

Merkimago & Neuromarketing: Zo maak én meet je merkimago

Lunch-webinar



U N R A V E L

10 jaar neuromarketing

Unravel Research

Onderzoek

Meet wat je klant echt vindt met neuromarketing-methoden als Eye Tracking en EEG.



Unravel Academy

Training

Ontdek de laatste neuromarketing-inzichten over jouw vakgebied.



Unravel Behavior

Advies

Advies over gedragsbeïnvloeding in marketing en maatschappij.







ZOA Sugar Free Energy Drink - Tropical Punch 12 Fl Oz - Healthy Energy Drinks with B Vitamins, Amino Acids, Camu Camu, Electrolytes & Natural Clean Caffeine - (Pack Of 12)

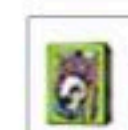
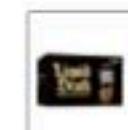
★★★★☆ 14,086

\$22.49 \$24.99 prime

Save 10% Subscribe & Save

Grocery & Gourmet Food > Beverages > Bottled Beverages, Water & Drink Mixes > Water > Carbonated Water

Sponsored



6 VIDEOS



Roll over image to zoom in



Liquid Death Sparkling Water, 16.9 oz. Tallboys (12-Pack)

Visit the Liquid Death Store

★★★★☆ 26,885 ratings | 351 answered questions

Flavor Name: **Sparkling Water - Unflavored**

Berry It Alive - Sparkling 3 options from \$25.00	Death Lime & Mango Mixed Pack --	Death Sparkling & Lime Mixed Pack --
Death Still & Lime Mixed Pack --	Death Still & Sparkling Mixed Pack \$29.98 (\$0.07 / Fl Oz)	Mango Chainsaw - Sparkling 1 option from \$31.11
Mountain Water - Still 1 option from \$13.95	Severed Lime - Sparkling 1 option from \$31.11	Sparkling Water - Unflavored 2 options from \$13.99

Ingredients

About this item

See All Buying Options

Deliver to Tom - Utrecht 3581

Add to List

Have one to sell?

Sell on Amazon

Save 5%



bubly Sparkling Water, 6 Flavor...

★★★★☆ 21,725

\$12.15 \$12.79 prime

Subscribe & Save

Sponsored

Brands in this category on Amazon

Sponsored



**Beef
Lasagna**

KEEP FROZEN

NET WT. 14 OZ

Sterke merken hebben het maar makkelijk...

Bekendheid

+

Imago

Vaker gepland gekocht

Valt sneller op

Minder alternatieven
vergeleken

Minder prijskritisch
gekocht

Positievare
productervaring

Does love make you blind?



Merkimago immuniseert
tegen negatieve informatie

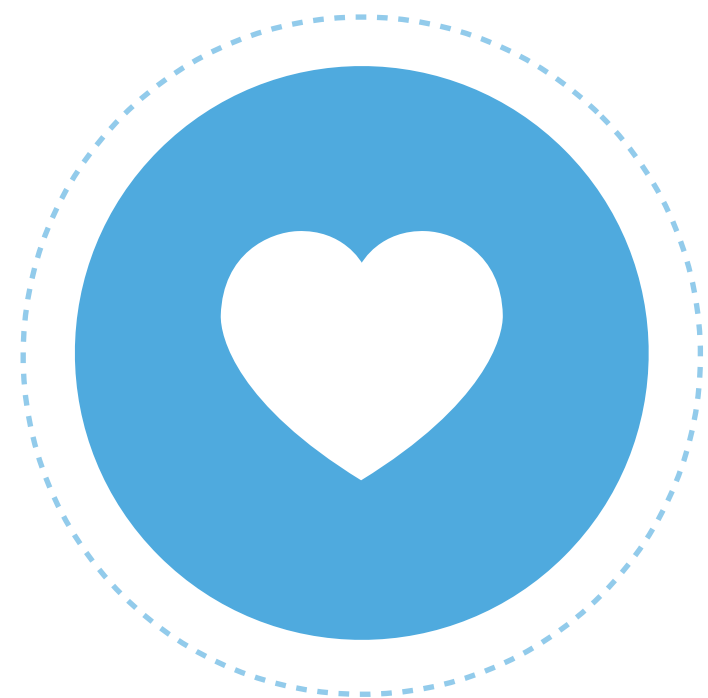


Maar het beperkt ook mogelijkheden...



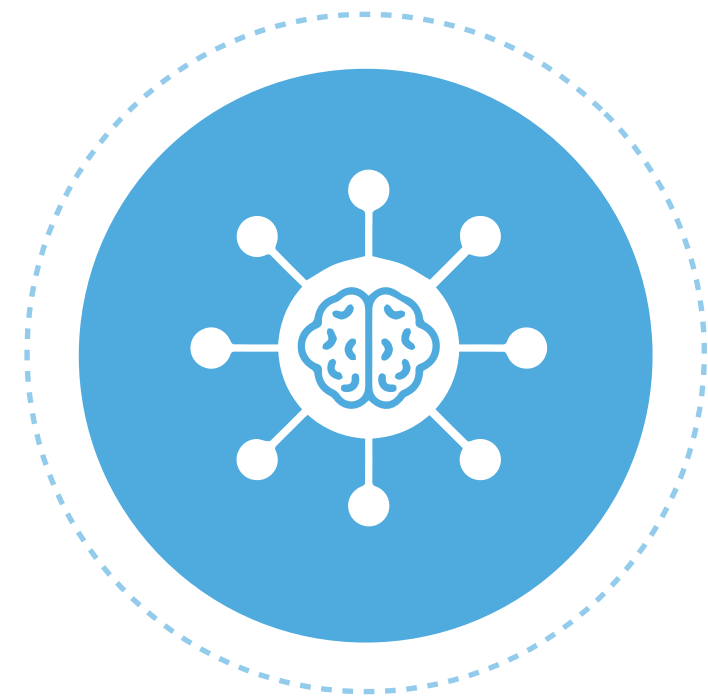
Merkimago & Neuromarketing

Topics van vandaag



Branding Mythes

Het fabeltje van de love brand



Branding in het brein

Wat zijn merken in onze hersenen, en wat betekent dit praktisch?



Merkimago Meten

Hoe kun je kwantitatief onbewuste associaties in kaart brengen?



Merkimago ontwikkelen

Wat zijn de best practices om een sterk imago te verankeren?

Mythe 1. **De Love Brand**



Love Brand

Loyaliteit komt van nature, zonder passie

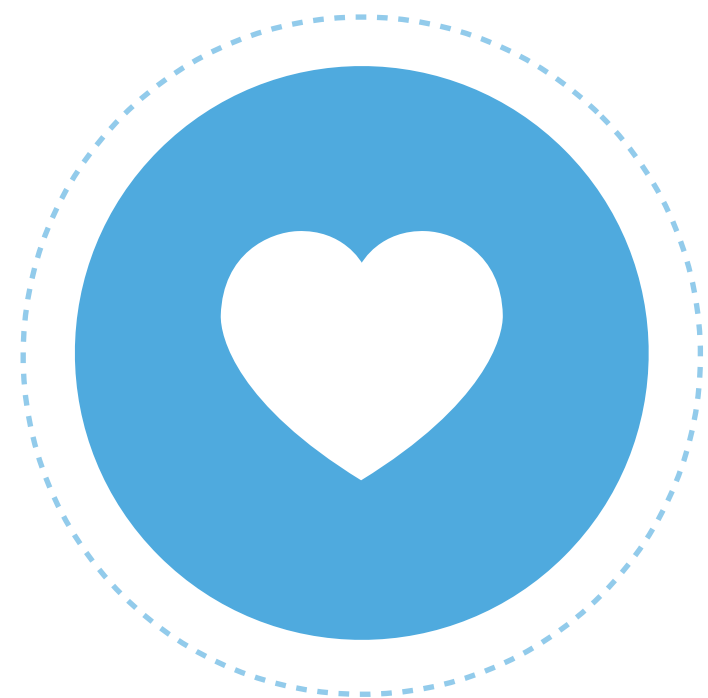
- De Double Jeopardy Law (Sharp, 2010)
- Van de Coca-Cola-kopers koopt 41% ook Pepsi. Van de Pepsi-kopers koopt 72% ook Coca-Cola
- Exclusieve loyaliteit binnen categorie: slechts 11%





