

BRAND SIGNALS

WIE ERLEBEN KONSUMENTEN IHRE MARKE WÄHREND UND NACH DER CORONA KRISE

Herausforderung – die Corona Pandemie verändert das Erleben von Marken

Wissen Sie, ob sich die Wahrnehmung Ihrer Marke und die der Wettbewerber durch die Folgen der Corona Krise verändert hat – und wie damit Ihr Startpunkt für die zukünftig geplanten Marketingaktivitäten aussieht?

Marken existieren in den Vorstellungen der Menschen als ein Netzwerk: ein individuelles Geflecht von Erinnerungen, das Gedanken, Gefühle, aber vor allem die Erlebnisse aus früheren Verwendungssituationen umfasst.

Es sind jedoch nicht nur die klassischen Marketingaktivitäten aus der Vergangenheit, die die Markenwahrnehmung beeinflussen.

Auch das Erleben Ihrer Marke in der Coronakrise wird die Markenwahrnehmung verstärken, in Frage stellen oder verändern.



„Viele unserer Kunden haben bereits ein Social Media Monitoring etabliert. Was häufig fehlt ist ein Programm, das die unstrukturierten Social Media Daten in Informationen umwandelt, die unmittelbar mit den Inhalten des Markentracking abgestimmt sind und damit ergänzende Insights generieren.“

Impulse für Ihre zukünftige Markenführung mit Brand Signals

Durch die gezielte Einbindung der Inhalte und Fragestellungen Ihres **Brand Tracking** in das **Social Media Monitoring** vermittelt Ihnen Brand Signals tagesaktuelle und weitergehende Informationen darüber, wie sich bei Ihren Käufern das Erleben Ihrer Marke sowie der Marken ausgewählter Wettbewerber verändert und welche **Rolle diese Marken in der „neuen Normalität“ spielen**. Brand Signals identifiziert auftretende Veränderungen in der Social Media Kommunikation und reichert dadurch die Erkenntnisse aus den üblichen Imageskalen eines standardisierten Brand Tracking durch umfassendere, **qualitative und diagnostische Informationen** an.

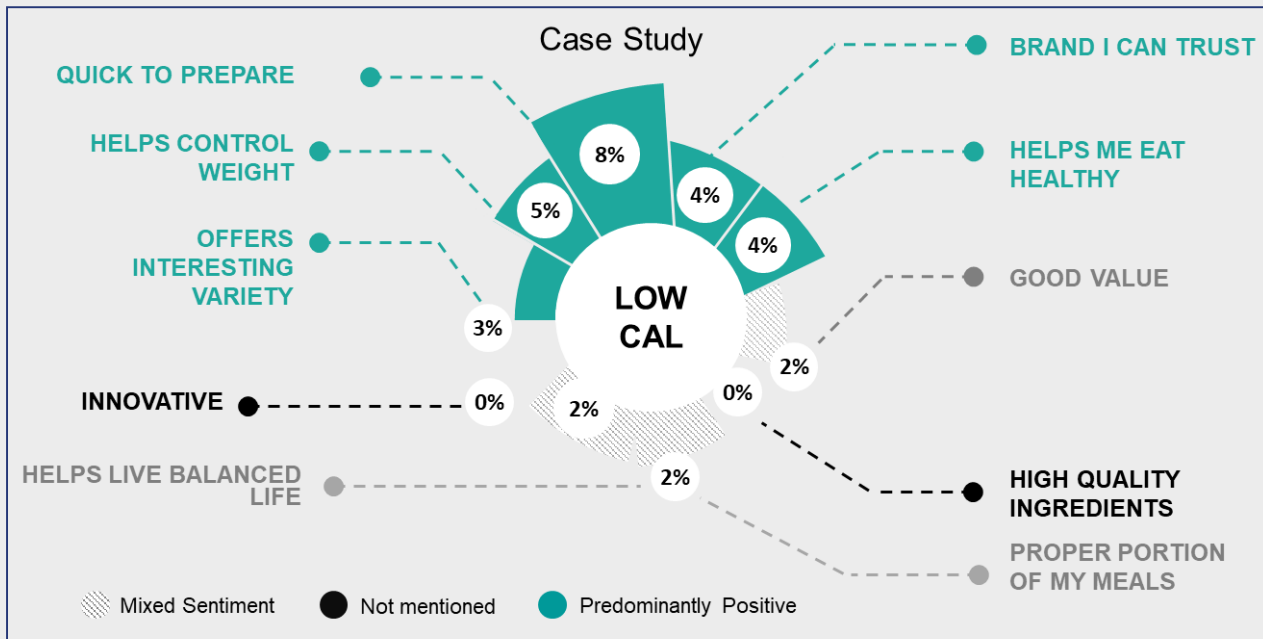
Darüber hinaus **ergänzt und erweitert** unser Monitoring die klassischen Tracking Insights durch das Aufdecken von neuen, noch unbekannten Kommunikationsinhalten zu Ihrer Marke und neuen Facetten der Markenwahrnehmung ('unknown unknowns').

Diese Informationen können Ihre Markenführung darin unterstützen, neue Wachstumschancen oder sich abzeichnende Bedrohungen frühzeitig zu identifizieren und damit Ihre Marke durch gezielte Maßnahmen für die Zukunft zu wappnen.



“It will be essential to listen on a daily basis to what the markets, the clients, the customers, the consumers are telling us, and we adjust our spending to what really matters in a specific moment.” (Barbara Sala, CEE Strategic Connection Coca-Cola)

Ein Beispiel: Der Vergleich der Markentreiber mit den aktuellen Inhalten von Social Media Posts zeigt, dass viele Positionierungsmerkmale nicht Thema der aktuellen Markendiskussion in der Social Media Welt sind. Zum Teil werden hier ganz andere Themen diskutiert.



Mit **Brand Signals** unterstützt Ipsos Sie in der Gewinnung neuer Insights durch die gezielte Integration von Brand Trackingdaten mit den tagesaktuellen Informationen aus der Social Media Welt.

Unser Team aus **ausgewiesenen Markenexperten** und **Social Media Spezialisten**, die Technologie unserer globalen **Plattform für Social Listening und Insights**, die auf einer der umfangreichsten Sammlungen von Online-Daten basiert und unser umfassendes **Branchen Know-How** sichern Ihnen fundierte Erkenntnisse zu der Situation Ihrer Marke in der neuen Marketingwelt.

Kontakt:

Möchten Sie Ihre Marke neu entdecken? Wir sind für Sie da.



DR. OLIVER HUPP

Director Brand Health Tracking

oliver.hupp@ipsos.com

Fon +49 911 32153 3298