

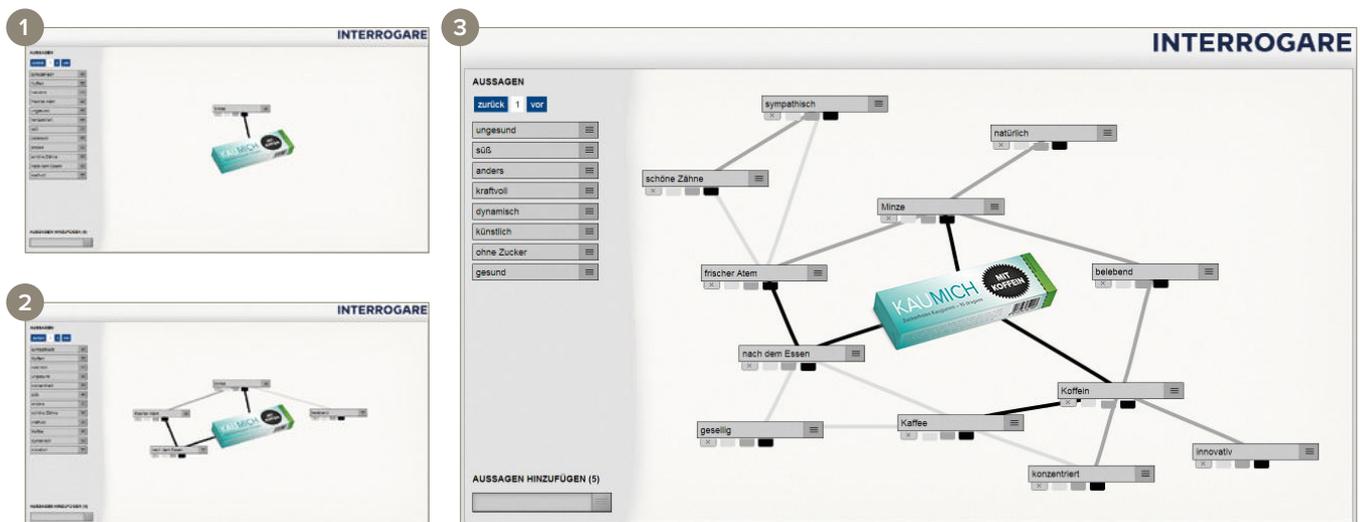
The background features a network diagram with various colored nodes (blue, green, purple) connected by thin white lines. A semi-transparent white rectangle is overlaid on the left and center of the image.

INTERROGARE

Consumer MindMap

*Innovative und interaktive
Markenimagemessung*

Consumer MindMap (CMM): Innovative Iagemessung für eine erfolgreiche Markenführung



Ganzheitliches Markenbild durch interaktives Mapping:

Befragungsteilnehmer erstellen die Consumer MindMap einfach und spielerisch per Drag&Drop: Durch die Auswahl der subjektiv passenden Marken-Assoziationen sowie die Kennzeichnung der Assoziationsstärke entsteht ein Mapping, das sowohl direkte als auch indirekte Markenverknüpfungen aufdeckt und visualisiert.

Starke Marken gehören zum wichtigsten Kapital eines Unternehmens und müssen daher mehr darstellen als nur den Namen oder das Logo. Eine hohe Markenbekanntheit allein reicht nicht aus, um Kopf und vor allem das Herz der Konsumenten zu erobern: So ist der Aufbau und die nachhaltige Steuerung eines starken Markenimages, das heißt einer positiven Wahrnehmung der Marke aus der Sicht des Kunden, von höchster Bedeutung. Im Idealfall liefert das Markenimage einen relevanten Zusatznutzen zu den eigentlichen Produkteigenschaften.

