

BrandIndex

The Power of Connected Data

Partner w Polsce: Inquiry sp. z o.o.

YouGov BrandIndex

Jedynе syndykatowe badanie kondycji
marek dostępne na całym świecie

Spójna metodologia we wszystkich krajach

Badanie realizowane od 10 lat
2019: wdrożenie w Polsce

Coca-Cola



Unilever



Google



YouTube



Disney

SAMSUNG

airbnb

amazon



Carrefour



Połączenie jednej z największych światowych firm badawczych z lokalnym doświadczeniem

YouGov

inquiry

MARKET
RESEARCH



BrandIndex



Efekt synergii

YouGov inquiry BrandIndex

Sprawdzone narzędzia

Doświadczenie na rynku w Polsce

Korzyści

1

BrandIndex -
codzienny
monitoring
kondycji marki

2

Ocena
efektywności
działań
komunikacyjnych

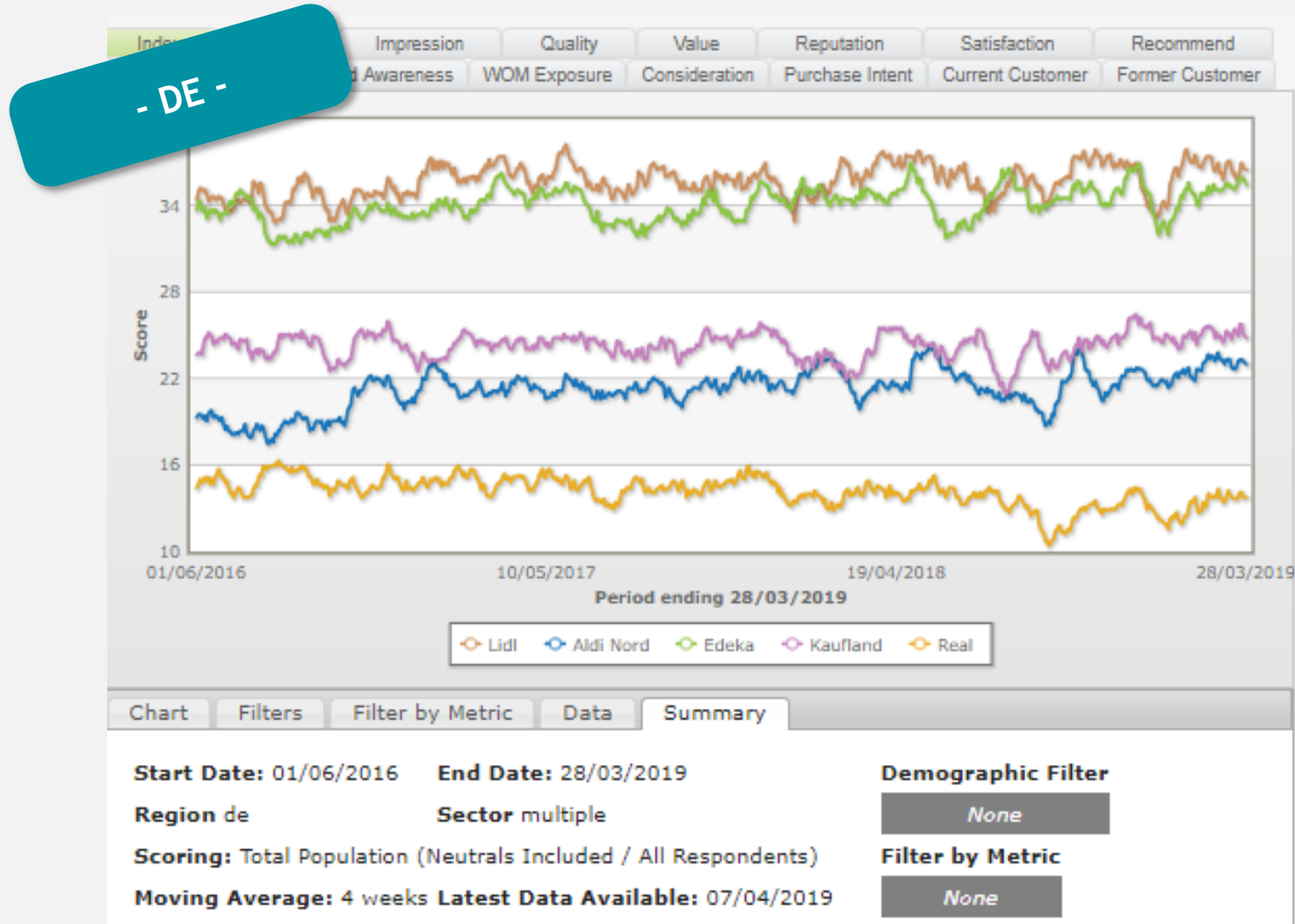
3

Wielowymiarowy
profil użytkownika
marki

4

Dodatkowe
badania ad hoc
na wybranych
grupach
respondentów

BrandIndex - ciągły pomiar pozycji marki



BrandIndex w Polsce

700+ wywiadów
realizowanych
miesięcznie

Ponad 9 000 wywiadów
w ciągu roku

Tygodniowa aktualizacja
bazy danych

Monitorowane wskaźniki marki

Znajomość

Znajomość wspomagana

Zaznacz wszystkie marki sklepów, o których słyszałeś/słyszałaś kiedykolwiek

Buzz

O których sklepach słyszałaś/słyszałeś coś pozytywnego /negatywnego w ciągu ostatnich dwóch tygodni w wiadomościach, reklamie, w rozmowach z przyjaciółmi lub rodziną? (wynik netto, %)

Uwaga

Suma wskazań pozytywnych i negatywnych dla Buzz (%)

