

MARKETING SCORE CARD

NAAMBEKENDHEID & IMAGO AFBOUW



Hoe staat het met de spontane en totale bekendheid van je merk? Hoe is de conversie van bekendheid naar merktrouw? Wat is het imago van je merk en sluit dit aan op de gewenste identiteit? Deze essentiële vragen worden beantwoord in de module Naambekendheid & Imago uit de BouwKennis Marketing Score Card.

De BouwKennis Marketing Score Card Naambekendheid & Imago Afbouw brengt de naambekendheid, het imago en de merktrouw in de afbouwsector in kaart. Toeleveranciers worden hiervoor verdeeld in productgroepen, waarna onder verschillende marktpartijen wordt gemeten wat de naambekendheid (top-of-mind awareness en spontane en geholpen naambekendheid), de merktrouw en de merklading (middels correspondentieanalyse) is. De resultaten worden vergeleken met de directe concurrenten, zodat je inzicht krijgt in de relatieve positie van jouw merk.

ONDERVRAAGDE MARKTPARTIJEN

- › Gipswanden > Aannemer* en montagebedrijf
- › Systeemplafonds > Montagebedrijf en bouwkundig architect
- › Tegellijm > Aannemer* en tegelzetter
- › Pleisters > Aannemer* en stukadoor
- › Daglichttoepassing > Aannemer*
- › Handel > Aannemer*
- › IJzerwarenhandel > Aannemer*

** In de Score Card Naambekendheid & Imago Afbouw meten we de kleine aannemer (< 5 fte)*

MET DIT RAPPORT WEEET JE

- › Hoe het gesteld is met de bekendheid van je merk
- › Welke imago aspecten het beste aansluiten bij jouw merk
- › Wat voor effect je merkenbeleid heeft
- › Aan de hand van een brand funnel/fuikanalyse wat de mate van merktrouw is
- › Of het imago overeenkomt met de gewenste positionering

KOSTEN

€ 2.600,- per merk uit een productgroep
€ 1.400,- per extra merk uit dezelfde of een andere productgroep
Standaardkorting van 10% voor abonnees van BouwKennis met een Basis- of Pro-pakket.

DOORGEMETEN ASPECTEN

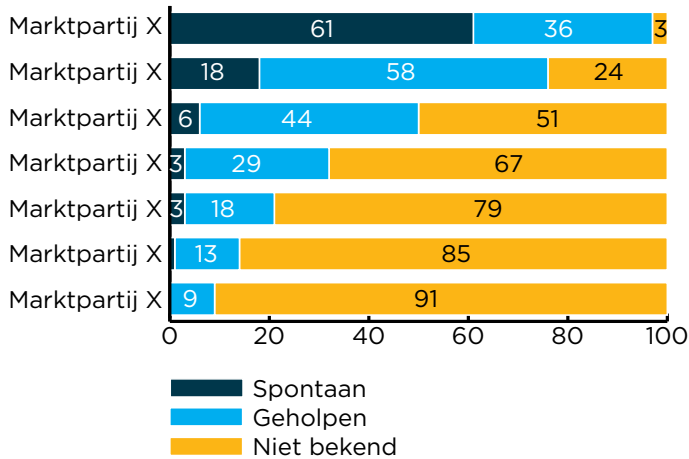
De naambekendheid wordt op vier niveaus gemeten:

- 1) Top-of-mind awareness (TOMA); percentage respondenten dat een merk spontaan als eerste noemt.
- 2) Totale spontane naambekendheid; percentage respondenten dat een merk spontaan noemt.
- 3) Geholpen naambekendheid; percentage respondenten dat een merk niet spontaan noemt, maar wel kent.
- 4) De totale spontane naambekendheid wordt gerapporteerd naar 3 regio's.





