

BEAT – Das Tool für die Markenführung von Sinus Sociovision

Brand Essence & Advertising Tool

Mit BEAT offeriert Sinus Sociovision seinen Kunden aus dem Markenartikelbereich ein Forschungs-Tool zur intelligenten Steuerung ihrer Marken und ihrer Unternehmenskommunikation aus einem Guss.

BEAT ist state of the art, denn es ist zugleich ein . . .

Instrument für das Monitoring von Dach- / Produkt- / Segmentmarken zur repräsentativen Erfassung ihres Status, ihrer Entwicklung und ihres Zusammenspiels



Testverfahren zur markenwertorientierten Überprüfung von Kommunikationsmaßnahmen, insbesondere für Werbemittel-Pre- und Posttests

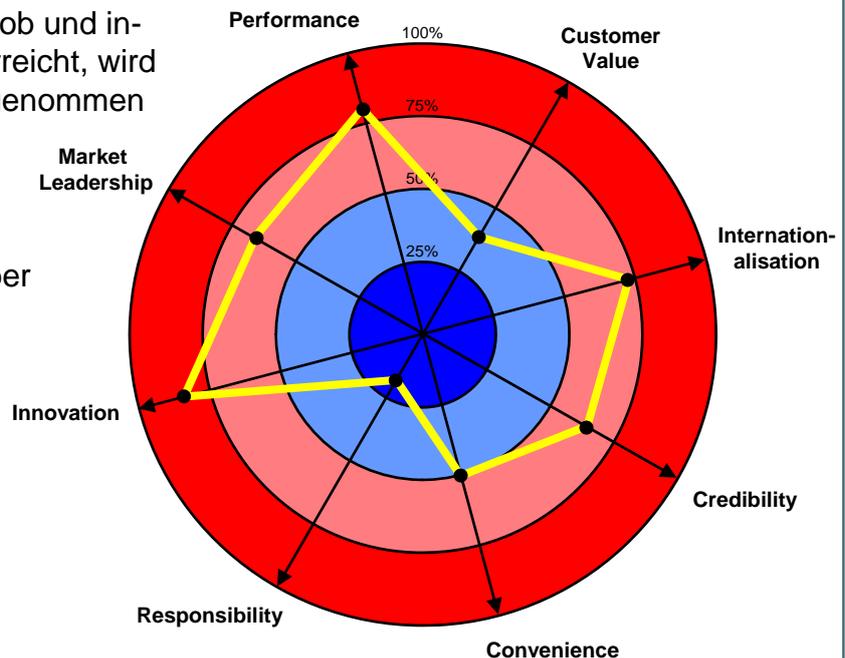
Die Marke im Zentrum

Kontinuierliche Kontrolle, ob und inwieweit die Zielposition erreicht, wird d. h. wie die Marke wahrgenommen wird und welchen Beitrag die Kommunikationsmaßnahmen dazu leisten . . .

. . . und wo die Mitbewerber stehen

- Gute Zielerreichung
Position halten
- Zufriedenstellende Zielerreichung
Position ausbauen
- Defizit in der Zielerreichung
Position korrigieren
- Starkes Defizit in der Zielerreichung
Gezielt gegensteuern

Der BEAT Brand Compass*



* Brand Attributes und Brand Profile: beispielhaft

BEAT ist geeignet zur Messung der (globalen) Zielpositionierung Ihrer Marken und ist geeignet zum Einsatz in allen relevanten Märkten und Ländern. BEAT ist gut validiert, und das Tool hat sich bewährt: große internationale Unternehmen arbeiten mit BEAT.

Kennenlernen, Messen und Steuern der Brand Equity

Die Aufgaben von BEAT . . .

- ▶ Entwicklung einer (globalen) Zielpositionierung für die (Dach-) Marke und Dimensionalisierung des Marken-Solls für Submarken / Segmentmarken
- ▶ Definition von kommunikationsrelevanten Zielgruppen: marktbezogen, psycho- und soziografisch
- ▶ Aufbau eines Marken- und Kommunikations-Monitoring zur kontinuierlichen Kontrolle der Zielerreichung

. . . und die Meilensteine

- 1 Zusammenführung vorliegender Erkenntnisse aus Ihrem Image- und Brand-Research
- 2 Psychologische Markenkernanalyse zur Bestimmung von Stärken, Schwächen und Potential Ihrer Marke
- 3 Weiterentwicklung der Soll-Positionierung Ihrer Marke im Wettbewerbsumfeld, Festlegung der Target Brand Attributes
- 4 Operationalisierung der Brand Attributes (national / international): BEAT Markenmodul
- 5 Qualitative Validitätsprüfung (national / international) und Optimierung des Markenmoduls
- 6 Marktrepräsentative Quantifizierung, Prüfung der empirischen Dimensionalität und Item-Reduktion
- 7 Darstellung der Nullmessungsergebnisse im BEAT Brand Compass (getestete Marken und Werbemittel)
- 8 Aufbau eines systematischen Monitoring- und Analysesystems

Schichtung von Markenimages und Elemente des BEAT-Programms

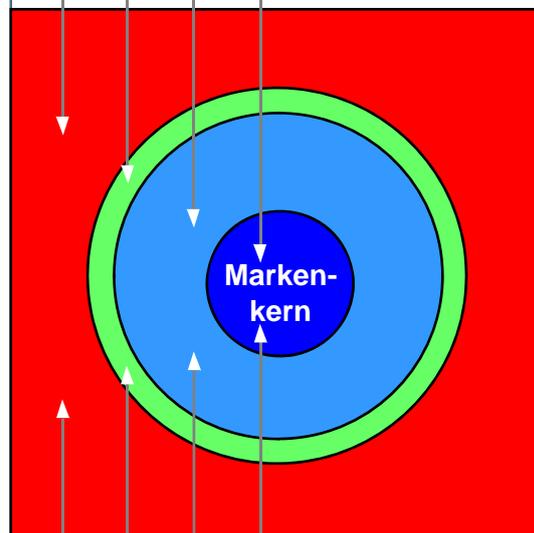
Schichtung

Gesellschaftliches Umfeld, soziokultureller Wandel

Kommunikationsimage

Basis-Image, Position im Wettbewerbsumfeld

Markenkern, Brand Values



BEAT-Elemente

Markenkernanalyse, psychologische Forschung zur (Dach-) Marke

Repräsentative Messung der Brand Images, Benchmarking

Repräsentative Messung des Brand Impact von Kommunikationsmaßnahmen

Verknüpfung mit der Milieu- und Trendforschung von Sinus Sociovision

p:\info

Ansprechpartner

Berthold Bodo Flaig
Geschäftsführer
Tel: 06221-8089-17
Fax: 06221-8089-25
bodo.flraig@sociovision.de

SINUS SOCIOVISION