

1.000
MARKEN

25.000
INTERVIEWS

FUTURE FITNESS INDEX

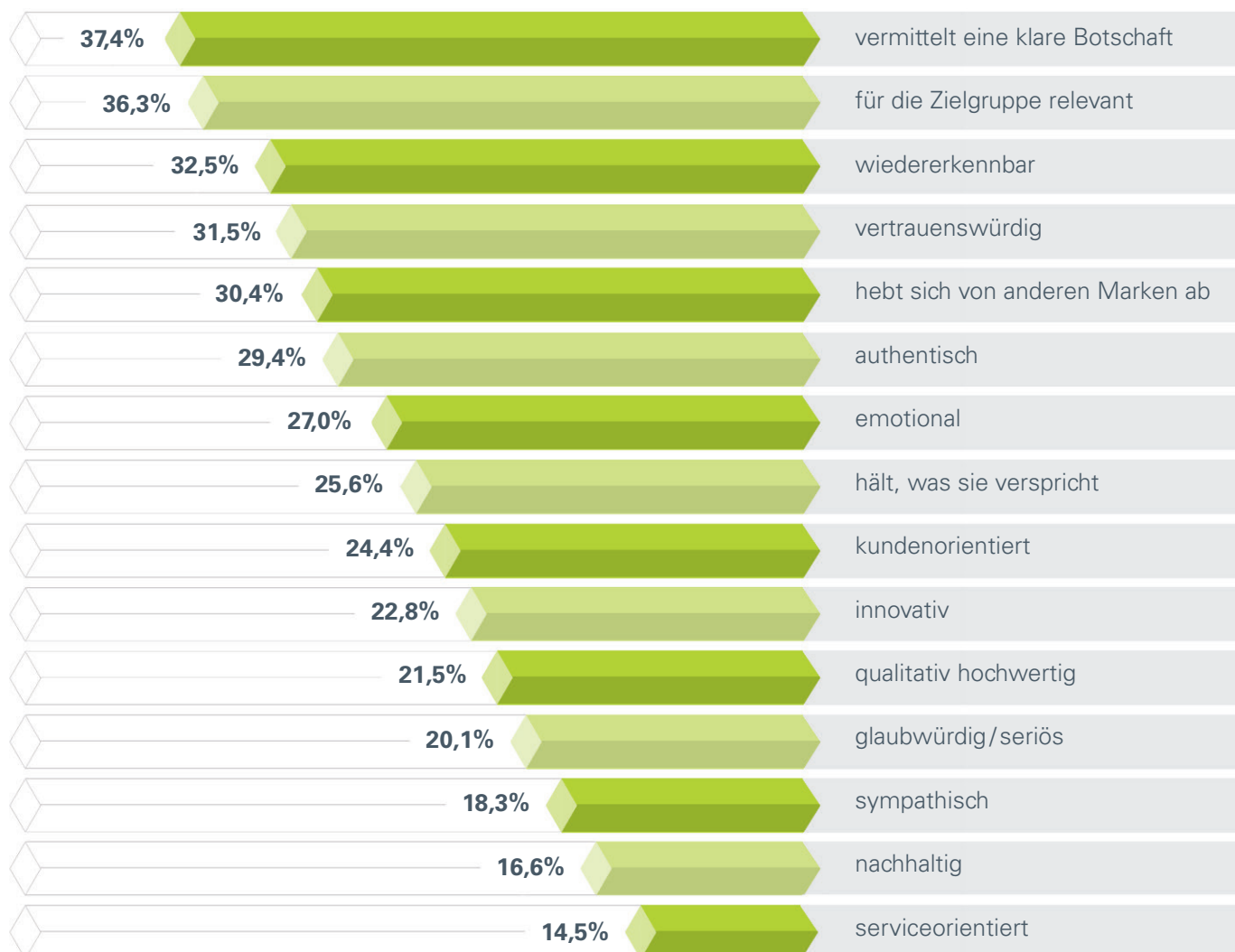
STRIKTE ZUKUNFTSORIENTIERUNG:

Marketagent.com präsentiert das größte zukunftsorientierte Markenranking des Landes. Rund 1.000 nationale und internationale Brands werden auf ihre Future-Fitness untersucht und durchleuchtet. Dazu erheben wir mehr als 25.000 repräsentative Online-Interviews und schaffen somit ein umfassendes Navigationsinstrument zur strategischen Markensteuerung. Der Future Fitness Index ist aber keine weitere Markenbewertung, die sich auf den Status quo oder die Vergangenheit bezieht. Der Fokus liegt klar auf der Zukunftsperspektive.