Znajomość reklamy

Z reklamą których sklepów spotkałaś/spotkałeś się w ciągu ostatnich dwóch tygodni? (%)

Word of Mouth

O których sklepach rozmawiałaś/rozmawiałeś z przyjaciółmi lub rodziną w ciągu ostatnich dwóch tygodni (osobiście, online lub w mediach społecznościowych)? (%)

Ocena

Opinia

Wskaż sklepy, o których masz pozytywną / negatywną opinię. (wynik netto, %)

Rekomendacja

Które sklepy poleciałabyś/polecilibyś / nie polecilibyś/nie poleciałabyś przyjaciołom lub znajomym? (wynik netto, %)

Jakość

Które sklepy oferują produkty dobrej jakości / niskiej jakości?(wynik netto, %)

Wartość

Które sklepy oferują dobrą jakość / niską jakość w relacji do cen? (wynik netto, %)

Reputacja

Wyobraź sobie, że szukasz pracy na stanowisku podobnym do obecnego (lub doradzasz przyjacielowi szukającemu pracy). Wskaż na tej liście firmy, w których byłabyś/byłbyś dumna/dumny / wstydziłbyś się tego, że pracujesz w tym miejscu? (wynik netto, %)

Satysfakcja

Wskaż sklepy, o których możesz powiedzieć, że jesteś ich zadowolonym / niezadowolonym klientem? (wynik netto,%)

Relacje

Marki brane pod uwagę

Które sklepy weźmiesz pod uwagę przy następnych zakupach? Zaznacz wszystkie, które rozważasz. (%)

Zamiar zakupu

W którym sklepie najchętniej zrobisz zakupy? (%)

Obecny klient

W których sklepach coś kupiłaś/kupiłeś w ciągu ostatnich 3 miesięcy? (%)

Były klient

W których sklepach coś kupiłaś/kupiłeś kiedykolwiek? (%)