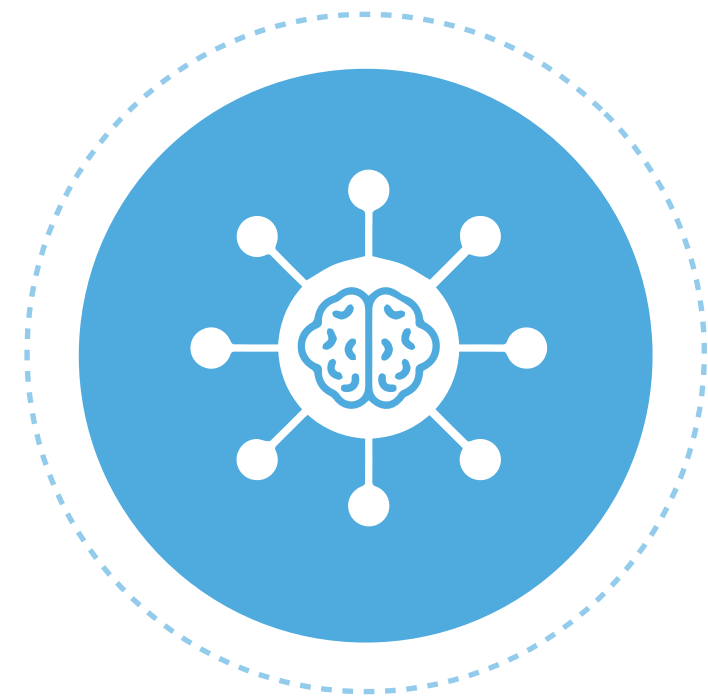
Merkimago & Neuromarketing

Topics van vandaag



Branding Mythes

Drie fabels over branding



Branding in het brein

Wat zijn merken in onze hersenen, en wat betekent dit praktisch?



Merkimago Meten

Hoe kun je kwantitatief onbewuste associaties in kaart brengen?



Merkimago ontwikkelen

Wat zijn de best practices om een sterk imago te verankeren?



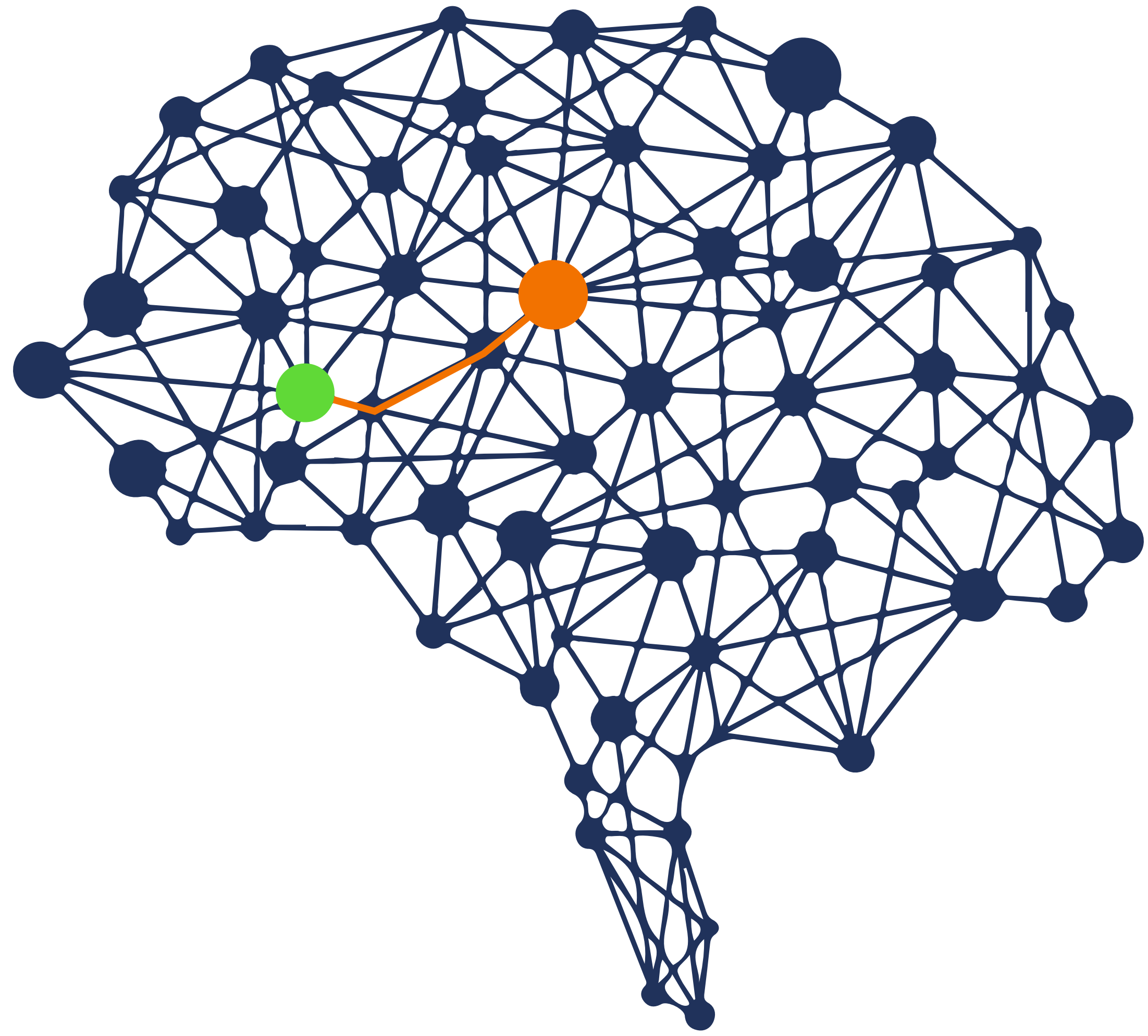
Branding is Geheugenmanagement

Het creëren, versterken en opfrissen van relevante geheugensporen in het brein







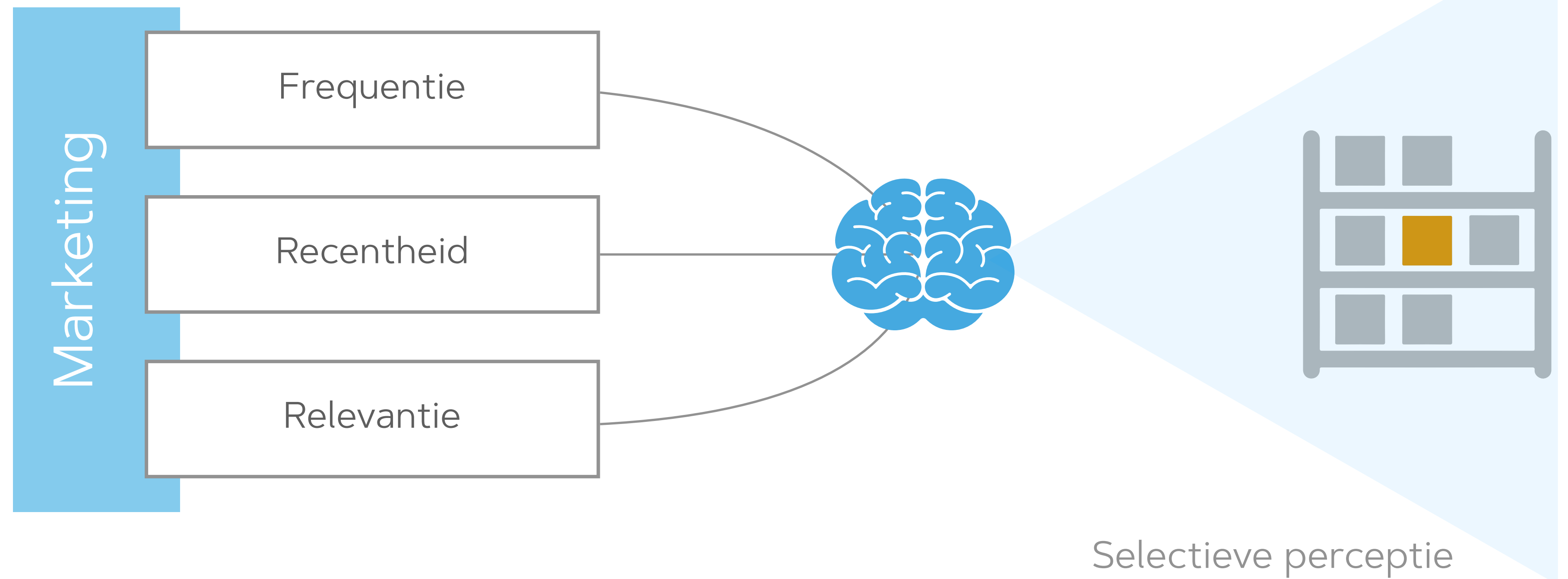


... naise

mayonaise

polonaise

Van geheugen naar gedrag





"Bringing the mind and shelf together"

Brand



Categorie
Awareness

Attributen

Benefit

*Functioneel, beleving of
symbolisch*

Gebruiksmoment

Persoonlijkheid &
Waarden

?