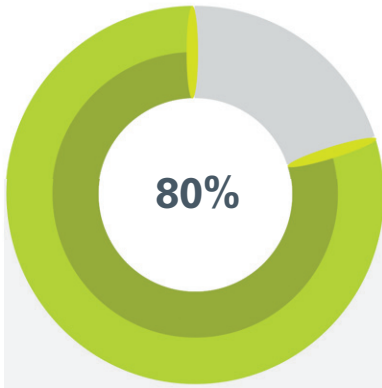
MAXIMALE DEMOKRATISIERUNG BEIM STUDIENDESIGN:

Die Branche hat den Inhalt des Future Fitness Index zum größten Teil selbst mitbestimmt. Im Rahmen einer vorgelagerten Grundlagenstudie unter 289 heimischen Kommunikations- und Marketingexperten wurden 30 Kriterien für den nachhaltigen Markenerfolg vorgelegt und bewertet. Die Top 15 gereihten Kriterien fließen mit ihrer relativen Bedeutung in unseren Index ein, ergänzt um die wahrgenommene Markennähe und die Weiterempfehlungsabsicht.

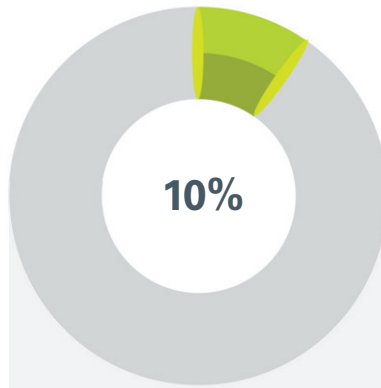
TOP 15 EIGENSCHAFTEN FÜR DIE ZUKUNFTSFITNESS VON MARKEN



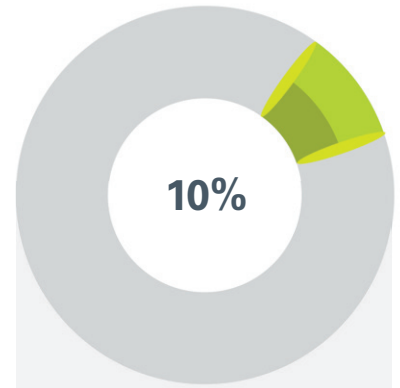
DIE BESTANDTEILE DES FUTURE FITNESS INDEX:



Top 15 Faktoren für die
Zukunftsfitness von Marken



Wahrgenommene
Markennähe



Weiterempfehlung

GRÖSSTMÖGLICHE REALITÄTSNÄHE BEI DER VORLAGE DER MARKEN:

Die Abfrage erfolgt nicht wie bei den meisten Studien Warengruppe für Warengruppe, sondern als bunter Mix. Wir haben uns bewusst für diesen Ansatz entschieden, weil wir Marken auch in unserem Alltag so erleben, beispielsweise wenn man durch ein Einkaufszentrum spaziert oder durch ein Magazin blättert. Ein Direktvergleich innerhalb einer Warengruppe entspricht einer künstlichen Laborsituation, die dadurch explizit vermieden wird. Dabei geht aber nicht die wichtige Benchmarking-Möglichkeit mit dem direkten Wettbewerb verloren. Diese erfolgt im Anschluss bei der Analyse, wo alle Befragungen zusammengeführt werden. In Summe werden 50 Erhebungen mit jeweils 20 Brands und 500 Netto-Interviews durchgeführt.

DIE ERKENNTNISINHALTE PRO MARKE IM ÜBERBLICK:

- Gestützte Bekanntheit
- Klarheit der Botschaft
- Relevanz
- Wiedererkennbarkeit
- Vertrauenswürdigkeit
- Alleinstellung
- Authentizität
- Emotionalität
- Markenversprechen
- Kundenorientierung
- Innovationsgrad
- Qualitätsanmutung
- Glaubwürdigkeit
- Sympathie
- Nachhaltigkeit
- Serviceorientierung
- Gesamt-Image
- Weiterempfehlungsabsicht
- Brand-Age
- Brand-Gender
- Markennähe
- Markenloyalität

INVESTITIONSKOSTEN:

Sie erhalten einen Berichtsband zu einer Marke auf Basis von n=500 Interviews und 22 Fragen, aufgebrochen nach Alter und Geschlecht sowie ergänzt um anonymisierte Benchmarks aller bisher abgetesteten Marken, für EURO 950,- zuzüglich Mehrwertsteuer. Es besteht zusätzlich die Möglichkeit Ergebnisse von weiteren Marken für je EURO 150,- zuzüglich Mehrwertsteuer zu beziehen. Für die Zusendung des Muster-Reports und weiteren Informationen kontaktieren Sie bitte Frau Mag. Dominique Ertl unter d.ertl@marketagent.com.



MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Mühlgasse 59, A-2500 Baden | Tel.: +43 2252 909009 | E-Mail: info@marketagent.com