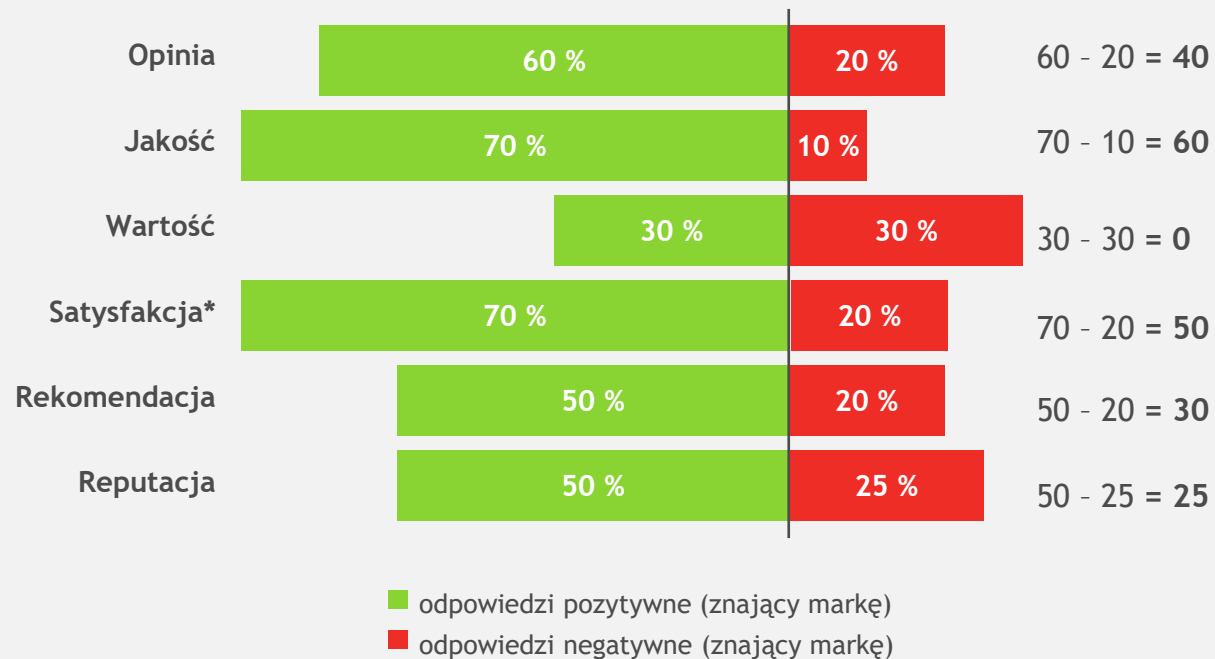


BrandIndex

Średnia ze wskazań

BrandIndex - analiza kondycji marki

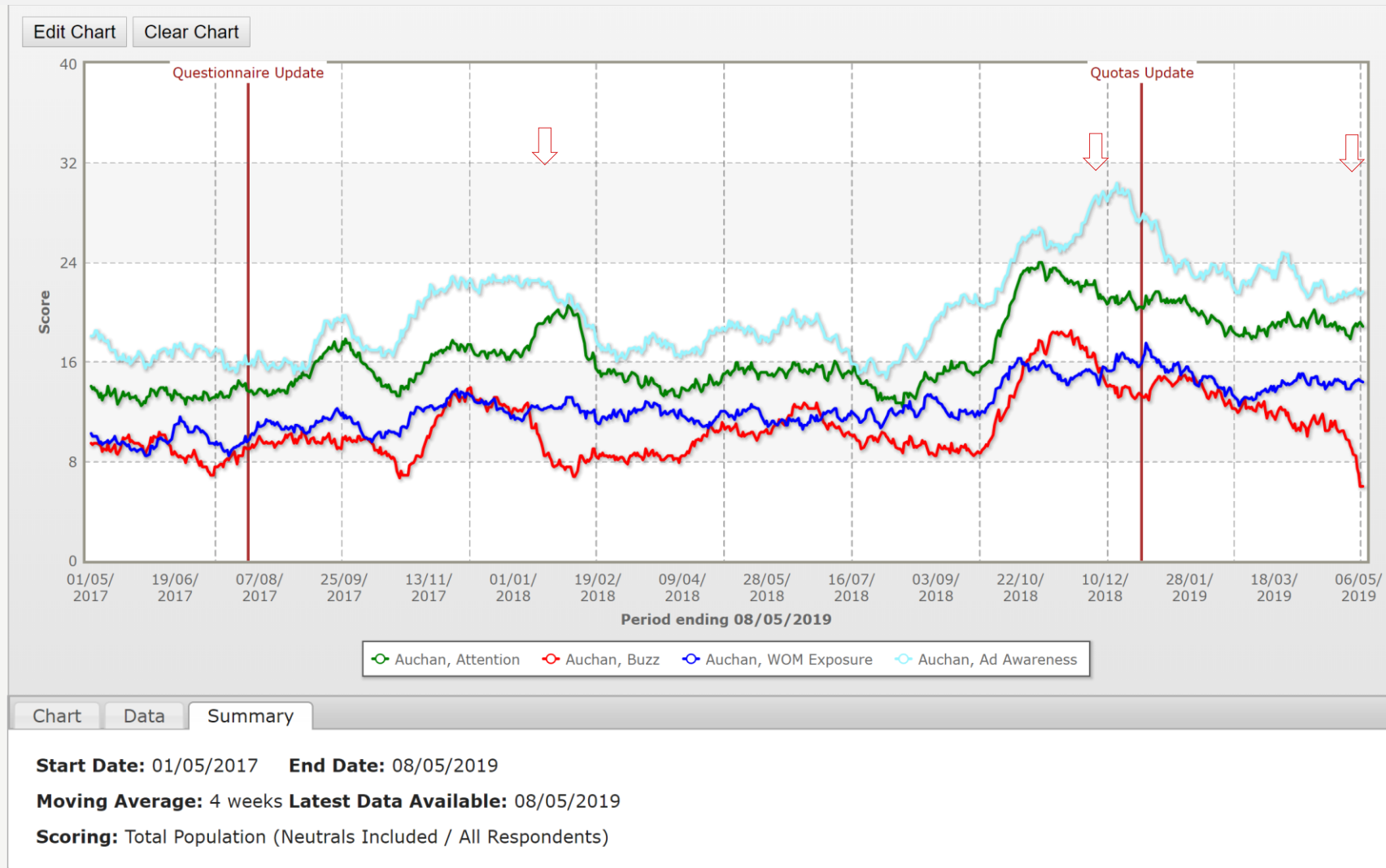
BrandIndex = średnia z 6 ocen



$$\text{Index} = \frac{(40 + 60 + 0 + 50 + 30 + 25)}{6} = 34,2$$