Koopsituatie

Brand



Categorie
Awareness

Attributen

Benefit

*Functioneel, beleving of
symbolisch*

Gebruiksmoment

Persoonlijkheid &
Waarden

Bestaat de motivatie al?

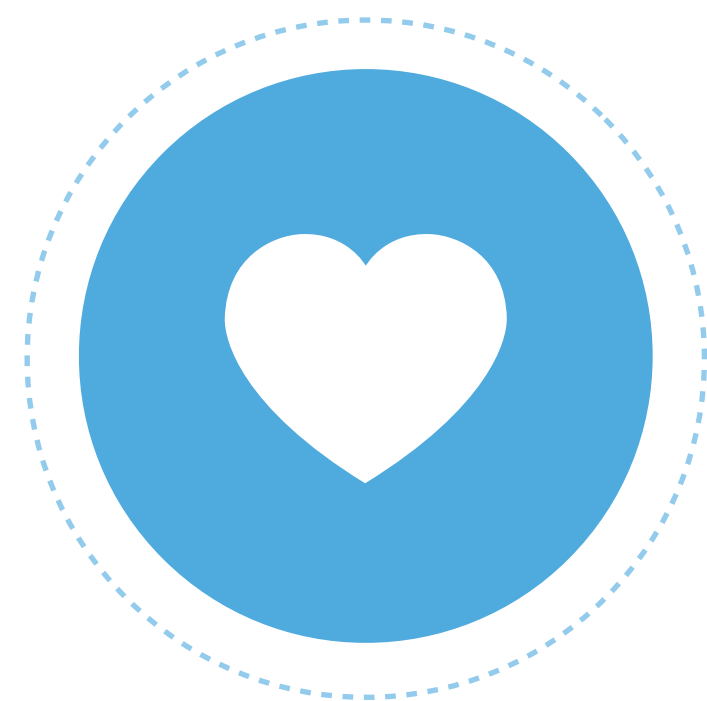


Koopsituatie



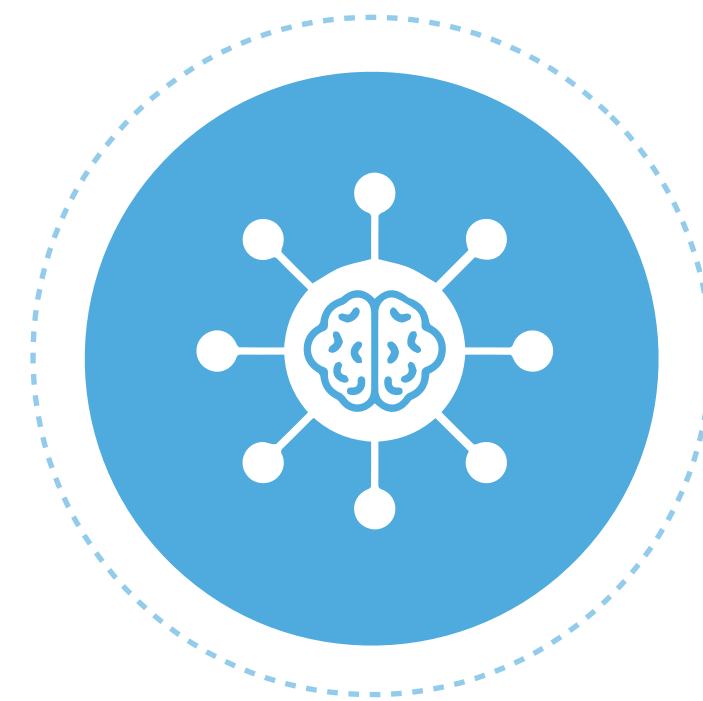
Merkimago & Neuromarketing

Topics van vandaag



Branding Mythes

Drie fabels over branding



Branding in het brein

Wat zijn merken in onze hersenen, en wat betekent dit praktisch?



Merkimago Meten

Hoe kun je kwantitatief onbewuste associaties in kaart brengen?

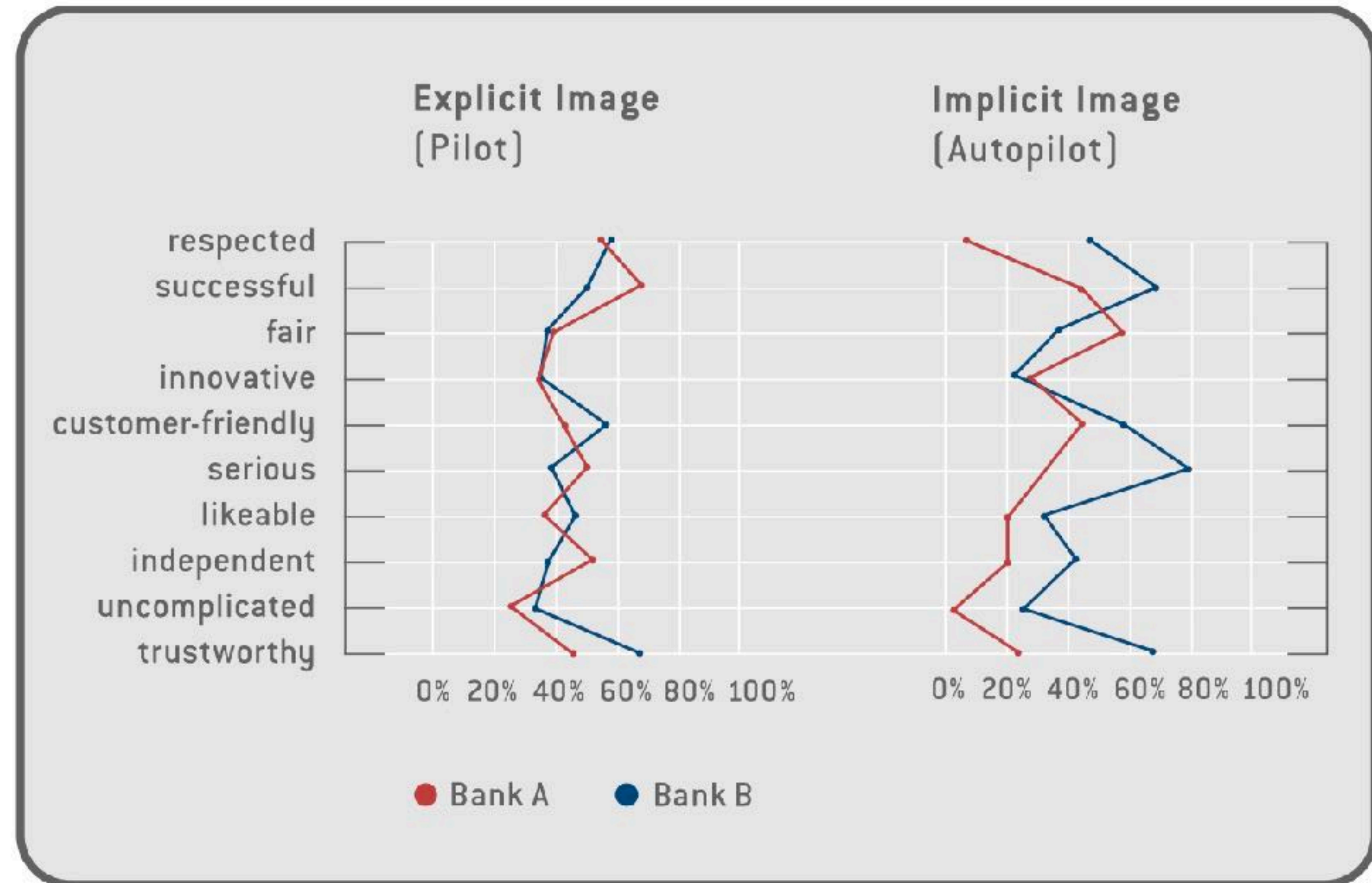


Merkimago ontwikkelen

Wat zijn de best practices om een sterk imago te verankeren?

