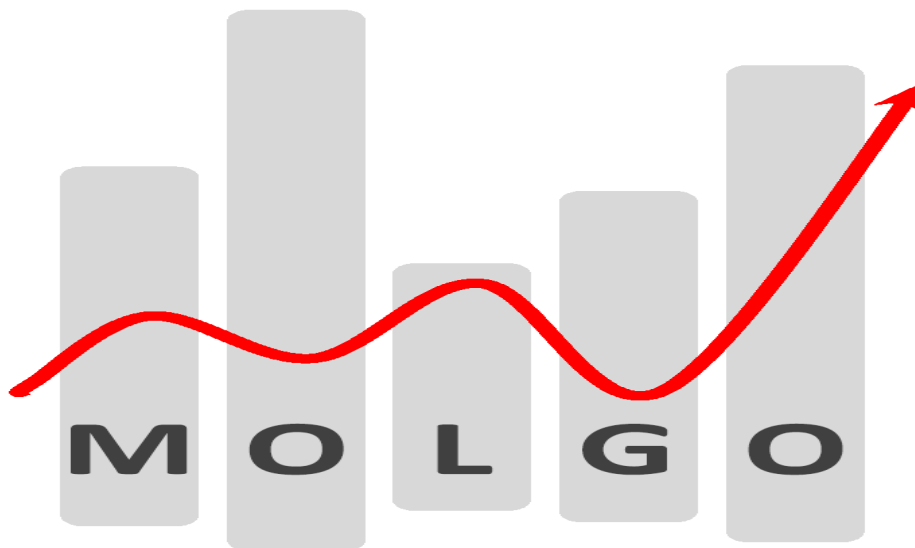


Merkbekendheidsonderzoek Fictivia B.V.



Groningen, 10 juli 2010

Inhoudsopgave



Inleiding niet uitgewerkt	-
Directieoverzicht	3
Respondenten niet uitgewerkt.....	-
Merk A	5
Merk B niet uitgewerkt	-
Merk C niet uitgewerkt	-

Directieoverzicht



Het directieoverzicht geeft de gemiddelde bekendheid weer van de verschillende merken van Fictivia BV . Ook wordt ingegaan op de positieve danwel negatieve associatie die men met het merk heeft en waar de respondenten het merk van kennen. Kort zullen de meest opvallende resultaten beproken worden. In de volgende hoofdstukken zullen de resultaten per merk weergegeven worden en zullen de resultaten gesplitst worden naar leeftijd, geslacht en regio.

Respondenten

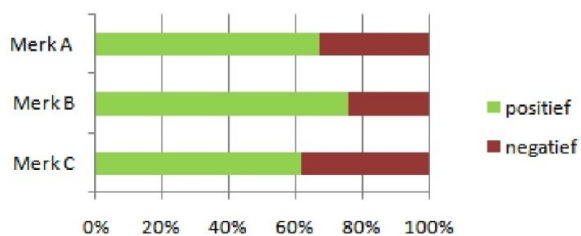
Om de bekendheid van merk A, merk B en merk C te onderzoeken, zijn enquêtes afgenomen onder 254 consumenten. 56% daarvan was vrouw en 44% man. 34% was jonger dan 25, 45% tussen 25 en 50 jaar en 21% was ouder dan 50 jaar. 31% woont in regio Noord, 36% in regio Midden in de overige 33% is afkomstig uit Zuid Nederland.

Bekendheid

De merken A, B en C zijn bij een meerderheid van de respondenten bekend. Merk A geniet de grootste bekendheid met 71%. Merk B is bij 67% van de ondervraagden bekend en 54% kent merk C. Opvallend is dat de merken bekender zijn onder mannen dan onder vrouwen. De merken zijn het bekendst bij de respondenten die jonger dan 25 zijn. Regionaal zijn er geen grote verschillen tussen de bekendheid van de verschillende merken.

Associatie

De respondenten hebben gemiddeld gezien een positieve associatie met de verschillende merken. Merk B is met 76% het merk met de meeste positieve associaties. Opvallend is dat onderling de meningen verschillen. Vooral in de middengroep zijn de meningen verdeeld. De respondenten die ouder dan 50 zijn, zijn het minst positief.





Bekend van

De merken zijn vooral bekend van de locatie waar ze aangeboden worden. Merk 1 wordt vaak gevonden in de telefoongids, bij de twee andere merken is dit duidelijk een minder belangrijk promotiemiddel. Dit ligt natuurlijk ook in de aard van de producten. Internet is voor elk van de drie merken een belangrijke factor. Merk C kent men vooral van de advertenties, met name vrouwen kennen het merk hiervan. Onder de respondenten die ouder dan 50 jaar zijn, is de bekendheid via het internet aanzienlijk minder.

