



Branditutkimus

TUTKIMUS KEHITTÄMÄÄN YRITYKSEN EROTTAUTUMISTA MARKKINOILLA

Muista yrityksistä erottautuminen on tärkeää kilpailuilla markkinoilla. Tutkimuksessa selvitetään miten yritys erottuu muista kohdemarkkinassa ja mikä on sen vetovoima ja käytön esteet.

BRANDITUTKIMUKSEN TAVOITTEET

- Selvitetään brandin kohderyhmän mielikuvaa
- Minkälaisena brandi nähdään ja miten se eroaa kilpailijoista?
- Tunnettuus ja käytön harkinta kohderyhmässä
- Mitkä ovat vetovoimatekijät?
- Mitkä ovat käytön esteitä ja heikkouksia?

TIEDONKERUUN TOTEUTUS

Käytössä kaikki tiedonkeruutavat ja voidaan valita kohderyhmälle parhaiten sopiva tiedonkeruumenettelmä tai yhdistelmä. Suurimmalle osalle asiakasryhmistä paras tiedonkeruutapa on puhelinhaastattelut. Web-kysely on oikea vaihtoehto suurille asiakasryhmille. Pystymme toteuttamaan laajimmatkin kotimaiset ja kansainväliset tutkimusten tiedonkeruun.

TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ

Selvitetään ensin brandin tunnettuus ja harkinta sekä valintapreferenssit. Sen jälkeen selvitetään kuva brandista ja sen pääkilpailijoista. Sisällössä hyödynnetään valmiita kysymysrakenteita ja patte-ristoja, joihin päivitetään asiakkaan branditavoitteet.

RAPORTOINTI

Branditutkimuksesta tehdään raportti, jossa tuloksista tarkastellaan taustaryhmittäin. Keille ollaan houkutteleva ja ketkä eivät ole kiinnostuneita käyttämään? Mitkä ovat alueelliset erot? Raportti sisältää yhteenvedon, jossa tulokset vedetään yhteen ja analysoidaan vahvuudet ja kehittämiskohteet kohderyhmittäin

TULOSTEN PURKU JA KEHITTÄMISTOIMENPITEET

Tutkimuksen raportoinnissa esitellään ja analysoidaan tutkimuksen tulokset ja tehdään johtopäätökset ja työstetään keskeisimpiä tuloksia. Raportoinnissa työstetään tutkimuksen johtopäätökset niin pitkälle, että asiakkaan on helppo tehdä päätöksiä kehittämistoimenpiteistä tutkimuksen perusteella.

