



Angebot zum Thema „Markenperformance und -positionierung“

1. Zielsetzung und Untersuchungsgegenstand

Vor dem Hintergrund energiewirtschaftlicher Herausforderungen und der Chance zusätzliche vertriebs- und produktpolitische Potentiale nutzen zu können, stellt sich für viele Stadtwerke die Frage, die Stadtwerkemarke stärker in den Fokus zu rücken sowie der neuen oder angestrebten Positionierung entsprechend auszurichten.

Grundlage einer derartigen Neuausrichtung der Stadtwerkemarke ist eine Untersuchung der gegenwärtigen Markenperformance und -positionierung bei den relevanten Zielgruppen.

Ziel der Markenuntersuchung sind Erkenntnisse in Bezug auf eine differenzierende Markensteuerung und entsprechend ableitbaren Handlungsoptionen für das Management der Stadtwerke.

Im Rahmen des Markenmodells der INNOFACT AG werden folgende Detailebenen durch entsprechende Fragestellungen abgedeckt:

- Markenbekanntheit
Markenbekanntheit: gestützt und ungestützt
- Markenimage
Markenbild: Assoziationen der Befragten mit dem Stadtwerk
Klarheit Markenbild, Markeninformationsgrad
Einzigartigkeit der Marke
Werbe- und Sponsoringintensität sowie Verankerung
- Abschlüsse (Handlungsebene)
Anforderungserfüllung und Vorteilhaftigkeit, Zufriedenheit, Weiterempfehlung
Messung Weiterempfehlung via Net-Promotor Score (Wahrscheinlichkeit, dass Befragte die Stadtwerke an Freunde, Bekannte und Nachbarn weiterempfehlen)
Markenpräferenz

2. Der Nutzen für Ihr Unternehmen

Die Ergebnisse der Brand Funnel Analyse spiegeln eine kundenorientierte Bewertung der Stadtwerkemarke im Vergleich zum Wettbewerb wider, die für entsprechende Re-Positionierungsmaßnahmen genutzt werden können.

Es werden übergreifende Kennzahlen (KPI) erstellt, die für ein Monitoring im Rahmen von markenorientierten Prozessoptimierungen nutzbar sind. Wenn gewünscht, können Markenclaims, Markenbotschaften etc. in schriftlicher und visualisierter Form untersucht und Logos der relevanten und vom Auftraggeber definierten Marken gegenübergestellt werden.



3. Studiendesign, Zielgruppen, Kosten

- **Methode:** Online- oder Telefonbefragung Ihrer relevanten Zielgruppen
- **Leistungen:** Produktkonzepte, -erläuterungen etc. sind auf Wunsch zur besseren Veranschaulichung einblendbar. Aufmerksamkeit der Konsumenten (gestützte und ungestützte Erinnerung), Gefallen (Overall Liking), Einmaligkeit, Durchsetzungskraft, Markenpassung, Deep Impact Analysis (unbewusste Treiber für Kaufentscheidungen identifizieren), Analyse der customer journey, der allgemeinen Kaufbereitschaft und der spezifischen Preisbereitschaft in Bezug auf Produktkonzept (e) dargestellt als Preis-Absatz-Funktion
- **Zielgruppe:** Repräsentative Zusammensetzung aus dem Online-Panel der INNOFACT AG, Teilzielgruppen im Privat- und Gewerbekundensegment abbildbar
- **Kosten:** Ab 6.000 Euro (zzgl. MwSt.) je nach Zielgruppe, Methode, Stichprobe und Fragebogenlänge, im Vergleich zu einer (ebenfalls möglichen) Telefonstudie (CATI) ca. 25% Effizienz- und Kostenvorteil für Sie

3. Die Leistungen der INNOFACT Energiemarktforschung

- Konzept- und Fragebogenerstellung in enger Abstimmung mit Ihnen sowie Programmierung des Fragebogens. Screening und Incentivierung der Probanden sowie Feldarbeit
- Datenanalyse, -aufbereitung und Charting inkl. Ausweis segment- und regionalspezifischer Besonderheiten. Ergebnisreport inkl. Management Summary und Handlungsempfehlungen. Optional: Persönliche Ergebnispräsentation vor Ort

Über die INNOFACT AG: Wir sind ein Full-Service-Marktforschungsunternehmen mit Hauptsitz in Düsseldorf. Wir verbinden traditionelles Marktforschungs-Know-how etwa im Rahmen von Telefoninterviews mit den effizienten Möglichkeiten von Online-Erhebungen in unserem bevölkerungsrepräsentativen Online-Panel mit ca. 350.000 Verbrauchern. INNOFACT realisiert mit seinen knapp 80 Mitarbeitern jährlich über 900 Marktforschungsprojekte für rund 220 verschiedene Kunden aus verschiedenen Branchen. Markenstudien stellen einen integralen Bestandteil des Unterstützungsangebotes der Energiemarktforschung dar.

Bei Fragen und Interesse an unserem Angebot kontaktieren Sie uns gern unter:



Hans-Jochen Brückner

INNOFACT AG
Geschäftsbereichsleiter Energiemarktforschung
Neuer Zollhof 3, 40221 Düsseldorf

+49 211 862029-219 | +49 176 30603681
h.brueckner@innofact.com