



BrandMARK

Checken Sie Ihr Bild am Markt!

MIT DEN MÄRKTEN*



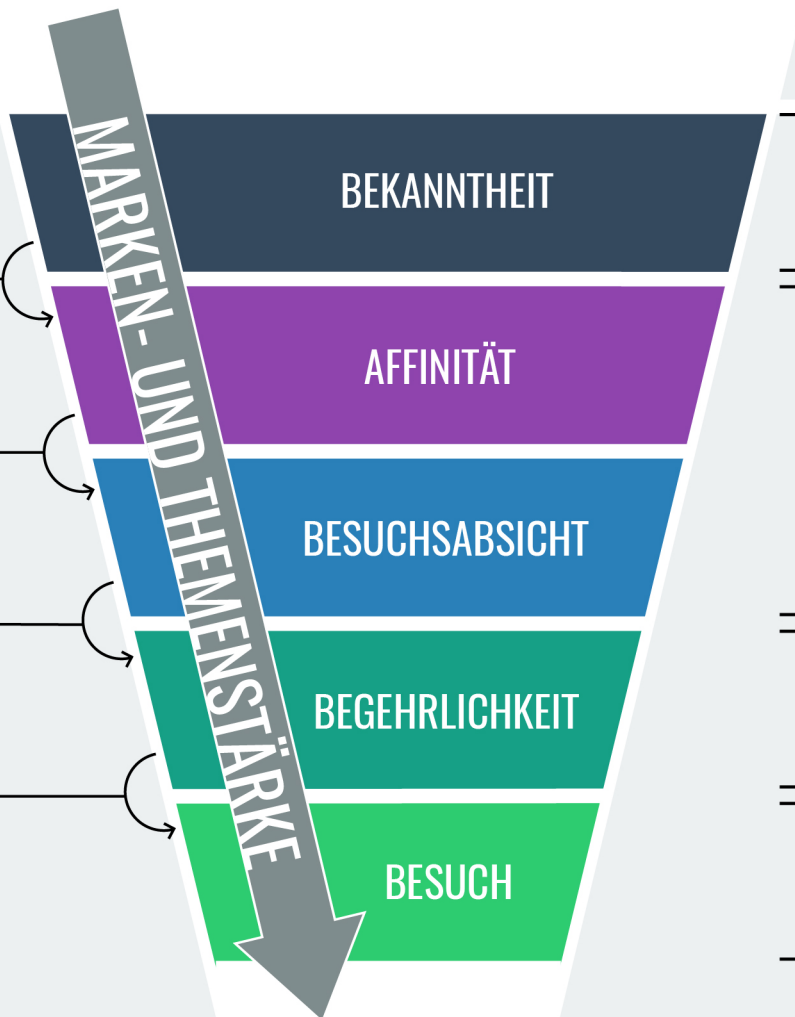
BrandMARK gibt Aufschluss über die Wahrnehmung und Position der eigenen Destinationsmarke in Österreich, Deutschland, Niederlande und der Schweiz und hilft Ihnen somit dabei, vielseitige Erkenntnisse zu erlangen:

- ➔ Markenpersönlichkeiten & Entwicklung von Markenstrategien
- ➔ Kommen unsere Werbestrategien am Markt an?
- ➔ Fundierte Argumentationsbasis für Diskussionen in Gremien
- ➔ Wissensvorsprung - Markt Know-how
- ➔ Destinationsmarken kundenorientiert entwickeln

* jährlich wechselnd: Deutschland/Österreich in geraden Jahren, Niederlande/Schweiz in ungeraden Jahren. Sie haben besondere Wünsche? Kontaktieren Sie uns!

IDENTIFIKATION VON STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

- ↓ Affinität
- ↓ Aktivierung
- ↓ Marke
- ↓ Vertrieb



MARKETINGSTRATEGISCHE KONSEQUENZ

Marketingbudget und -kanäle

Themenwahl
Zielgruppe
Tonalitäten

Marken Kern und
-persönlichkeit

Produktentwicklung
(Gästabefragungen)

Um im starken touristischen Wettbewerb zwischen zahlreichen Urlaubszielen im In- und Ausland erfolgreich bestehen und Gäste der eigenen Zielgruppe anziehen zu können, gelten Aufbau und Pflege einer eigenen Destinationsmarke als Gebot der Stunde. Dabei ist es unumgänglich, die Position und Stärke der eigenen Marke regelmäßig zu überprüfen sowie die eigenen Ergebnisse mit anderen Mitbewerbern zu vergleichen bzw. Veränderungen im Zeitverlauf zu beobachten

All das bietet BrandMARK.

DIE METHODIK



Zweimal jährlich wird eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe von jeweils 1.000 Reisenden aus Österreich und Deutschland sowie der Niederlanden und der Schweiz (jährlich wechselnd) zu heimischen Urlaubszielen online befragt. Somit können Destinationsmarken nicht nur insgesamt, sondern auch je nach individuellem Schwerpunkt nur in Bezug auf Sommer- bzw. Wintertourismus evaluiert werden.

DIE AUSWERTUNG



Die eigenen Resultate können bereits kurz nach Abschluss der Befragung online in WEBMARK ausgewertet werden, als Benchmark stehen aggregierte Ergebnisse von anderen Destinationen zur Verfügung. Zusätzlich können die Ergebnisse auch mit Filtern und Segmenten detailliert analysiert werden.

Da zahlreiche Reiseziele sowohl unter ihren Destinationsnamen als auch unter den in der Region gelegenen Orten, Bergen oder Markenräumen bekannt sind, ist auch das zusätzliche Monitoring dieser Namen sehr empfehlenswert. Für Regionen mit mehreren Markennamen erstellen wir gerne ein individuelles Angebot.



IRIS ZEHRER

Leitung Marktforschung & Business Intelligence

Bestellen Sie das Tool und erhalten Sie weitere Informationen unter iris.zehrer@manova.at.

WWW. **MANOVA**.at

Daten | Leben lernen | Learn to love data