* Wszystkie wskaźniki, oprócz Satysfakcji, mierzone są dla osób znających markę
Pytanie o satysfakcję dotyczy klientów danej marki

KPI marki - dane dla Auchan Francja



• Luty 2018:

- wzrost wskaźnika Uwaga, przy jednoczesnym spadku wskaźnika Buzz

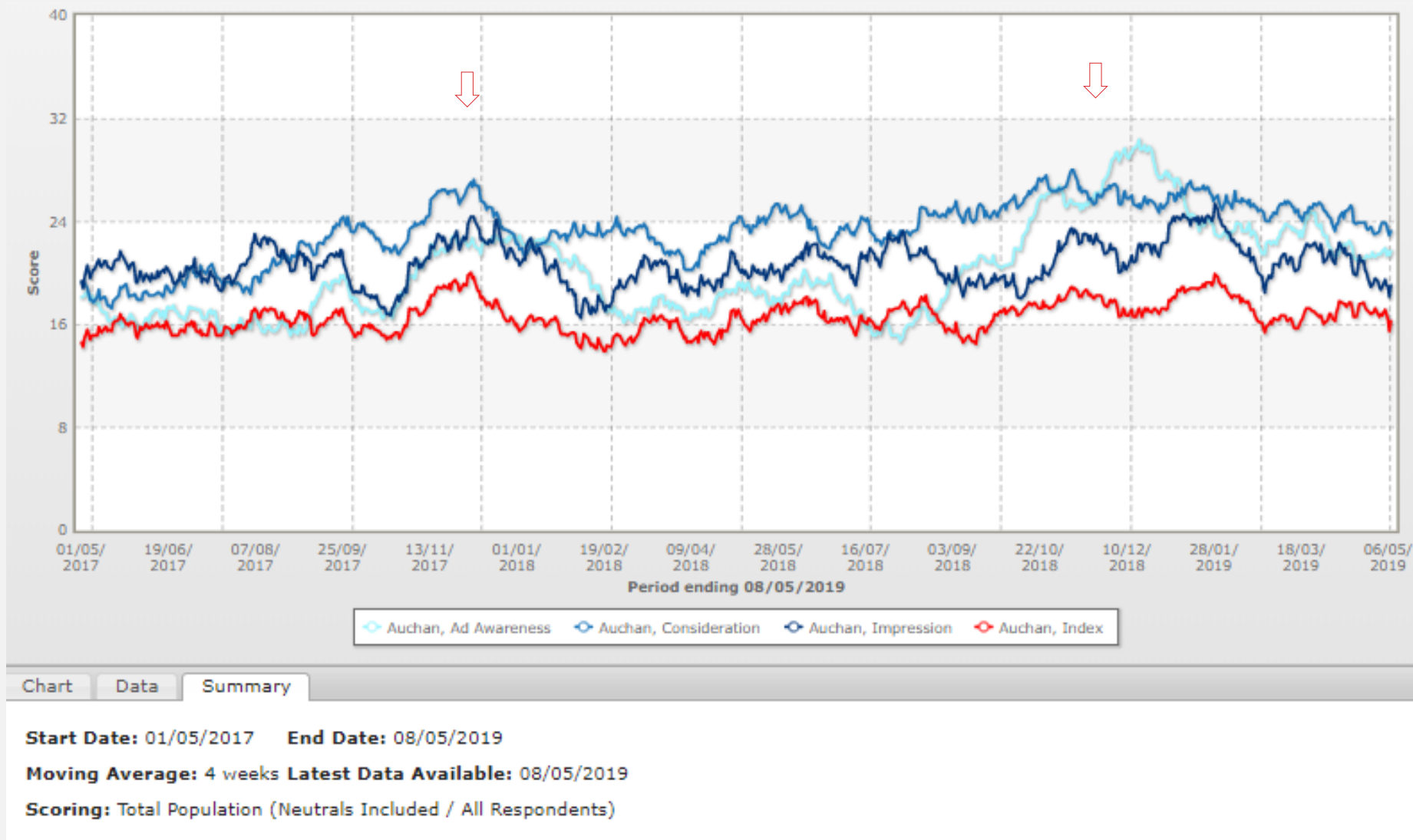
• Listopad/grudzień 2018:

- kampania reklamowa, która chwilowo odwróciła spadek wskaźników: Uwaga, Buzz, WOM

• Marzec/kwiecień 2019

- początek bardzo silnego spadku wskaźnika Buzz - problem wizerunkowy?

Ocena efektywności działań marketingowych

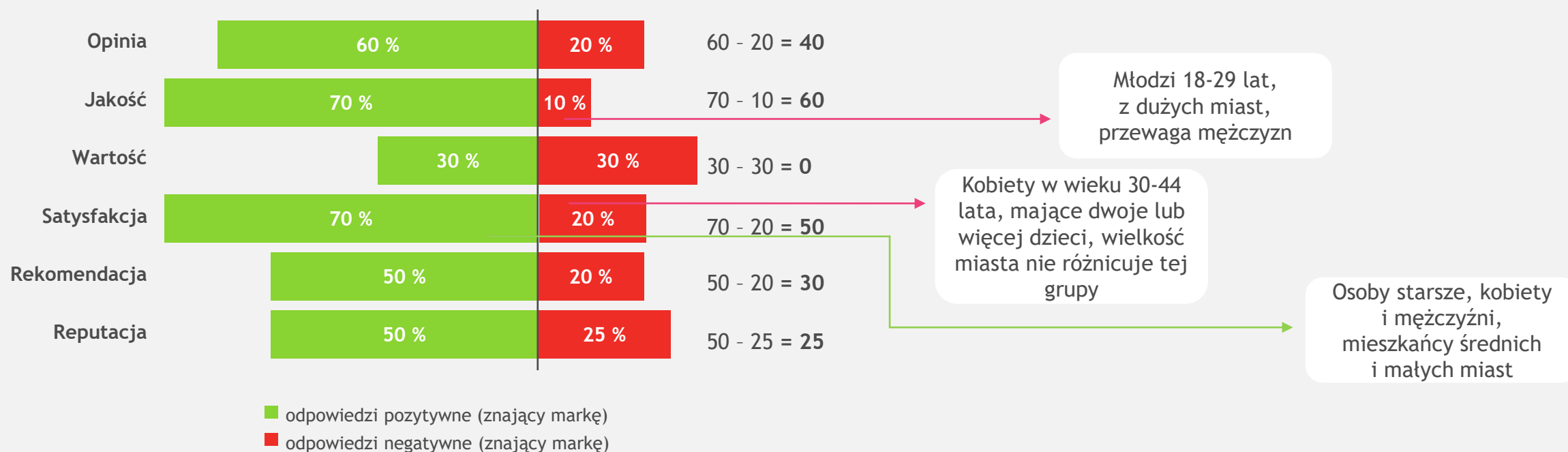


- Grudzień 2017 r.:
 - bardzo efektywna kampania świąteczna - wysoki wzrost wskaźników Opinia, Rozważanie zakupu oraz Indeksu
- Grudzień 2018
 - efekty kampanii świątecznej
- Kwiecień 2019
 - Kłopoty wizerunkowe marki - silny spadek wskaźnika Opinia, spadek wartości wskaźników Rozważanie zakupu i Indeksu