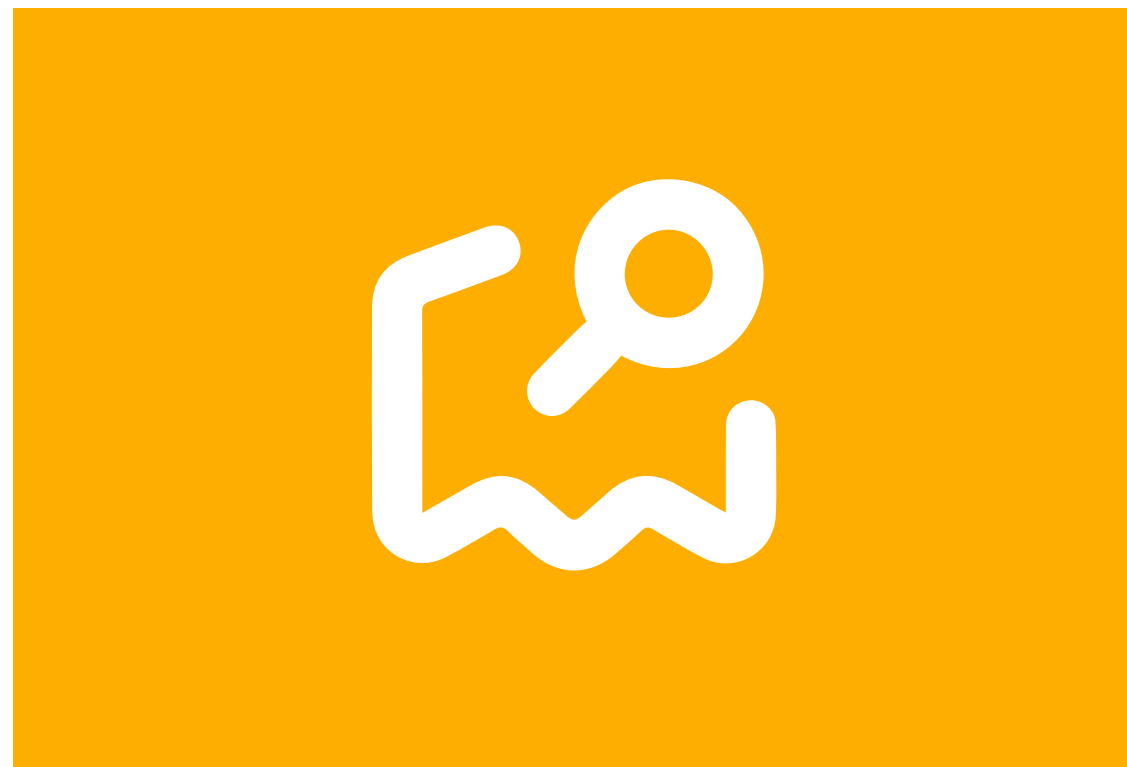
Waarom uitvragen niet werkt

- ▶ Expliciet meten levert weinig gedistingeerde data op
- ▶ Impliciet meten vergroot verschillen en legt onbewuste nuances bloot



Bron: Barden (2013)

Meet je merkimago in twee stappen



1. Breng relevante associaties in kaart

- Vrije associatietest
- Data Mining (AI)

2. Meet elk attribuut kwantitatief

- Impliciete Associatietest (IAT)

Bron: (Burns et al., 2017)

Meet Intuitive Associaties

- ✓ Reactietijd onthult de onbewuste sterkte van associaties
- ✓ Perfect voor merkimago-onderzoek, brand tracking en positioneringsvraagstukken



Use Case: Brand Tracking

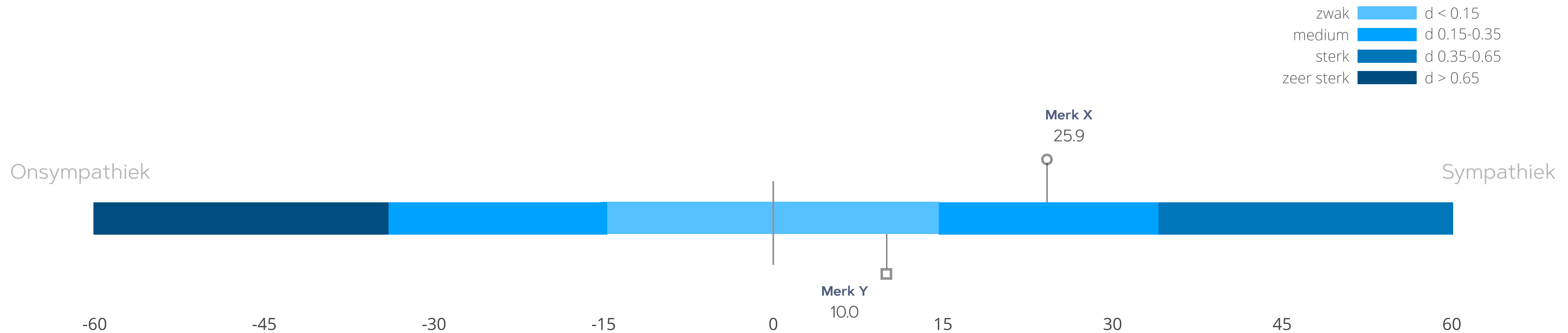
- ✓ Vergelijk merk met concurrenten
- ✓ Track imago over tijd



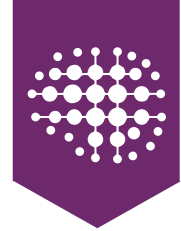


Associatie: Sympathiek

- ▶ Merk X scoort significant hoger op sympathie dan Merk Y.

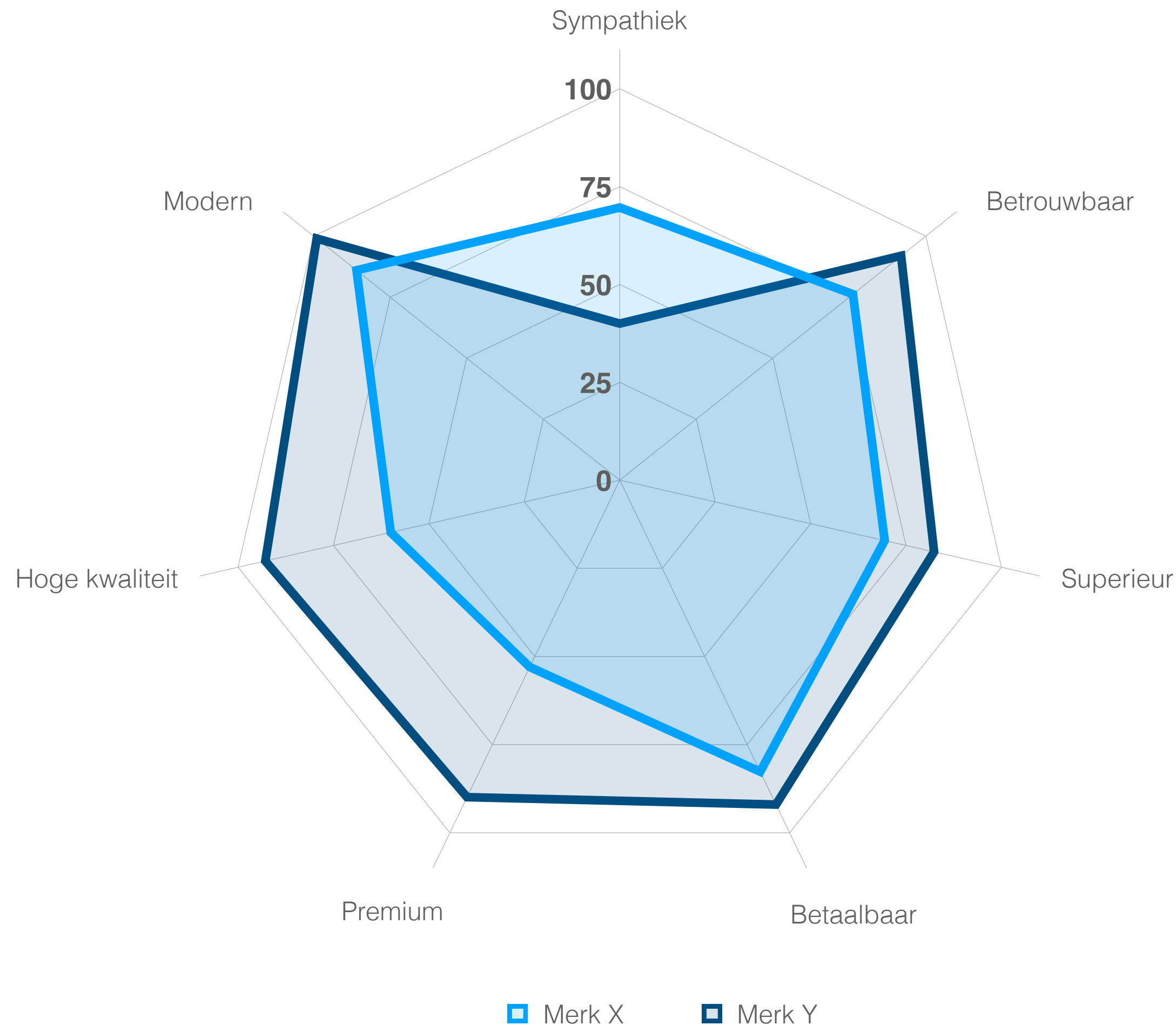


Toelichting: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Vergelijking merken