	1 ^e	2 ^e	3 ^e
Merk A	Gids	Locatie	Internet
Merk B	Locatie	Internet	Vrienden, ...
Merk C	Locatie	Internet	Advertentie

Duur van de relatie met de klant

Gemiddeld zijn klanten 3,4 jaar klant bij de business units van Fictivia BV. Merk B kent de meest trouwe klanten, merk C de minst. Merk C is dan ook het laatst geïntroduceerde merk van Fictivia BV. Er bestaat een positief verband tussen de leeftijd van de klant en de duur van de relatie met de klant.

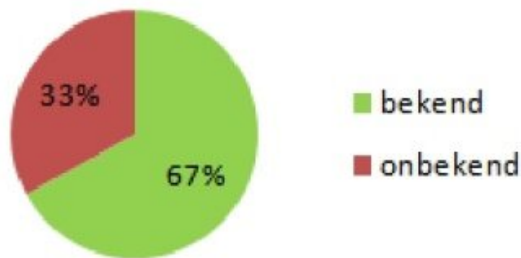
Merk A



De resultaten van Merk A zullen hieronder opgesomd worden. Per categorie komen eerst de gemiddelde resultaten aan bod, daarna zal er naar leeftijd, geslacht en regio gespecificeerd worden.

Bekendheid

Merk A is bekend onder een ruime meerderheid van de ondervraagden, namelijk 67%. Uit de resultaten is gebleken dat mannen iets vaker Merk A kennen dan vrouwen. Merk A is vooral bekend onder de jongste groep ondervraagden, 85% kent Merk A. Naarmate de ondervraagden ouder worden, wordt de bekendheid van merk A lager. Regionaal zijn geen grote verschillen te ontdekken. Het midden van het land is iets bekender met Merk A, maar de verschillen zijn zeer klein.

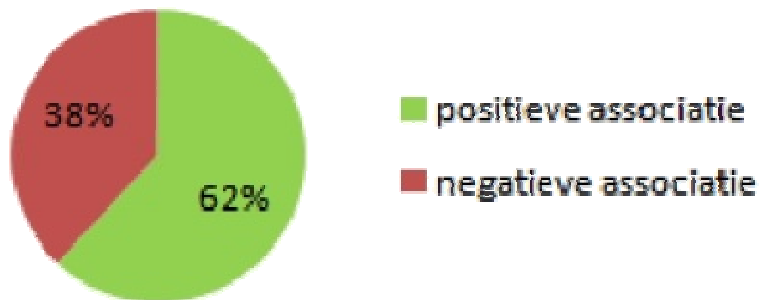


	Geslacht		Leeftijd			Regio		
	♂	♀	< 25	25-50	>50	Noord	Midden	Zuid
Bekend	71%	67%	85%	58%	27%	66%	64%	68%
Onbekend	29%	33%	15%	42%	73%	34%	36%	32%

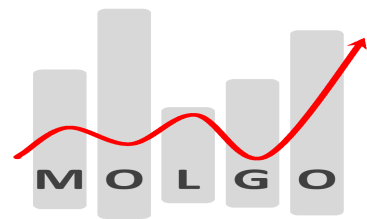


Associatie

Gemiddeld heeft men redelijk positieve associaties met Merk A, 62% van de respondenten is positief. Opvallend is dat vrouwen veel positiever zijn over Merk A dan mannen. Maar liefst 78% van de vrouwelijke respondenten is positief tegenover slechts 51% van de mannelijke respondenten. Er is een omgekeerd positief verband waar te nemen tussen de leeftijd en de mate van positieve associaties. Hoe jonger de respondent, hoe positiever de associaties zijn. Ook met betrekking tot de positieve danwel negatieve associaties zijn er regionaal geen grote verschillen te ontdekken.



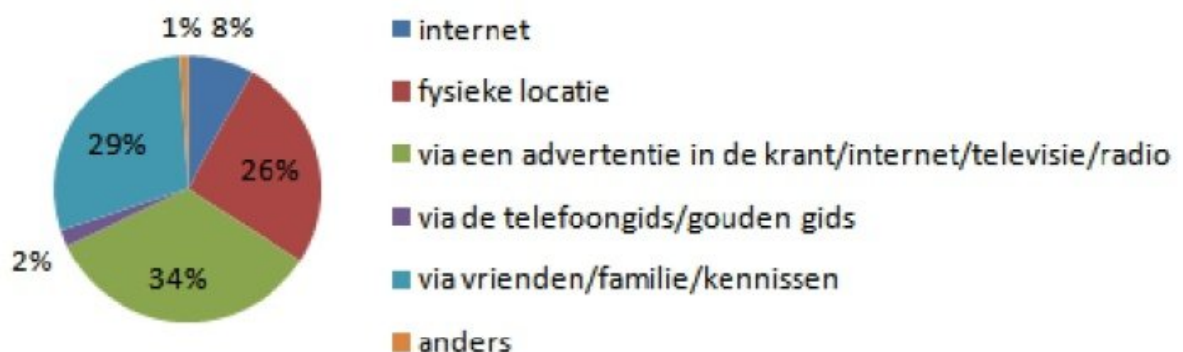
	Geslacht		Leeftijd			Regio		
	♂	♀	< 25	25-50	>50	Noord	Midden	Zuid
Positief	51%	78%	88%	67%	35%	66%	63%	69%
Negatief	49%	22%	12%	33%	65%	34%	37%	31%