BrandIndex - analiza przyczyn problemów

- example -

Marka X: Index 34,2



BrandIndex - ogólny indeks kondycji marki

- PL -

	44,9
	29,9
	23,6
	17,3
	14,7
	14,1

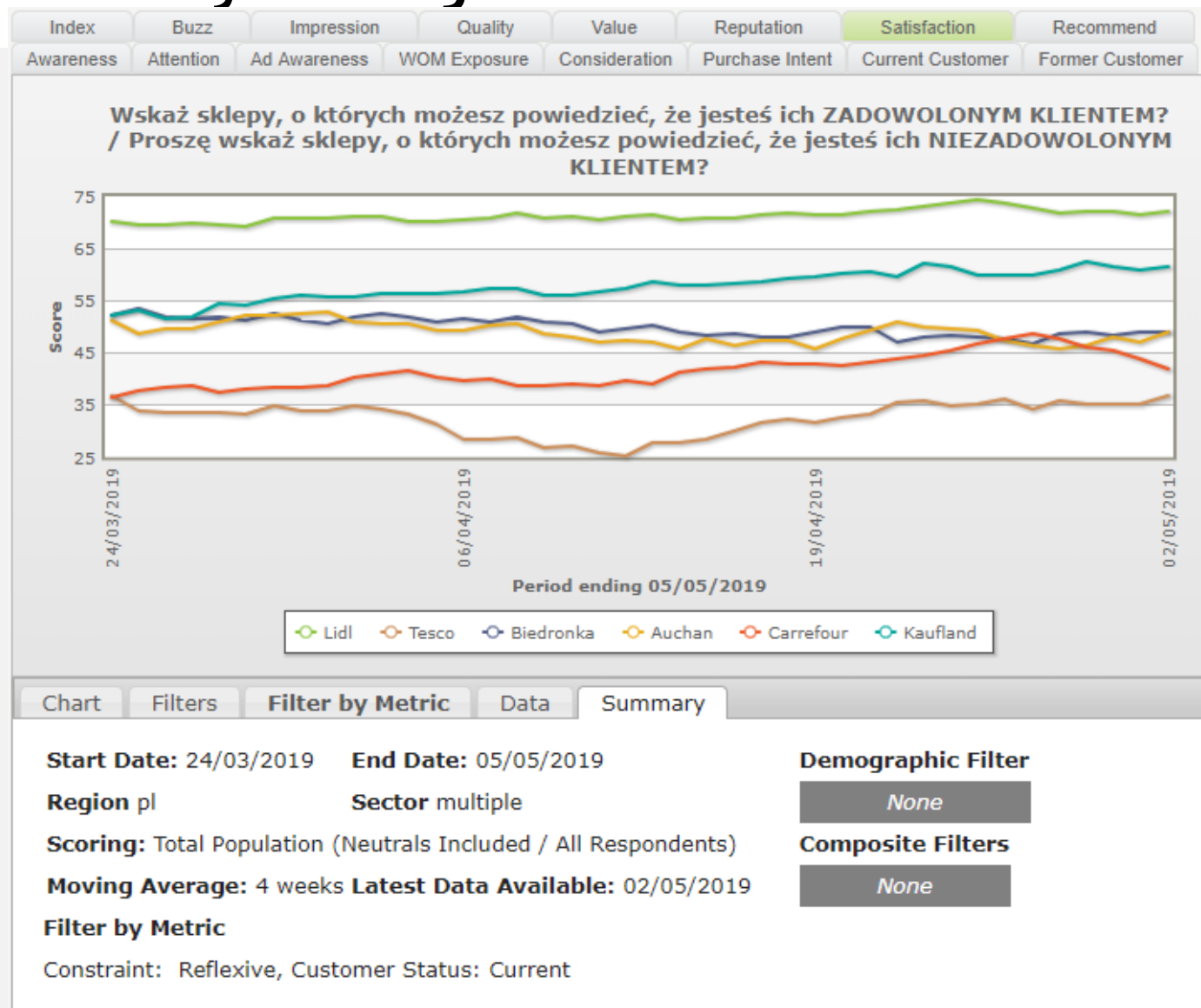
Wyniki: maj 2019 (wartość skumulowana)