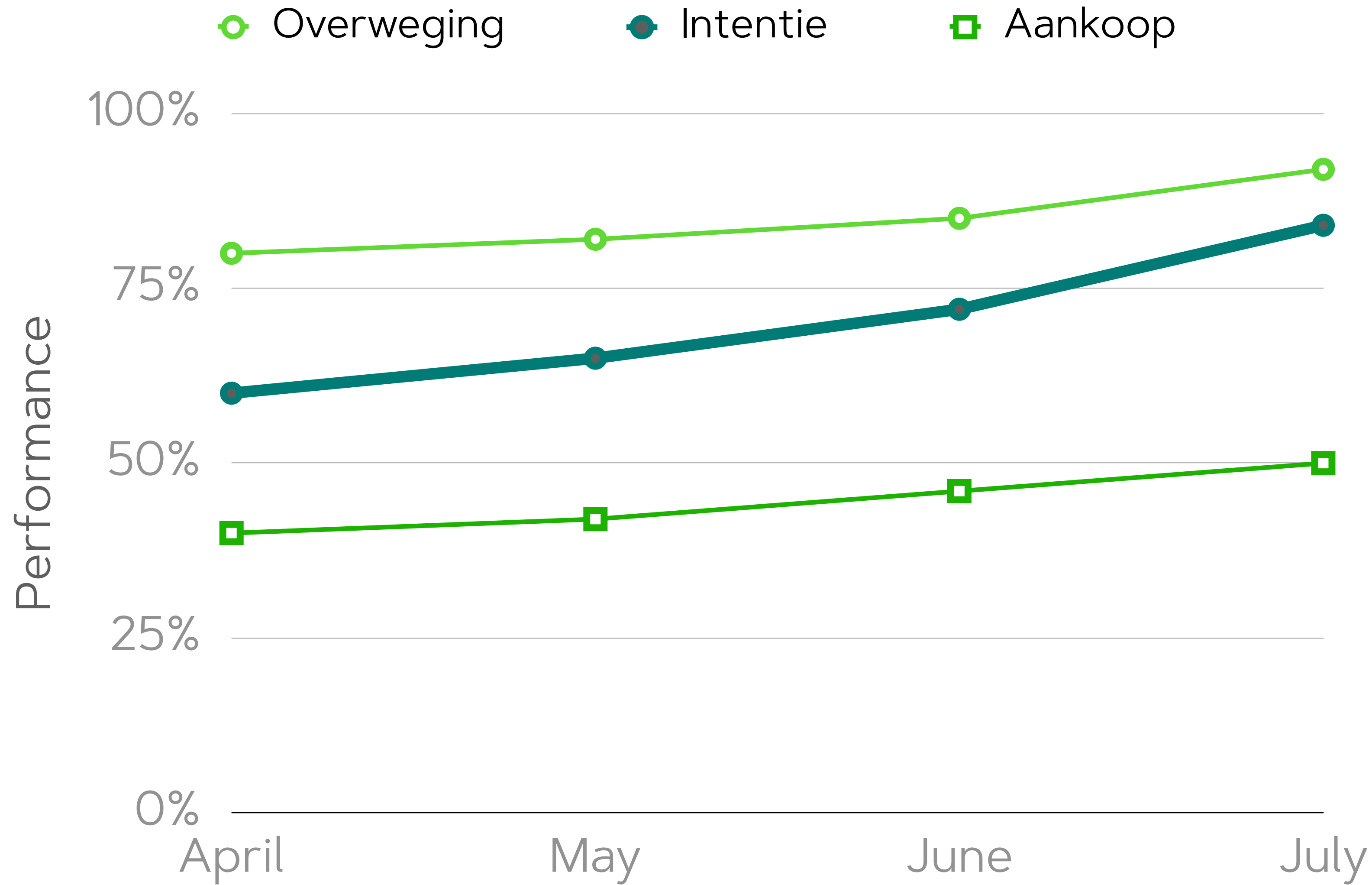
- ▶ Merk Y scoort hoog in kwaliteitsopzet, maar merk X is sympathieker.