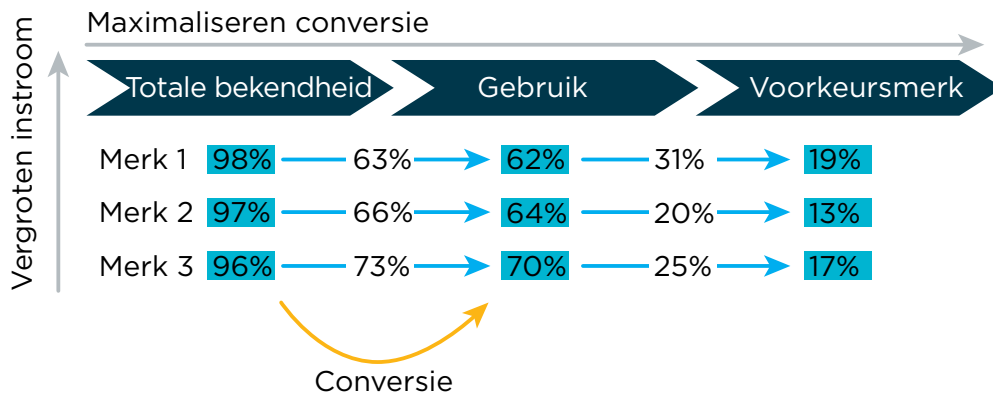
De bekendheid wordt als volgt gerapporteerd:
Totale naambekendheid groep x onder marktpartij x



Naast naambekendheid wordt ook het imago van een merk gemeten middels een correspondentieanalyse. Hierbij wordt het verband het merk en vaste aspecten op een overzichtelijke manier in kaart gebracht met als resultaat: een diagram waarin de merken en aspecten die sterk samenhangen dicht bij elkaar staan en de merken en aspecten die sterk van elkaar verschillen ver van elkaar af staan. De volgende aspecten worden gemeten:

- › Fabrikanten: duurzaam, innovatief, duur, goede kwaliteit, klantgericht, deskundig
- › Handelaren: kennispartner, duur, goede kwaliteit, duurzaam, klantgericht en volledigheid assortiment.

Tenslotte wordt aan de hand van de brand funnel/fuikanalyse de merkvoorkeur gerapporteerd. De fuikanalyse wordt voornamelijk ingezet om inzicht te krijgen in de conversie van naambekendheid naar merktrouw. De analyse brengt het hele proces in beeld van het kennen (zowel de spontane als de geholpen naambekendheid) naar het gebruiken van het merk en de merkvoorkeur. Op deze manier wordt inzichtelijk waar in de conversie nog terrein te winnen is.



MEER INFORMATIE

BouwKennis
Max Euwelaan 51
3062MA Rotterdam
T 010 206 69 96
W www.bouwkennis.nl

CONTACT

Maurice van Dijk E maurice.van.dijk@bouwkennis.nl T 06 1524 93 72
Jacco Ridderhof E jacco.ridderhof@bouwkennis.nl T 06 5266 44 18
Janneke Filius E janneke.filius@bouwkennis.nl T 06 2526 67 78
Nico van Schilt E nico.van.schilt@bouwkennis.nl T 06 1536 15 84

SOCIAL

@bouwkennis
www.bouwkennisblog.nl
www.facebook.com/BouwKennisBlog

PRODUCTGROEPEN EN BEDRIJVEN* IN DE STANDAARDMETING

Gipswanden	Systeemplafonds	Tegellijm	Pleisters	Daglichttoepassingen voor het dak	Handel	IJzerwarenhandel
Faay	Armstrong	Coba	Brander	FAKRO	Bauhaus	Breur
Fermacell	Ecophon	Forbo Eurocol	Hoeka	JET-BIK	BMN Bouwmaterialen	Destil
Gyproc	Knauf	Mapei	Knauf	Keylite	Bouwcenter	Gerritse
Knauf	Luxalon van Hunter Douglas	Omnicol	Prinssen	Luxlight	Bouwmaat	Mastermate
Siniat	OWA	PCI	SPS	Roto	Hornbach	Voskamp
	Rockfon	Schönox	STO	Skylux	Jongeneel	
			Strikolith	VELUX	PontMeyer	
					Raab Karcher	

*Ontbreekt jouw bedrijf, maar wil je wel inzicht in je naambekendheid & imago? Neem contact met ons op!