Mit der Consumer MindMap hat Interrogare ein innovatives Tool zur Erfassung von Markenassoziationen entwickelt, um Ihre Marke „durch die Brille“ der Konsumenten zu betrachten, ein ganzheitliches Markenbild offenzulegen und Insights für die Optimierung Ihrer Imagepositionierung und die aktive, erfolgreiche Gestaltung Ihrer Marke zu generieren.

Consumer MindMap: Was steckt dahinter?

Psychologische Grundlagen des Hemisphärenkonzepts

Psychologische Studien zeigen, dass bestimmte Gehirnareale unterschiedliche Funktionen wahrnehmen. Zum einen gibt es Areale, die in erster Linie für rationales Denken, Logik, Sprache, Zahlen, Linearität und Analyse verantwortlich sind. Andere Teile übernehmen überwiegend die Raumwahrnehmung, Phantasie, Farben-, Gestalt- und Mustererkennung. Diese Gehirnareale werden bei der Erstellung der Consumer MindMap gemeinsam angesprochen und lassen durch eine höhere Anregung und Produktivität des Gedächtnisses detaillierte, ganzheitliche Markenbilder entstehen.

So geht's!

Interaktiv – spielerisch – mit Spaßfaktor

Analog zu bekannten Mind-Mapping-Ansätzen erstellen die Probanden im Rahmen einer Befragung ein visuelles Abbild ihrer subjektiven Markenwahrnehmung: Wie links zu sehen, werden per Drag&Drop-Technik einfach und spielerisch Imagedimensionen direkt mit der Marke sowie untereinander zu einer Imagelandschaft verknüpft. Neben vordefinierten Begriffen können die Teilnehmer auch eigene Assoziationen hinzufügen. Zusätzlich zu den Verlinkungen wird jeweils die Assoziationsstärke angegeben. Durch die Umsetzung in einem interaktiven Web-Tool lässt sich die Consumer MindMap problemlos in Online- oder CAPI-Befragungen integrieren, was die Realisierung auch größerer, repräsentativer Interviewzahlen ermöglicht.

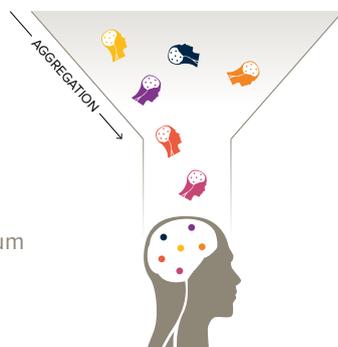


IMAGE-AGGREGATION

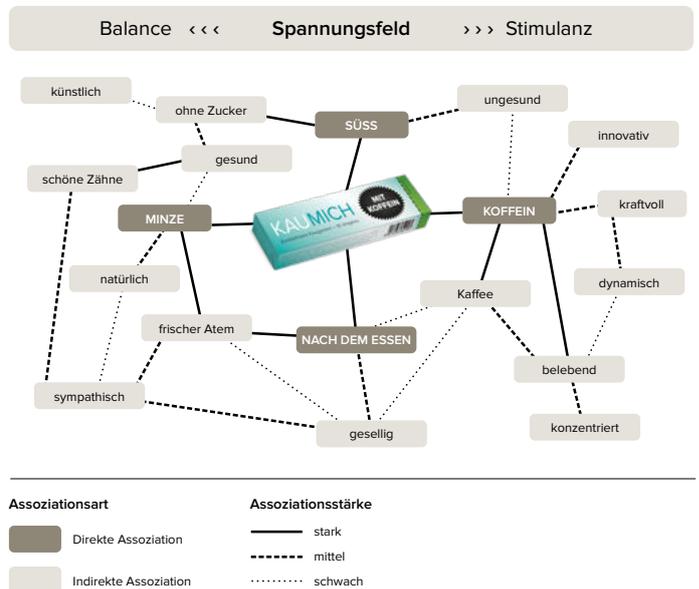
Von den Assoziationen einzelner Konsumenten zum aggregierten Markenbild Ihrer Zielgruppe

