

BRAND MENTAL NETWORKS

FÜR EIN OBJEKTIVES BILD IHRER MARKE



Herausforderung – Neue Markenwahrnehmung durch die Corona Pandemie

Wissen Sie, ob sich die Wahrnehmung Ihrer Marke und die der Wettbewerber in den letzten Wochen verändert hat – und wie damit Ihr Startpunkt für die zukünftig geplanten Marketingaktivitäten aussieht?

Konsumenten werden zukünftig stärker abwägen, welche Marken für sie noch die richtige Wahl sind. Welche Marken haben sie während der Corona Krise enttäuscht, welche haben sie verlässlich begleitet?

Für Ihre zukünftige Markenführung sollten Sie wissen, ob die heutige Markenwahrnehmung noch zu deren strategischer Positionierung passt. Wird Ihre Marke derzeit mit negativen Assoziationen verknüpft? Welche Facetten sollten Sie gezielt verändern oder anpassen?

Wichtige Fragen. Die richtigen Antworten ermöglichen es Ihnen, durch eine Justierung Ihrer aktuellen Marketingaktivitäten gezielt neue strategische Marktchancen zu erschließen und Kaufentscheidungen zu beeinflussen.



„Der Erfolg einer Marke während und vor allem auch in der Post Corona Welt hängt maßgeblich davon ab, wie sehr es der Markenführung gelingt, sich nachhaltig und positiv in den Gedanken der Käufer zu verankern.“

Insights für Ihre zukünftige Markenführung mit Brand Mental Networks (BMN)

Marken existieren in den Gedanken ihrer Käufer als eine Art Netzwerk – ein einzigartiges Gebilde von Gedanken, Gefühlen, Bildern, Geschichten, Farben, Klängen und Erinnerungen. Wir wissen heute, dass Käufer umso häufiger eine Marke wählen, je prägnanter, einzigartiger und vor allem relevanter das Netzwerk für diese Marke ausgestaltet ist.

Das Ipsos Brand Health Tracking Team kann Ihnen mit Hilfe einer kurzen und fokussierten Befragung helfen, die derzeitige Wahrnehmung Ihrer Marke und die der wichtigsten strategischen Wettbewerber zu entschlüsseln.

Mit Hilfe weniger offener, textanalytisch ausgewerteter Fragen veranschaulichen Ihnen unsere BMN in kürzester Zeit, wie Konsumenten in ihren eigenen Worten Ihre Marke und den Wettbewerb beschreiben – und damit was wirklich für oder gegen den Kauf ihrer Marke spricht.

Unsere Brand Mental Networks sind eine graphische Illustration davon, was im Gedächtnis der Kunden zu Ihrer Marke hängen bzw. nicht hängen bleibt und wie diese Markenassoziationen miteinander verknüpft sind.



