

Marketing-Service # 1

# Marken-Analyse

So steuern Sie das Profil Ihrer Brands.

## Ihr Nutzen

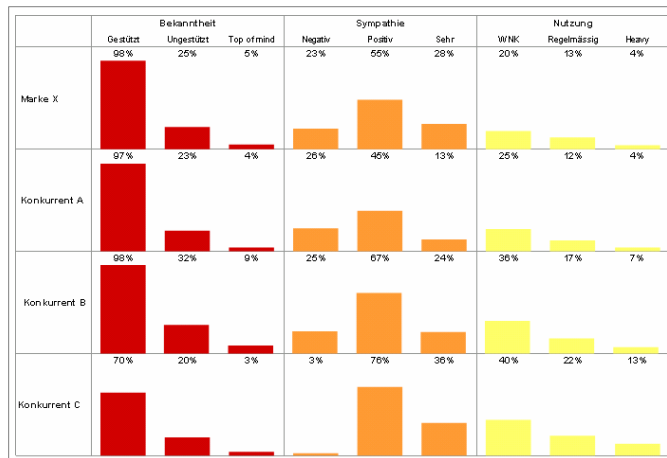
- Sie optimieren die Planung von Marketingmassnahmen.
- Sie kennen und stärken Ihre Markenprofile.
- Sie senken Kosten für die Marktforschung.
- Sie steuern Ihre Marketingziele mit Pre- und Post-Tests.

## Profitieren Sie vom Markendreiklang

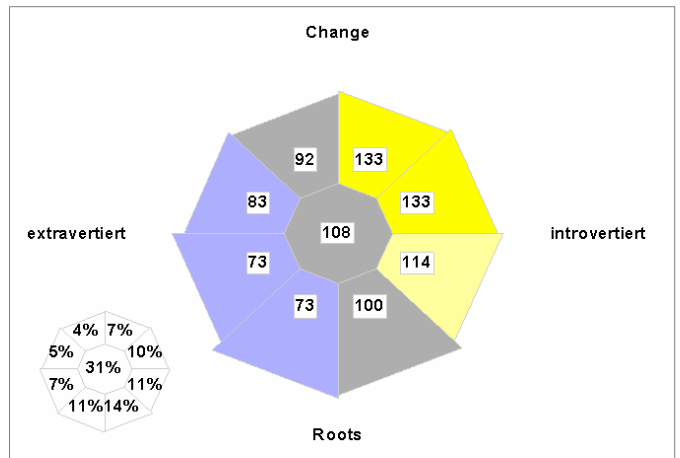
Wir liefern Ihnen Zahlen zum Markendreiklang, das heisst zur Bekanntheit, Sympathie und Nutzung Ihrer Marken sowie jener Ihrer Konkurrenz. Die erhobenen Daten lassen sich mit den Merkmalen von Zielgruppen und ihrer Mediennutzung ideal verknüpfen. So können Sie in Marketing- und Media-Planung, in Copy-Tests und Konkurrenzanalysen mit identischen Zielgruppen-Daten arbeiten.

## Optimieren Sie Ihr Marketing

Mit unseren Grundlagen ziehen Sie Rückschlüsse auf die Profile Ihrer Marken, um sie kontinuierlich zu stärken. Als Tool verfügen wir mit dem Brand Media Monitor über das exklusivste Forschungsinstrument der Schweiz. Der Brand Media Monitor schafft mehr Transparenz, senkt die Kosten in der Marktforschung und optimiert die Planbarkeit von Marketing und Kommunikation.



Beispiel «Markenübersicht» (Screenshot)



Beispiel «Psychografie ungestützte Bekanntheit Marke X» (Screenshot)

### Unsere Analysen

- Konkurrenzvergleiche von Marken (z.B. Bekanntheit, Sympathie, Nutzung).
- Entwicklung der Marken im Konkurrenzumfeld.
- Benchmark-Analysen (z.B. Soziodemografie, Psychografie, Top-Werbeträger).

### Zusatzleistungen

Auf Wunsch ergänzen wir unsere Analysen mit weiteren Daten. Auch für die persönliche Beratung stehen wir gerne zur Verfügung.

### Typologie

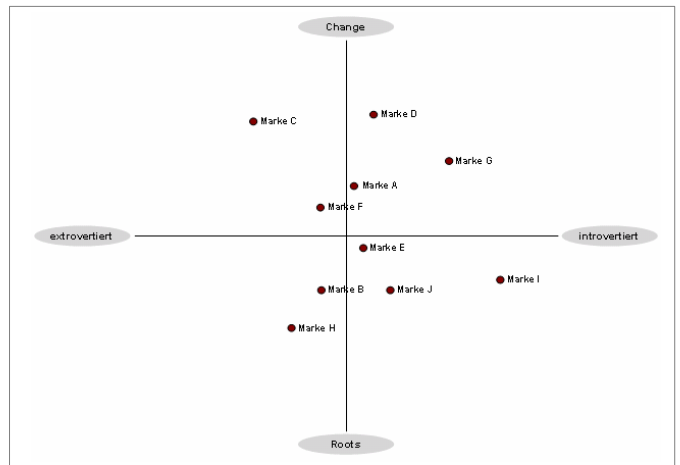
Der Brand Media Monitor basiert auf der BlueMind-Typologie, der neusten Entwicklung in der Schweiz im Bereich der psychografischen Segmentierung. Der Test beruht auf der Annahme, dass die Vorliebe für bestimmte Bilder mit den Wertvorstellungen einer Person zusammenhängt. Mit 16 Bildern ermitteln wir Wertemuster, die sich in Konsum-, Freizeit- oder Medienverhalten unterscheiden. Die Befragten beurteilen die Bilder jeweils spontan nach deren Sympathie-Wert.



Beispiel «Sympathie zur Marke positiv» (Screenshot)

### Methodik

Die Daten für den Brand Media Monitor werden in einer jährlich wiederholten, zweistufigen Befragung ermittelt. Die erste Stufe dient der Rekrutierung und Erhebung der Top-of-Mind-Werte und der spontanen Bekanntheit der Marken. Die zweite Stufe ist eine schriftliche Erhebung der gestützten Bekanntheit, Sympathie und Verwendung der Marken. (Dauer rund 5 Tage. Die Studiendaten erscheinen jeweils im Mai).



Beispiel «Positionierung Käufer einer Marke» (Screenshot)

### Wir freuen uns, von Ihnen zu hören

Haben Sie Fragen? Wünschen Sie weitere Informationen? Wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an uns.

+41 44 250 31 00  
info@publimedia.ch