Die Consumer MindMap bietet durch einen wissenschaftlich fundierten Algorithmus die Möglichkeit, Einzelbeurteilungen zu aggregierten MindMaps zusammenzufügen. Hierfür wird ein auf der Bayesian Network Analysis basierender Aggregationsansatz verwendet, der mittels bedingter Wahrscheinlichkeiten bestimmt, wie wahrscheinlich:

- ▶ ein Begriff auf der MindMap vorzufinden ist
- ▶ eine Verbindung zwischen zwei Objekten gezogen wird
- ▶ eine Verbindung eine bestimmte Stärke aufweist
- ▶ eine direkte oder indirekte Verknüpfung mit der Marke besteht

AGGREGIERTE MINDMAP BEISPIELHAFT FÜR EIN KAUGUMMI MIT KOFFEIN

Das Assoziationsgeflecht deckt Widersprüche in der Imagewahrnehmung auf: Auf der einen Seite steht das Koffein-Kaugummi für Stimulanz, Innovation und Dynamik, andererseits für Balance, Schutz, Sympathie und Geselligkeit.



Welche Vorteile bringt die Consumer MindMap für Sie und Ihre Marke

Imagepositionierung:

individuell – ganzheitlich – im Wettbewerbsumfeld

- ▶ **Intuitive Management-Darstellung:** Auch ohne tieferes Methodenwissen schnell erfass- und nachvollziehbar.
- ▶ **Eindeutige, qualitativ hochwertige Ergebnisse:** Anders als bei skalenbasierten Abfragen werden die relevanten Imagedimensionen vom Probanden selbst ausgewählt, was trennschärfere Ergebnisse erzielt, die nicht von Halo-Effekten verzerrt sind.
- ▶ **Erfassung von komplexen Markenkontexten durch die Identifizierung direkter und indirekter Assoziationen:** Zentraler Mehrwert ist die hierarchische Anordnung der Markenassoziationen, die mit skalen- oder auswahlbasierten Abfragen (z.B. Imagedifferenzial) so nicht abbildbar ist.
- ▶ **Zielgruppenorientierte Imageanalyse:** Segmentspezifische MindMaps liefern für relevante Zielgruppen (z.B. Bestands- und Potenzialkunden) wertvolle Insights für eine differenzierte Markenführung.
- ▶ **Markenpositionierung im Wettbewerbsumfeld/Benchmarking:** Bei der Integration von Wettbewerbern lässt sich über Markenpositionierungsräume bestimmen, wo Ihre Marke im Verhältnis zur Konkurrenz steht und wo Differenzierungspotenziale liegen.
- ▶ **Optimierung der Marken- und Werbekommunikation:** Überprüfung, ob Marken- und Werbebotschaften wie beabsichtigt bei Ihrer Zielgruppe ankommen oder ob Anpassungsbedarf besteht.
- ▶ **Ideenfindung im Bereich der Konzept- und Produktentwicklung:** Gerade das Aufdecken von indirekten Image-Verknüpfungen bietet oft neue oder überraschende Erkenntnisse, aus denen sich Ideen für innovative Konzepte oder Produktweiterentwicklungen schöpfen lassen.

INTERROGARE ist rundum Research

Wir freuen uns, wenn Sie Interesse an unseren Lösungen finden und beraten Sie gern ausführlich zum Einsatz unserer Methoden für Ihre Fragestellung. Bauen Sie auf unsere langjährige Erfahrung und nutzen Sie unsere modernen wissenschaftlichen Verfahren, um Ihre Kunden besser zu verstehen.

**Sie haben ein konkretes Anliegen, allgemeine Rückfragen oder suchen Informationen, die Sie nicht finden konnten?
Wir freuen uns auf Ihren Kontakt!**

INTERROGARE GMBH

Karl-Eilers-Straße 14-18
33602 Bielefeld
Fon +49 521 | 557 810-100
Fax +49 521 | 557 810-299

E-Mail: info@interrogare.de
Web: www.interrogare.de