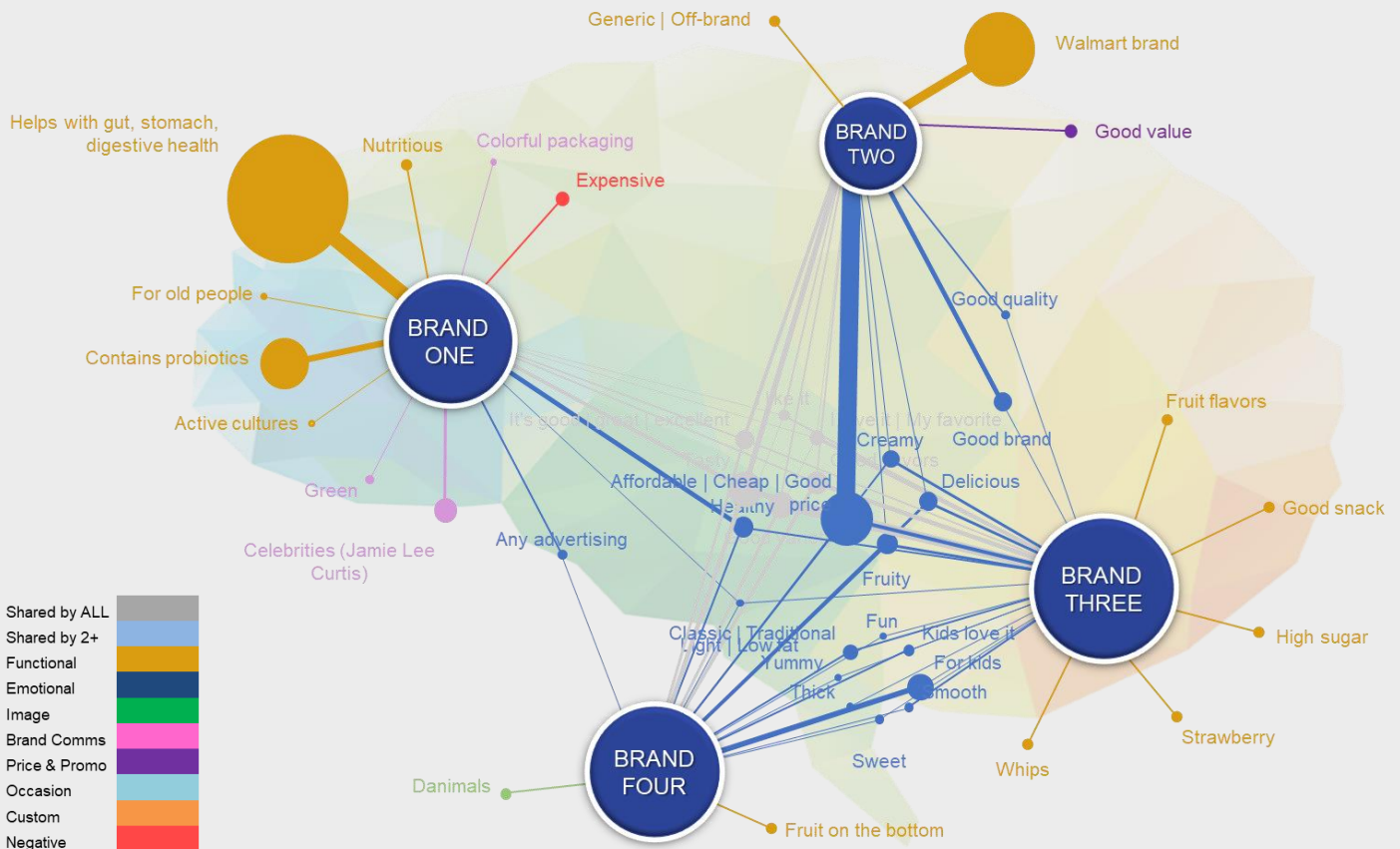
„Unsere Gedankennetzwerke geben Ihnen Hinweise darauf, an welchen Gedächtnisinhalten zukünftige Markenaktivitäten inhaltlich anknüpfen sollten, um das Markenbild gezielt weiter zu schärfen und in der „neuen Normalität“ erfolgreich am Markt bestehen zu können.“



DAS BRAND MENTAL NETWORK ALS IDEALE ERGÄNZUNG FÜR IHR MARKENTRACKING!

- Entdecken Sie, wie Käufer in ihren ganz eigenen Worten über Ihre Marke und den Wettbewerb sprechen.
- Verstehen Sie, welche Vorbehalten Käufer davon abhalten, Ihre Marke in bestimmten Verwendungssituation zu kaufen.

Die Brand Mental Networks - was bleibt im Gedächtnis hängen, wie sind die Markenassoziationen miteinander verknüpft?



Kontakt:

Haben Sie Interesse Ihre Marke neu zu entdecken? Wir sind für Sie da.



DR. OLIVER HUPP

Director Brand Health Tracking

oliver.hupp@ipsos.com

Fon +49 911 32153 3298