

# 益普索 BVC

編輯 | June Chen 益普索研究員

益普索 BVC (Brand Value Creator)自 2006 年推出之後，益普索研究室已經進行了超過 150 個領域類別、約 18000 項 BVC 研究。經過這些研究經驗，益普索 BVC 驗證了其跨領域研究的綜合能力，同時也為客戶的問題提供有效的洞察，協助客戶迎接不同類型的商業挑戰。



## 為什麼 BVC 可以幫助了解各品類 ( category ) 和品牌 ( brand )

在任何有競爭存在的情況下，都可以通過 BVC 來了解消費者的偏好，瞭解他們偏好及哪些類別或品牌、同時放棄哪些類別或品牌。

人類的大腦在歷經數年的發展後，能夠簡化決策過程，透過一系列的捷徑和總結資訊做出他們認為的“正確選擇”。有一些選擇可能需要多花些時間考慮，比如說要買哪款車，或者去哪裡度假。但是有些選擇往往是自發行為，比如說渴了會買什麼來喝。兩者的共同點是，儘管面對諸多選擇，人們都能夠確定自己的偏好，而我們可以透過 BVC 來總結所有受訪者對於各品牌或品類的喜好程度，進而提供客戶具戰略價值意義的評估。

消費者在確定自己對品牌及品類喜好的過程中，大腦的運行方式是相同的，不一樣的可能只是些微的資訊差別及研究目的所涉及的問題。BVC 能夠評估受訪者個人對品牌或品類的認可程度，而該資料可以幫助我們以下幾個方面：



確定新的品類的成長戰略



發現品牌或品類在其傳統範疇之外的機會及潛力



測量人們對競爭品牌或品類的偏好、意願、以及驅動因素



觀察人們對社會現象的態度，將對他們來說重要的東西進行排名



瞭解人們如何評估各種基礎性服務，找出哪些對他們來說最有意義或者最重要

除了品牌，我們也做了許多不一樣的品類的 BVC 研究。受訪者選擇與他們相關的品類，對其進行排列，我們再以此判斷他們的喜好。品類研究與品牌研究不同，品類研究看的是心佔率（mind share）以及他們對不同類別的態度意願強弱程度，而非錢包分配（share of wallet）。

## 運用 BVC 瞭解和追蹤中小品牌

推動中小品牌的成長是一個有趣的挑戰。中小品牌可能是小眾品牌、非常高端的品牌、新推出的品牌、或較低知名度的品牌，因此，中小品牌的發展戰略應該是要具有專業化的，在制定策略的過程中，要思考該品牌成為大品牌的障礙，目前所處的成長階段以及它的預期定位。然而，從整個市場的角度來看，各品類中小品牌有一個共同之處，那就是，消費者對它們的品牌態度意願通常較弱，使得它們所占市場分配也較低。BVC 可以用來瞭解小品牌的 DNA，幫助企業制定適合的品牌成長戰略。

在滿足客戶需求、研究發展目標的同時，BVC 能夠回答有關“中小品牌”的問題，包括：

- 該品牌是否有知名度過低的問題？
- 該品牌是否具有較高的知名度，但是較少被考慮？
- 消費者談到會考慮該品牌，是因為：他們認真研究該品牌而且有購買意願，或者只是口頭敷衍？
- 該品牌的忠誠客戶和潛在客戶是哪些人？
- 該品牌需要增加當前使用者對產品的使用量嗎？
- 消費者對於轉入使用該品牌產品的障礙有哪些？
- 在該品牌發展的過程中，哪些競爭對手構成了最大的威脅，並帶有什麼樣的阻礙？



## BVC 如何提供有助於中小品牌成長的洞察

由於 BVC 涵蓋所有的競爭品牌，因此它也可用於收集競爭品牌的情報。透過瞭解競爭強弱，可以知道哪些競爭對手能作為品牌成長的契機，哪些競爭對手難以作為競爭目標。因此，BVC 在品牌推出之前，是用以瞭解競爭市場非常有用的工具。而推出新的品牌之後追蹤 BVC，可以監測市場上關鍵品牌的行銷相關指標隨時間的變化，例如在進行提高知名度的行銷活動時，可測量知名度的增長變化，來瞭解人們考慮、願意購買、使用並最終投入該品牌的情況。

**分析態度價值 ( AE= attitudinal equity ) 有利於瞭解小品牌的健康狀況及可能的發展戰略。** 例如：

- 該品牌是否擁有較多的低忠誠 ( 低分析態度價值 ) 客戶？如果是，則表示它的定位較弱，產品性能可能需要透過更詳細的研究，來瞭解品牌屬性，以調整行銷和傳播活動。
- 該品牌是否擁有較多的高忠誠 ( 高分析態度價值 ) 客戶？如果是，則表明它是成功的小眾品牌，也就意味著該品牌有較高的成長可能性。

消費者的購買障礙雖然很多很廣泛，但利用**市場效應 ( ME=market effect ) 的診斷分析**，可以瞭解**限制小品牌被考慮和使用、進入考慮範疇的障礙有哪些**，也可以發現同領域競爭對手的優缺所在。

#### **Ipsos Marketing**

Ipsos Marketing 是益普索集團旗下致力滿足客戶創新與品牌增長需求的事業體，根據不同的市場調查需求，我們再區分成：創新與預測、市場與品牌、醫療以及質化研究等四大領域。

我們的行銷研究專家專門協助企業夥伴把市場趨勢轉換成產品競爭優勢，並持續提供創新的市場研究模組，幫助夥伴更有效運用管理市場研究預算。我們也善用利用科技和研討會，結合不同的資料整合知識，幫助企業獲得即時的市場洞察。

更多的資訊，請參考 [www.ipsosmarketing.com](http://www.ipsosmarketing.com)

Facebook: <https://www.facebook.com/Ipsos.Taiwan/>