Toelichting: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lange termijn



+25%

Overweging

April-July 2020

+40%

Intentie

April-July 2020

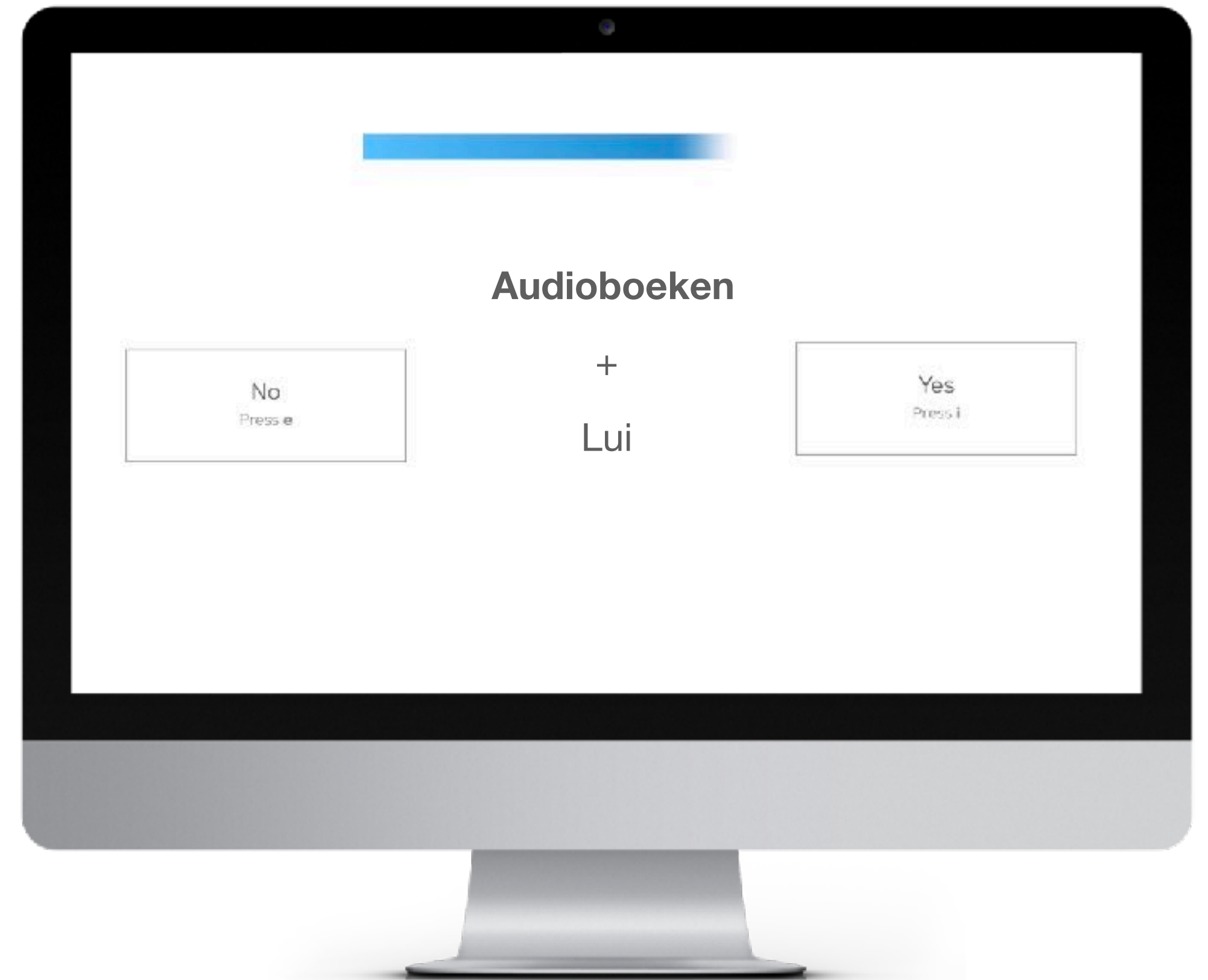
+9%

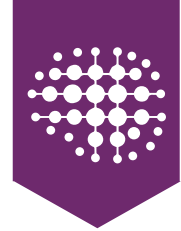
Aankoop

April-July 2020

Use Case: **Verhoog conversie bij doelgroep**

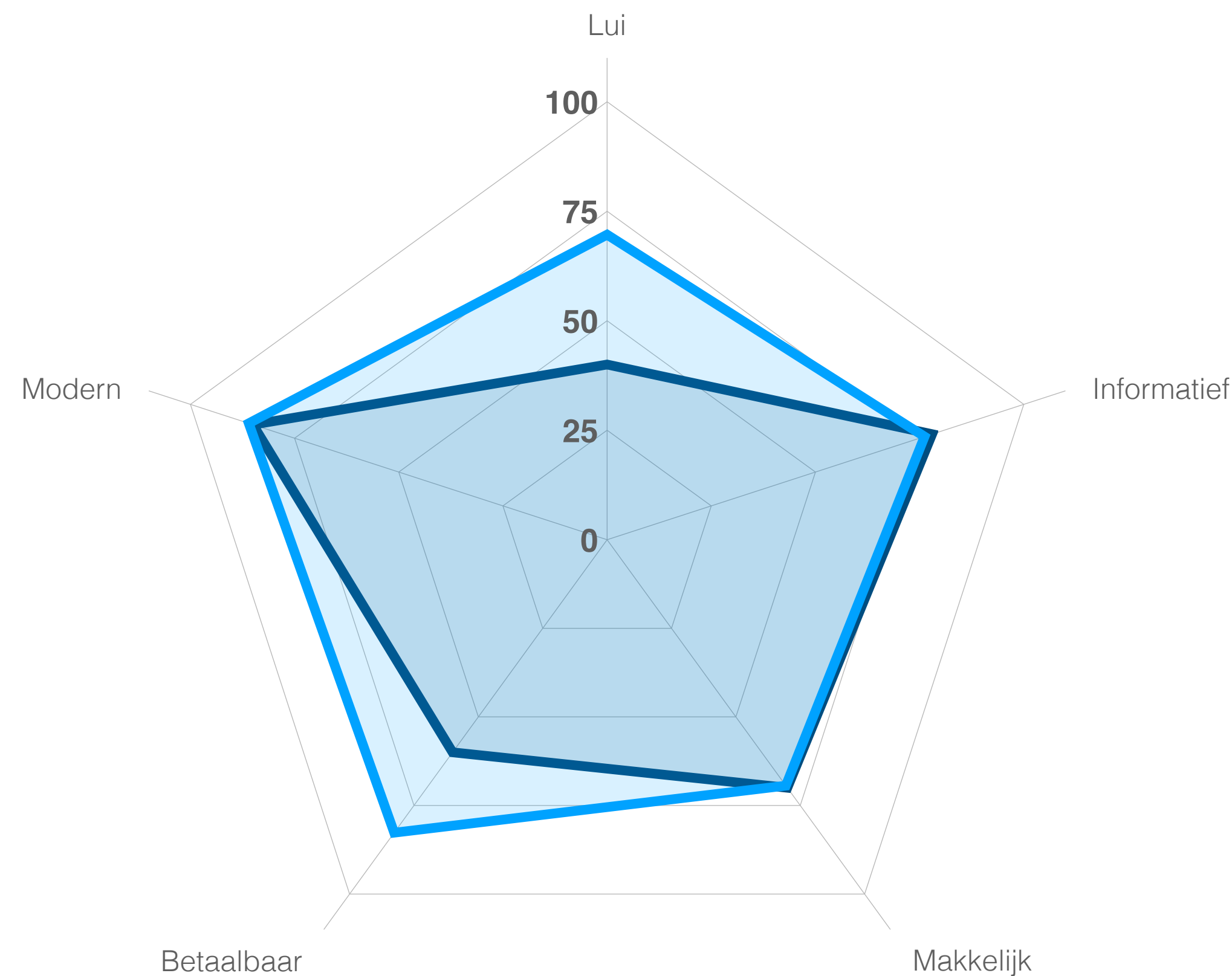
- ✓ Onthul
imagoverschillen
tussen gebruikers en
niet-verbruikers





Vergelijking categoriegebruikers

- ▶ Niet-gebruikers associëren audioboek-gebruik met luiheid en hogere prijs



■ Merk X ■ Merk Y

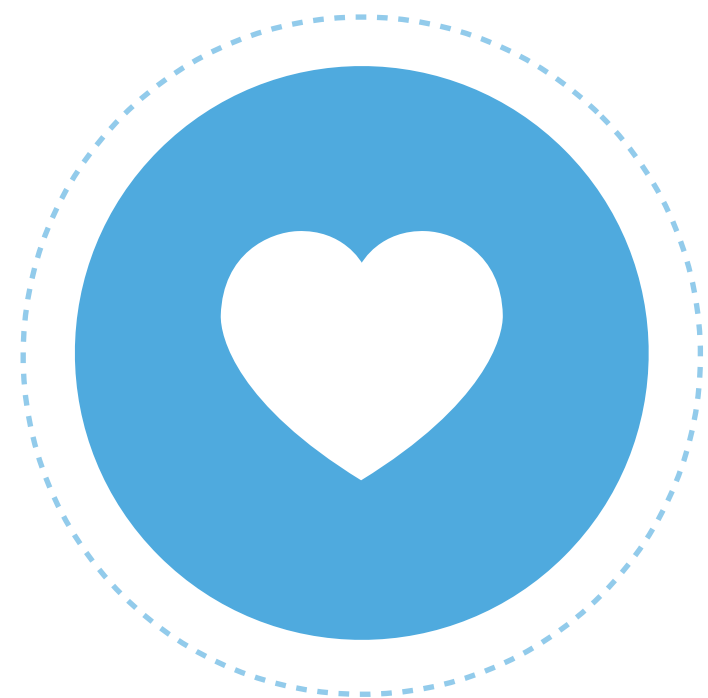
Toelichting: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



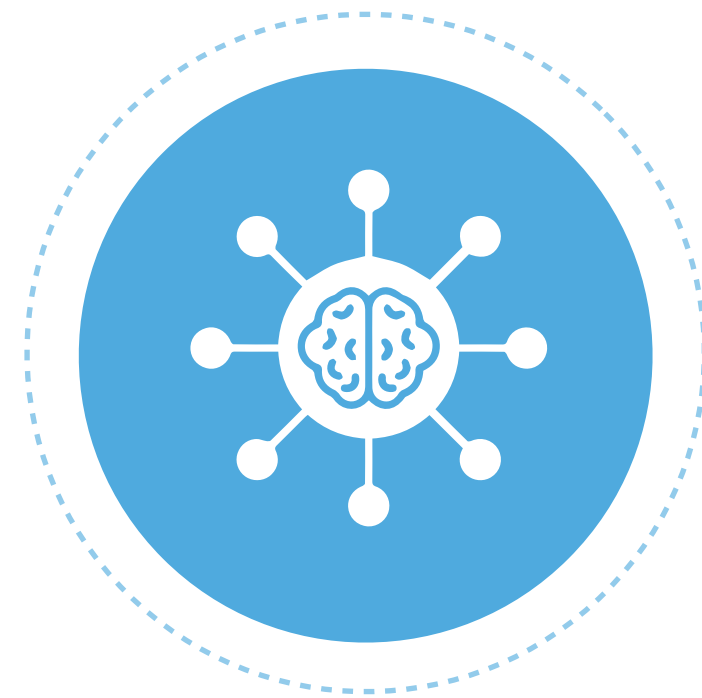
Merkimago & Neuromarketing

Topics van vandaag



Branding Mythes

Drie fabels over branding



Branding in het brein

Wat zijn merken in onze hersenen, en wat betekent dit praktisch?



Merkimago Meten

Hoe kun je kwantitatief onbewuste associaties in kaart brengen?



Merkimago ontwikkelen

Wat zijn de best practices om een sterk imago te verankeren?