BrandIndex = średnia wskaźników: Opinia, Jakość, Wartość, Satysfakcja, Rekomendacja, Reputacja

Wszystkie wskaźniki oprócz satysfakcji mierzone są dla osób znających markę. Pytanie o satysfakcję dotyczy klientów danej marki.

Wskaźnik satysfakcji wśród klientów sieci

- PL -



Ocena efektywności działań promocyjnych - korzyści

- Pomiar zastępuje badania typu pre-test i post-test
- Analiza skuteczności dotarcia do grupy docelowej - określenie profilu osób, które widziały reklamę
- Monitorowanie czasu wystąpienia zmian jako efektu kampanii marketingowej
- Możliwość porównania efektów działań konkurencji i ich wpływu na naszą markę

BrandIndex - dodatkowe możliwości

Badania diagnozujące

Dodatkowe pytania na indywidualne zapotrzebowanie w ramach kwestionariusza BrandIndex, np. NPS, pogłębienie wypowiedzi o przyczyny braku rekomendacji, dodatkowe KPI

Badania ad hoc

Realizacja dodatkowego badania na wybranej grupie respondentów, np. zadowoleni/niezadowoleni klienci marki.

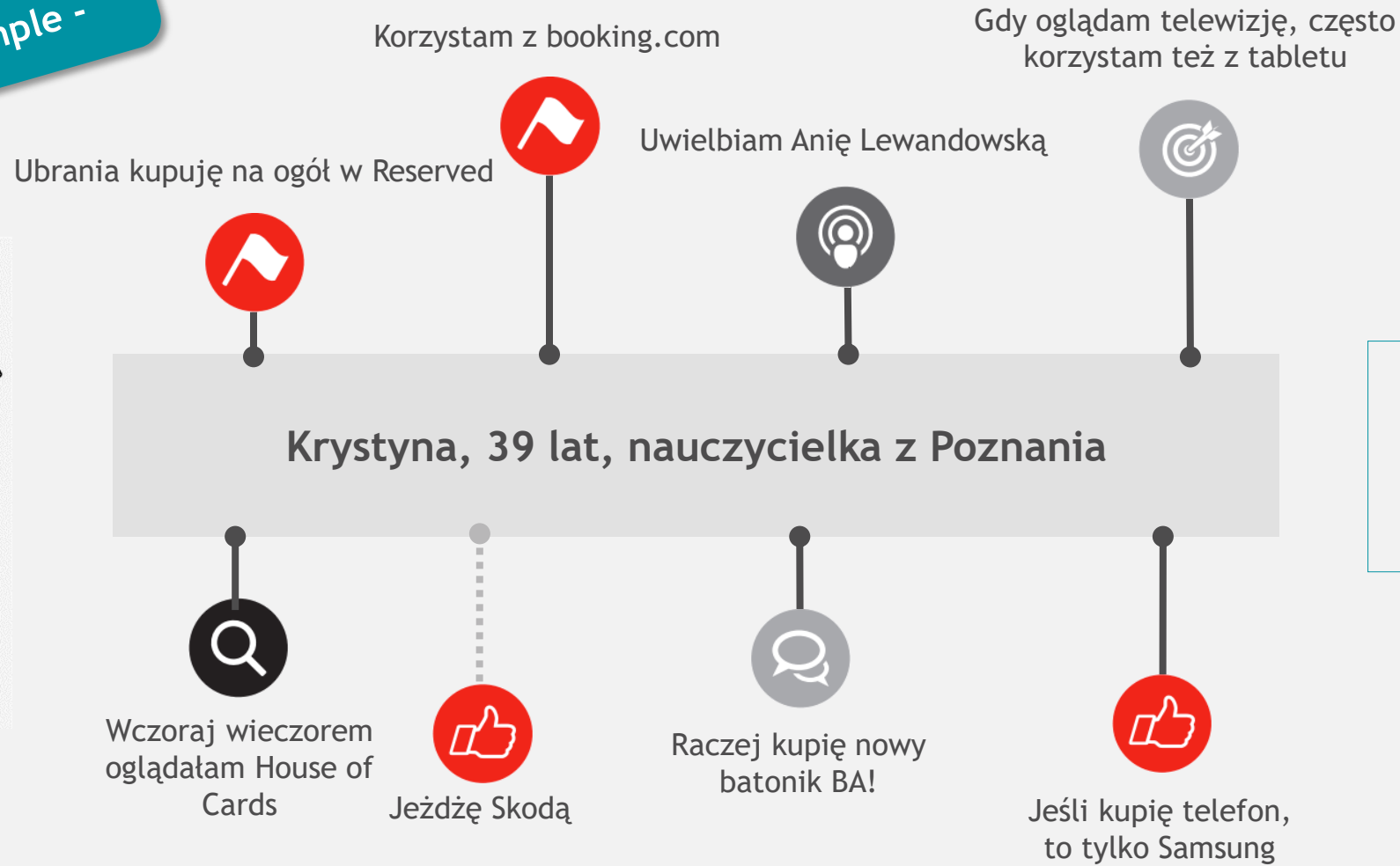
Przy rocznej subskrypcji 4 badania gratis*
(próba ogólnopolska, N=500, do 10 pytań zamkniętych, standardowa demografia)

