

Ipsos Marketing repräsentiert die Marketingforschung von Ipsos und liefert Insider-Einsichten, faktenbasierte Lösungsansätze, Forecasting und marketingorientierte Handlungsempfehlungen. Mit einer breiten Palette innovativer und flexibler Instrumente. Für Konsumgüter, Dienstleistungen und im Gesundheitsbereich. Qualitativ und quantitativ. Damit Sie Ihre Marktposition stärken und Ihren Erfolg langfristig sichern.

PERCEPTOR® PLUS – DAS INNOVATIVE, HOLISTISCHE MARKENSTEUERUNGS- MODELL

Die Herausforderung an das Markenmanagement

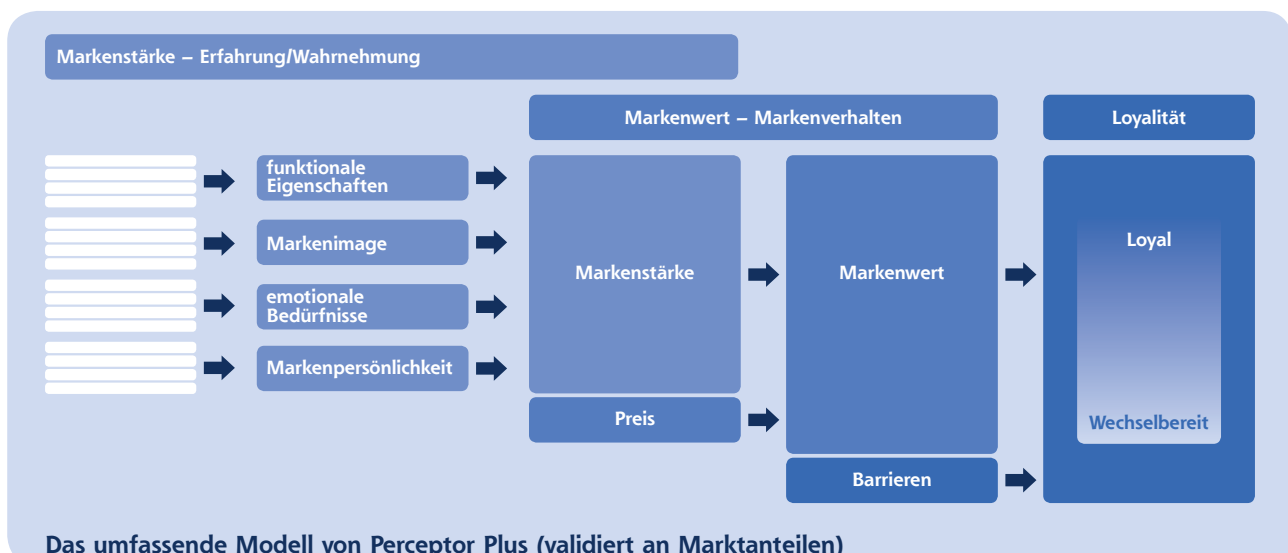
Starke, erfolgreiche Marken sind das Kapital eines Unternehmens. Wettbewerberaktivitäten, die steigende Anzahl an Innovationen, die wachsenden und sich wandelnden Bedürfnisse der Konsumenten und deren zunehmende Preissensibilität stellen immer neue Herausforderungen an die Markenführung. Das Wecken von Emotionen gilt als Schlüssel zum Erfolg.

Perceptor® Plus – für eine erfolgreiche, zukunftsgerichtete Markenpositionierung

Um Marken erfolgreich durch dieses schwere Fahrwasser zu steuern, benötigen Sie nicht nur Informationen zum Status Quo Ihrer Marke. Sie müssen auch wissen, wie Sie Ihre Marke nachhaltig festigen und in die richtige Richtung lenken können, um Konsumenten zu binden und letztlich Marktanteile zu gewinnen.

