

Brand-Monitor

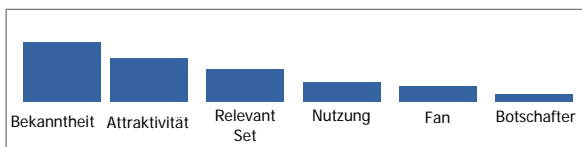
Wirksame Markenmessung

Hauptnutzen?

- ◆ aussagekräftiges Führungsinstrument für die Marke
- ◆ erfasst alle relevanten Dimensionen im Kundenbeziehungspfad
- ◆ analysiert Stärken und Schwächen einer Marke aus Sicht des Marktes
- ◆ identifiziert Anknüpfungspunkte mit grössten Potential
- ◆ Benchmarks zur wichtigsten Konkurrenz

Was wird erfasst?

Mit dem Brand-Monitor soll herausgefunden werden, wie erfolgreich eine Marke es schafft, ihre Zielgruppe von der Bekanntheit, über den Kauf bis zum aktiven Weiterempfehlen zu transferieren.



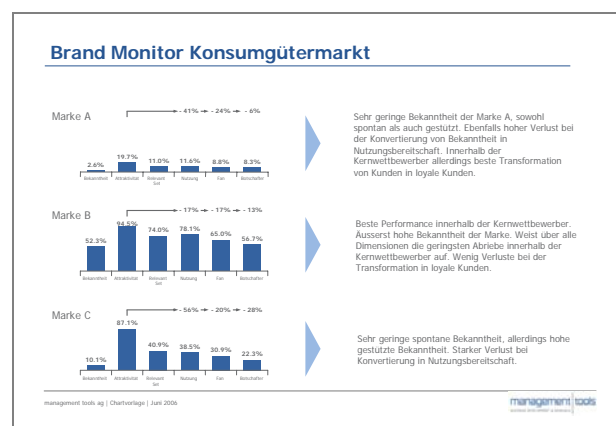
Modell des Brand-Monitors

Verluste in % in den Stufen des Beziehungspfades:

Hierfür werden aus den ermittelten Dimensionen zu den Stufen des Kundenbeziehungspfades sogenannte Verlustwerte (in %) errechnet, die anzeigen, welcher Anteil der Zielgruppe bei einer Marke erfolgreich von einer Dimension auf die nächste überführt wird. Dadurch wird transparent, an welchen Stellen im Kundenbeziehungspfad ein Anbieter bzw. eine Marke potentielle Kunden verliert. Mit diesen Informationen und dem Vergleich mit der Konkurrenz oder weiteren

Messzeitpunkten können spezifische Massnahmen für Kommunikation, Sales, CRM etc. abgeleitet werden.

Auswertungsbeispiel:



Vorteile des Instruments:

- ◆ klarer, einfacher Aufbau – dadurch verständlich und nachvollziehbar
- ◆ erweiterbar, z.B. mit Imagedimensionen
- ◆ geeignet als periodisch wiederkehrendes Tracking
- ◆ schnell in der Durchführung und Befragung
- ◆ kurze Analysezeit verbunden mit konkreten Massnahmenableitungen
- ◆ alle relevanten Dimensionen der Kundenbeziehung werden abgedeckt
- ◆ sowohl im Business-To-Consumer (B2C) – als auch im Business-To-Business-Bereich (B2B) einsetzbar

Ihre Ansprechpartner bei management tools ag:

Klaus Ammon Telefon: +41 (41) 624 99 77
Andreas Logk Telefon: +41 (41) 624 99 77