Bekend van

Men komt vooral via vrienden, familie en/of kennissen in aanraking met Merk A. 34% van de ondervraagden kent Merk A via deze weg. Een goede tweede plaats krijgen de advertenties van Merk A. 29% kent het merk via advertenties in media als de krant, televisie en de radio. De verkooppunten van Merk A zorgen ten slotte ook voor een goede bekendheid. In onderstaande tabel zijn de verschillende mogelijkheden in oplopende mate opgesomd.

	Geslacht		Leeftijd			Regio		
	♂	♀	< 25	25-50	>50	Noord	Midden	Zuid
1. Vrienden/familie/...	32%	36%	32%	37%	32%	31%	32%	29%
2. Fysieke locatie	27%	31%	31%	25%	29%	27%	34%	28%
3. Advertentie	24%	26%	24%	25%	28%	28%	25%	31%
4. Internet	10%	6%	9%	5%	2%	12%	8%	9%
5. Telefoongids/...	4%	0%	1%	3%	5%	1%	1%	2%
6. Anders	2%	1%	3%	5%	4%	1%	0%	1%

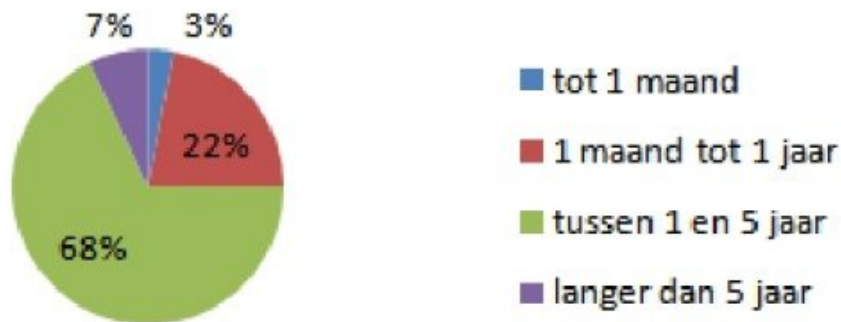


Hierbij valt op dat mannelijke respondenten het merk vaker via internet kennen, maar dat vrouwen juist weer meer via vrienden, familie en/of kennen Merk A kennen. Mensen van boven de 50 jaar kennen Merk A relatief weinig via internet en juist weer wat meer via de telefoongids/Gouden Gids. De fysieke locatie zorgt in belangrijke mate voor de bekendheid en dan vooral onder de jongste en de oudste groep respondenten. Regionaal zijn de verschillen weer niet heel groot. In het midden van het land zorgen de verkooppunten voor relatief veel bekendheid en advertenties zijn daar minder van belang. Internet zorgt juist in het Noorden voor bekendheid.



Duur van de relatie met de klant

Van de respondenten heeft 24% wel eens een product van Merk A gekocht, 73% hiervan is vrouw en de overige 27% is man. De klanten maken gemiddeld 2,6 jaar gebruik van Merk A. Een klein gedeelte van de respondenten is een nieuwe gebruiker van Merk A. Regio Midden en Zuid zijn in verhouding iets vaker korter dan 1 maand klant van Merk A. De grootste groep is tussen de 1 en 5 jaar klant. Slechts een klein gedeelte van de respondenten is langer dan vijf jaar klant.



	Geslacht		Leeftijd			Regio		
	♂	♀	< 25	25-50	>50	Noord	Midden	Zuid
Tot 1 maand	2%	3%	5%	3%	1%	1%	7%	7%
1 maand tot 1 jaar	26%	22%	23%	25%	22%	22%	19%	23%
Tussen 1 en 5 jaar	65%	69%	68%	69%	62%	69%	68%	65%
Langer dan 5 jaar	7%	6%	4%	3%	15%	8%	6%	5%

Opmerkingen

Bij elk van de merken konden respondenten opmerkingen invullen. Met betrekking tot Merk A is het volgende aangegeven:

18 respondenten vinden de prijs van Merk A aan de hoge kant. Dit geldt overigens ook voor Merk B en Merk C

9 respondenten vinden dat de uitstraling van Merk A verbeterd kan worden 41 respondenten geven expliciet aan heel tevreden te zijn met Merk A



7 respondenten noteerden dat de verpakking van het product niet mooi of passend is, de huidige verpakking wordt niet als heel representatief ervaren

4 respondenten vonden dat het personeel van de verkooppunten erg weinig af weet van het product De plaats in de schappen wordt gewaardeerd door 5 respondenten

1 respondent vond de kwaliteit van Merk A erg tegenvallen

26 respondenten gaven aan dat er wel erg veel reclame wordt gemaakt voor Merk A