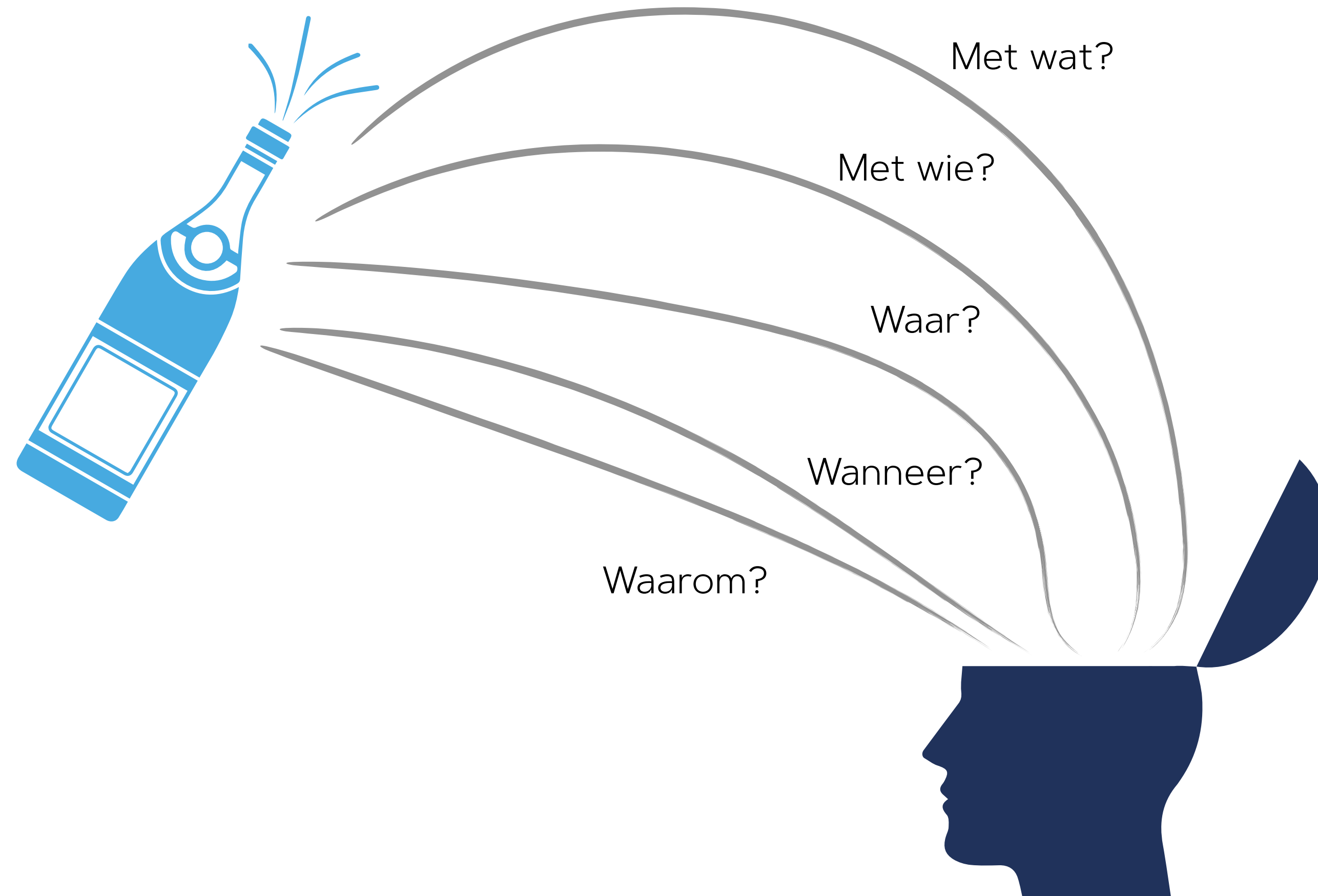
1. Category Entry Points

- Situaties die van nature voorkomen in de behoeften van consumenten
- De driver achter awareness
- Sterke merken hebben veel CEPs (maar hoeven ze niet te 'ownen')

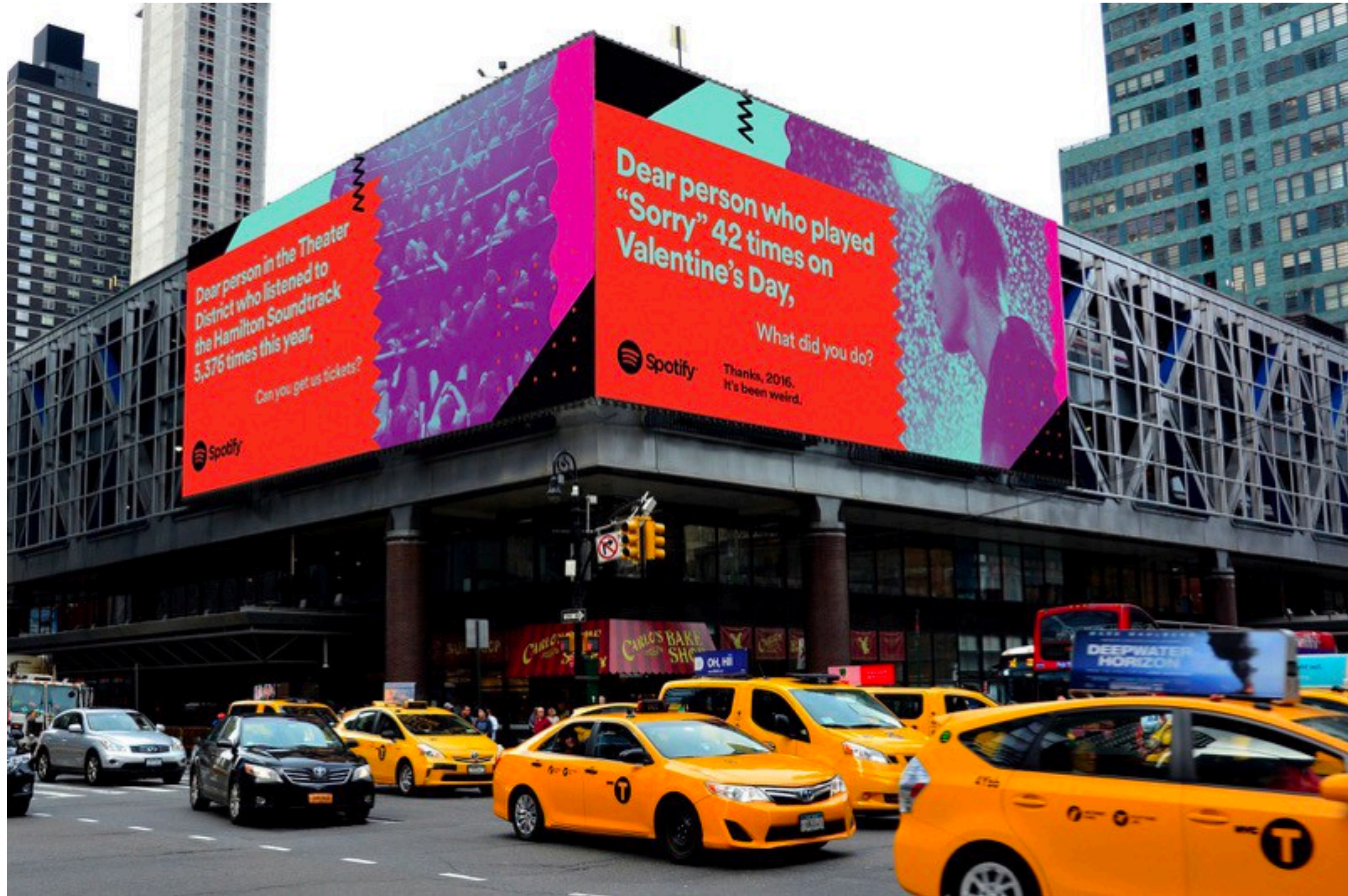
(Romaniuk, 2016)



1. Category Entry Points



(Romaniuk, 2016)



Dear person in the Theater District who listened to the Hamilton Soundtrack 5,376 times this year,
Can you get us tickets?



Dear person who played "Sorry" 42 times on Valentine's Day,
What did you do?



Thanks, 2016.
It's been weird.



2. Benefits

Functionele
Benefit

Symbolische
Benefit

Belevingsgerichte
Benefit



Serve chilled.
Carbonated.

Red Bull



ENERGY DRINK

With Taurine. Vitalizes body and mind.

