elk ziekenhuis en samenwerkingsverband wordt op 36 factoren onderzocht: merkkracht (= bekendheid, waardering en binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (16 factoren) en verwachte toename van de waardering. Ook wordt de respondent gevraagd of hij/zij onder behandeling is geweest in een ziekenhuis en/of een ziekenhuis kent als bezoeker van een patiënt. Per ziekenhuis en samenwerkingsverband worden voldoende respondenten ondervraagd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de merkpositie op landelijk en provinciaal niveau én binnen een straal van 20 kilometer rond de ziekenhuisvestiging(en).

### Andere merkenonderzoeken met BrandAlchemy™

Met BrandAlchemy™ wordt ook merkenonderzoek uitgevoerd in de boeken-, cultuur-, dagattractie-, evenementen-, goededoelen-, retail-, sponsor- en sportsector en voor steden, streken en provincies. Het Steden & Streken Merkenonderzoek is samen met de Universiteit Utrecht tot stand gekomen. Sinds 2006 zijn met BrandAlchemy™ 3.000 merken onderzocht en hebben 500.000 respondenten aan de merkenonderzoeken deelgenomen.

# Hendrik Beerda .

brand consultancy

## Waarde van een merkanalyse op maat

Het onderzoek biedt waardevolle informatie voor de aanscherping van uw organisatiestrategie, het marketingbeleid en de benadering van (sponsor)partners. Concreet analyseresultaten zijn:

- Sterkten, zwakten en groeikansen van uw organisatie ten opzichte van de 'concurrentie', op basis van onderzoeksgegevens vanaf 2009
- Toegevoegde waarde van de samenwerkingsverbanden waarin uw organisatie deelneemt voor de reputatie
- Praktisch advies voor reputatieversterking op nationaal en provinciaal niveau én binnen een straal van 20 kilometer rond de ziekenhuisvestiging(en)
- Selectie van (sponsor)partners en ambassadeurs die - wat betreft merkkracht en reputatie - het best aansluiten bij uw organisatie

## BrandAlchemy™ in de pers



Bron: RTL Nieuws, 19 februari 2018

### Hageenes klaagt meest over eigen stad

Bron: Metro, 6 juni 2015



Bron: Telegraaf, 30 augustus 2016

### Groningen verdient jaarlijks 1,7 miljoen euro aan Noorderslag

Bron: NRC, 27 december 2011

### Max Verstappen in de lift als sportmerk,

Bron: MarketingTribune, 9 mei 2016



Bron: Binnenlands Bestuur, 1 november 2017

### Antoni van Leeuwenhoek heeft sterkste reputatie van Nederlandse ziekenhuizen

Bron: Marketingonline, 10 augustus 2017



Bron: nu.nl, 5 augustus 2016



Bron: nu.nl, 12 april 2016

### Boekensector boekt flinke reputatiewinst, dankzij topauteurs als Carry Slee en Saskia Noort

Bron: Adformatie, 14 juni 2016

### 'Rijksmuseum is een sterker merk dan ING'

Bron: NRC, 6 juni 2008



Bron: AD, 7 juni 2017



Bron: Trouw, 12 april 2017

### ROTTERDAM North Sea Jazz is 75 miljoen waard

Het North Sea Jazz Festival (NSJF) 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 NSJF 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

### Naar museum en theater ga je als je moeder het vraagt

Angeren en cultuur  
Onderzoek onder 1000 Groningers van 18 tot 28 jaar uit vijf wijken in het behel naar de voorkeur. Ervarenheid onderzocht naar theater, naar voorwerpen.



Bron: NRC, 23 maart 2017



Bron: nu.nl, 20 juli 2016