Profil demograficzny

Możliwość przygotowania profilu demograficznego użytkowników dowolnej marki objętej monitoringiem

Szeroka wiedza o Twoim kliencie*

- example -



- Wspólne promocje
- Partnerstwo
- Touchpointy
- Pogłębiona wiedza o konsumentach

* Już wkrótce w ramach modułu **Profilowanie**

Wyniki wszystkich badań w jednej bazie*



BrandIndex
(wszystkie marki objęte
badaniem w danym kraju)



Badania
diagnozujące



Dodatkowe
badania ad hoc

The YouGov Cube



* Wszystkie dane zgromadzone w bazie od początku pomiaru - dostępne dla subskrybentów

Badane marki w Polsce

Kategoria: Retail

abc	Bricomarché
Delikatesy Centrum	Castorama
Aldi	Leroy Merlin
Auchan	OBI
Biedronka	PSB Mrówka
Carrefour	Home&You
Dino	Jysk
Intermarché	Jula
Kaufland	IKEA
Lidl	Douglas
Netto	Hebe
odido	Rossmann
Stokrotka	Sephora
Tesco	Super-Pharm
Żabka	

Kategoria: Sport & Fashion

Cropp	KiK
Diverse	Pepco
H&M	Textil Market
House	CCC
Mango	Deichmann
Mohito	Ryłko
Orsay	Wojas
Reserved	4F
Sinsay	Go Sport
Top Secret	Decathlon
Zara	Intersport
Bytom	Martes Sport
Vistula	Adidas
Wólczanka	Nike
	Puma

Panel YouGov w Polsce

10 000+ panelistów

Tyłu uczestników liczył panel w momencie startu w marcu 2019 i ciągle się powiększa

Reprezentatywna próba

Zapewniamy reprezentatywność pod względem: płci, wieku oraz miejsca zamieszkania - województwo i region

Karencja dla panelistów

Uczestnicy panelu mogą się wypowiadać o danej kategorii po minimum trzech miesiącach

Spójna metodologia

Badanie realizowane wg tej samej metodologii co w pozostałych 38 krajach na świecie

BrandIndex, to ...

- Tygodniowa aktualizacja danych
 - Miesięczny raport wg ustalonego schematu
 - Kwartalna prezentacja danych
- Raporty dostępne online na specjalnej platformie, zabezpieczonej hasłem
 - Możliwość filtrowania wyników w oparciu o szereg parametrów
 - Alerty informujące o wybranych zmianach w danych
- Międzynarodowa porównywalność - możliwość zakupu danych dla blisko 40 krajów
 - Śledzenie wypowiedzi wybranej grupy respondentów w czasie, np. użytkownicy wybranej marki, określona grupa wiekowa

Kontakt



Agnieszka Górnicka

Prezes Zarządu

tel. +48 601 406 624

e-mail a.gornicka@inquiry.com.pl

www.inquiry.com.pl