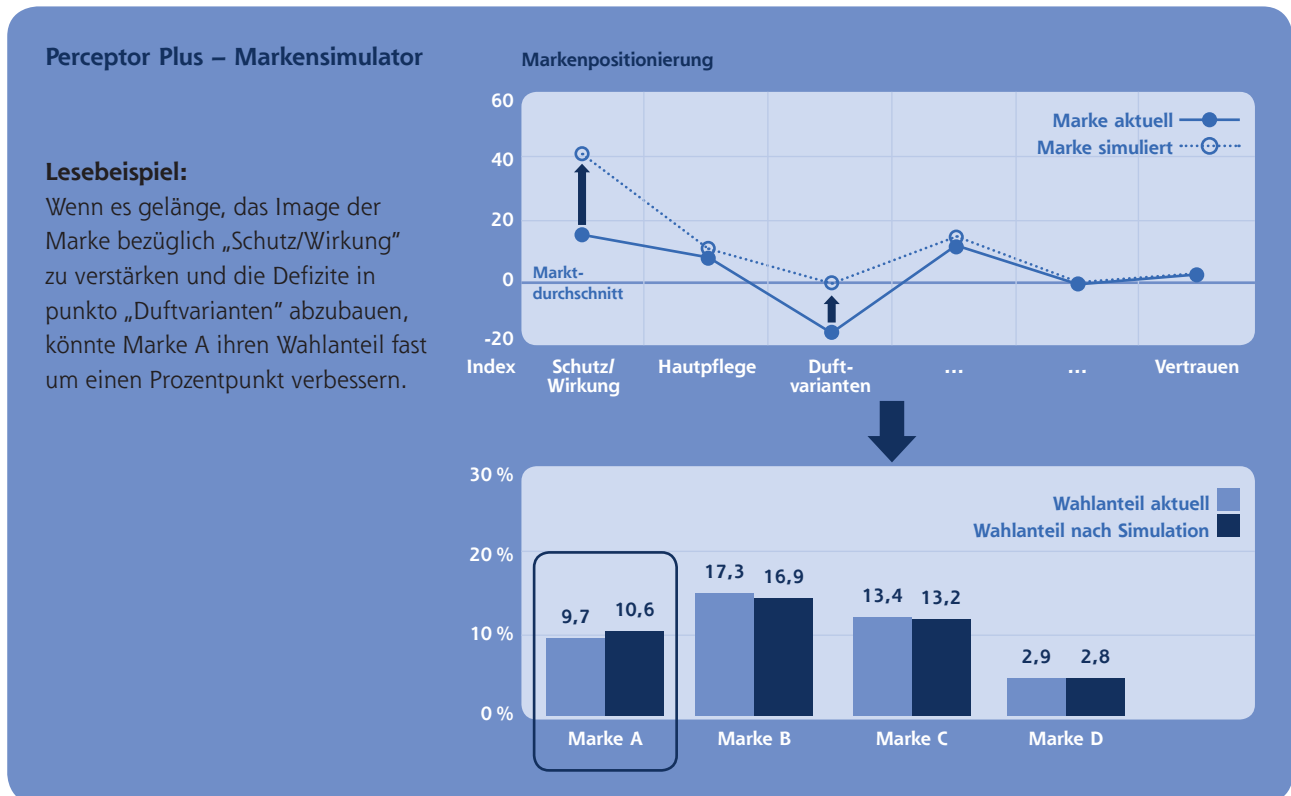
Perceptor® Plus – holistische Sicht bei Transparenz der interagierenden Beziehungen zwischen Markenstärke und Markenwert

- Die Markenstärke wird in all ihren Facetten analysiert:
 - funktionale Eigenschaften und emotionale Bedürfnisse
 - Markenimage und Markenpersönlichkeit
- Der Preis als Komponente des Markenwertes sowie seine Bedeutung für die Markenwahl sind integraler Bestandteil.
- Basis für die Analyse von Markenstärke und Markenwert ist das Konsumentenverhalten, das durch die Facetten und den Preis erklärt wird.
- Ein Modul zur Kundenloyalität arbeitet heraus, wie Ihr Kundenstamm strukturiert ist und welche Argumente die Markenloyalität erhöhen.



Perceptor® Plus bietet zukunftsgerichtete Therapeutik

Mit Perceptor Plus können Sie Positionierungsszenarien simulieren. Der einzigartige Markensimulator gibt Ihnen ein Instrument an die Hand, Auswirkungen der künftigen Positionierungsstrategie auf das Wahlverhalten der Konsumenten durchzuspielen und so die optimale Weiterentwicklung Ihrer Marke zu bestimmen. Damit unterstützt Sie Perceptor Plus auch zukunftsgerichtet bei einer nachhaltigen Markenführung.



Perceptor® Plus – ein innovatives Markensteuerungsinstrument, das u. a. folgende Fragen beantwortet:

- Welches sind die Treiber der Markenstärke in ihrer Kategorie (eher funktionale oder emotionale Eigenschaften)?
- Wie ist Ihre Marke auf diesen Treibern positioniert? Welche Stärken und Schwächen haben Wettbewerbermarken?
- Welche Bedeutung hat der Preis bei der Auswahl von Marken in Ihrer Kategorie?
- Welches Preis-Leistungs-Verhältnis bietet Ihre Marke dem Konsumenten?
- Wie loyal sind Konsumenten zu Ihrer Marke und wie können sie noch enger gebunden werden (Loyalty-Modul)?
- Welche Ansatzpunkte ergeben sich für die Weiterentwicklung der Positionierung und welche Auswirkungen haben diese in Bezug auf Markenstärke und Wahlverhalten?

Wir helfen Ihnen, die Potenziale Ihrer Marke einzuschätzen und eine relevante und differenzierende Markenpositionierung zu erarbeiten, die die Bedürfnisse Ihrer Konsumenten reflektiert und gleichzeitig das Wettbewerbsumfeld berücksichtigt.

Ihr Marketing-Team: Fon 040 800 96-194, marketing@ipsos.de

Ipsos GmbH

Heidenkampsweg 100, 20097 Hamburg, Fon 040 800 96-0, Fax 040 800 96-100

Die Ipsos GmbH ist ein Tochterunternehmen der Ipsos SA, einem börsennotierten Unternehmen mit Hauptsitz in Paris. Als unabhängiges Marktforschungsunternehmen sind wir mit über 8.000 Mitarbeitern weltweit ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine in über 60 Ländern vernetzte Organisation, untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorauszusehen. Wir bestimmen Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. In Deutschland sind neun der zehn teuersten DAX-Marken 2007 unsere Kunden. Für sie und für alle anderen liefern wir „Wissen aus Daten“.

www.ipsos.de