2. Benefits



Vitalizes Body and Mind.®

Functionele
Benefit



Symbolische
Benefit



Belevingsgerichte
Benefit

3. Persoonlijkheid

Sincerity

- Betrouwbaar
- Eerlijk
- Authentiek



Excitement

- Passievol
- Avontuurlijk
- Enthousiast



Competence

- Intelligent
- Gedisciplineerd
- Deskundig



Sophistication

- Elegant
- Zelfverzekerd
- Werelds

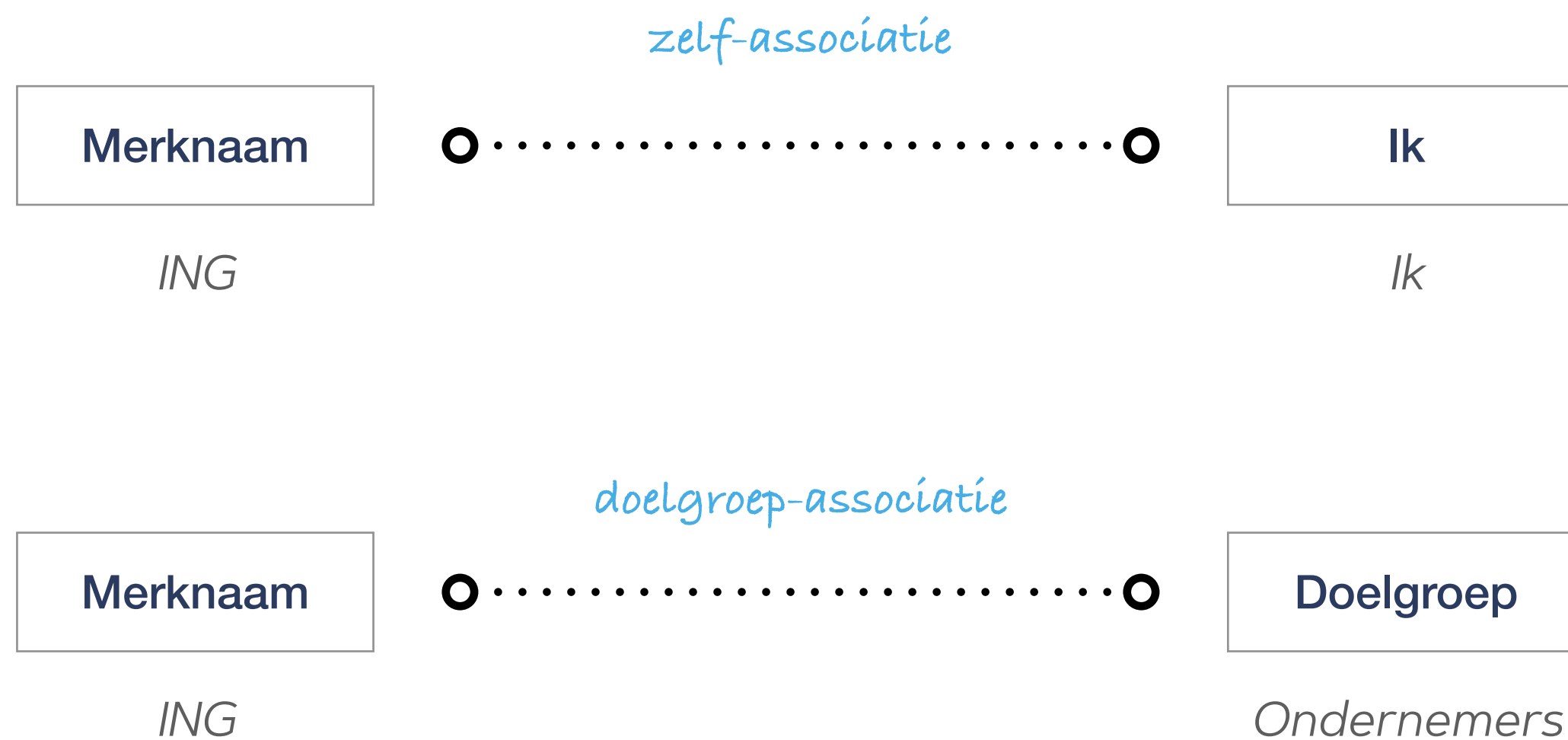
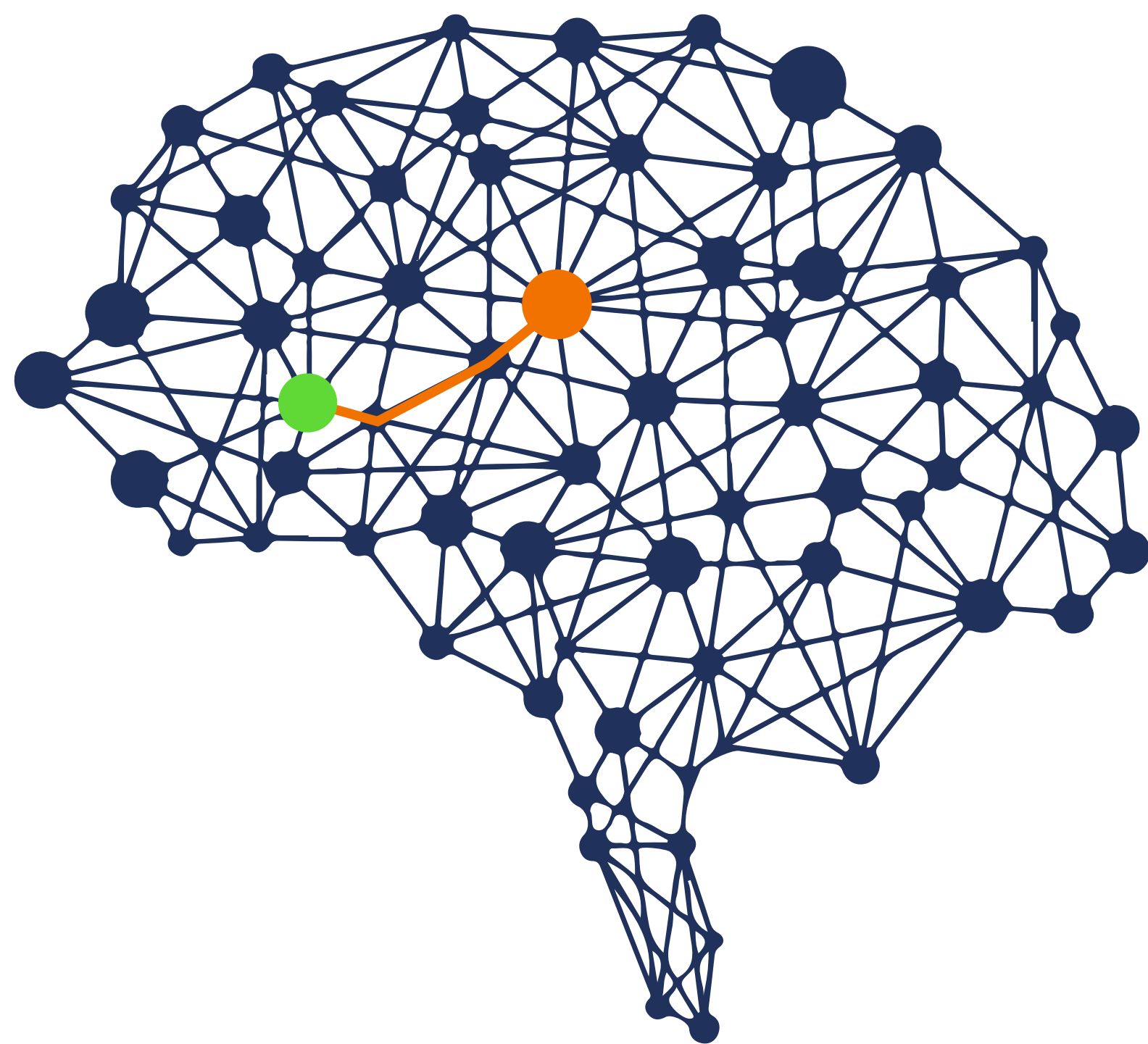


Ruggedness

- Solide
- Stabiel
- Bestendig



4. Identificatie



Cells that fire together, wire together

Take-Aways: Merkimago & Neuromarketing

- ✓ **Hoe werkt merkimago?** Associaties over gebruikssituaties, voordelen, persoonlijkheid en zelf-identificatie maken merk aantrekkelijker.
- ✓ **Meet je merkimago op de juiste manier?** Maak gebruik van een twee-staps onderzoek om doelgericht relevante associaties te selecteren
- ✓ **Test ik zinvolle brand metrics?** Wees kritisch naar je brand metrics: je kunt van alles meten, maar is het zinvol?