
Hvad ser kunderne i dig?

Styrk virksomhedens branding
med Relevans Brand Type Test®

Hvor stærkt er dit brand?

Der tales så meget om virksomheders identitet, men der findes ingen videnskabelige metoder til at afdække den – før nu!

Relevans Brand Type Test® sikrer, at virksomhedens branding er så stærk og værdifuld som muligt. Testen er markedets mest nuancerede og videnskabeligt sikre metode til at afdække, om I har en stærk identitet - og vise, hvordan den bliver endnu stærkere.





Styrk identiteten med Brand Type Test®

Gul er det nye sort – eller er det?... I har valgt gul som den dominerende farve i jeres layout og logo, I har spurgt lidt omkring jer, og de fleste synes, at det er en frisk og glad farve.

Men hvad nu hvis jeres målgruppe opfatter det nye brand anderledes? Hvad nu hvis de oplever jeres nye visuelle identitet som discount-agtig og billig? Ja, så er det op ad bakke for jeres sælgere og ned ad bakke for jeres brand!

Med Relevans Brand Type Test® kan I styrke jeres brand og branding. Testen identificerer sammenhængskraften og ensartetheden i jeres totale kommunikation og sikrer, at I fremstår så stærk som muligt på alle platforme.

Testen gør det muligt at måle og dokumentere styrken af jeres brand og dermed illustrere, hvor meget I reelt får ud af jeres branding. Kommunikerer I fx kun 50% af jeres brand – ja så er halvdelen af jeres marketingbudget spildt og i værste fald arbejder de 50% direkte imod den anden halvdel af budgettet!

Virker din branding?

Bløde brand-værdier KAN måles.

De fleste professionelle markedsførere er enige om, at reklame skal kunne måles i konkrete resultater. I dag er parametre som salgstal og "likeability" nemt målbare, men brandings effekt er stadig ikke direkte målbar.

Hos Relevans mener vi ikke, at vores kunder kan være tjent med undskyldningen om, at bløde brand-værdier og effekten af image-kampagner ikke kan måles.

En objektiv typebeskrivelse

Formålet med testen er at få et objektivt billede af virkeligheden – du får en videnskabelig beskrivelse af hvilke person-egenskaber, din målgruppe tilskriver dit brand, når de eksponeres for din markedsføring. I sidste ende er det jo hverken reklamebureauet, marketingchefen eller direktøren, som kan vurdere, om dit brand virker omsorgsfuld, udadvendt eller dybsindigt – det er målgruppen.

Målgruppen eksponeres for markedsføring

Virksomhedens markedsføringsmateriale bliver eksponeret for et web-panel eller et repræsentativt kundeudvalg. Deltagerne i testen skal besvare et online spørgeskema, der afslører hvilken personlighedstype, markedsføringen udtrykker – set med målgruppens øjne.

Brandets psykologi

Udgangspunktet for Brand Type Test® er ønsket om at skabe et validt psykologisk værktøj til image-måling i markedsføring og samtidig lægge distance til den kreative usikkerhedsfaktor og de mange lomme-psykologiske tests, der er på markedet.

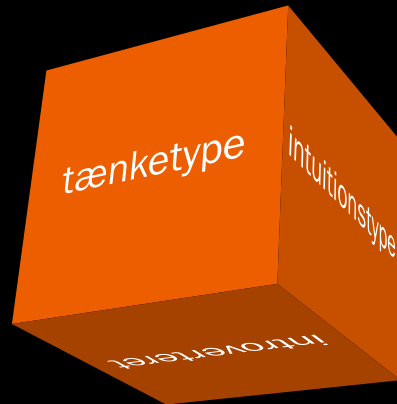
Brand Type Testen® er markedets mest nuancerede og præcise værktøj til beskrivelse af brands. Med udgangspunkt i de nyeste landvindinger indenfor psykologi og brandteori har vi udviklet og gennemtestet Brand Type Testen®, så den kan redegøre for betydningen af alle enkeltelementer i den samlede branding.

Brand Type-beskrivelsen er udviklet af Relevans i samarbejde med forskere fra Københavns Universitet og CBS. Testen tager afsæt i psykologiens beskrivelser af de mentale grundtyper og primært psykologen Carl Jungs arbejde med de menneskelige arketyper.

Jung-gruppen ved Københavns Universitet

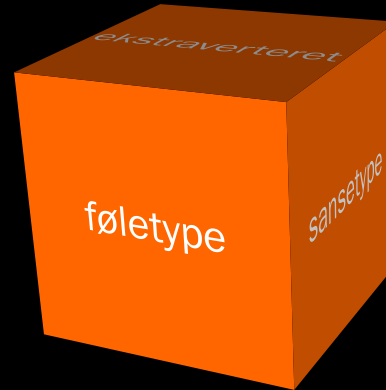
Nordens førende videnskabelige autoritet på Jungiansk psykologi. Instituttet varetager forskning, undervisning og klinisk terapi med udgangspunkt i de seneste teoretiske og kliniske erfaringer indenfor Jungs psykologi. En række af verdens mest respekterede forskere er tilknyttet instituttet.

Teorien bag



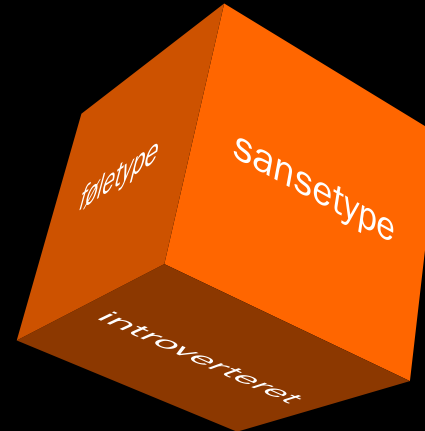
Tænketyper

Kontant
Logisk
Serious
Professionel



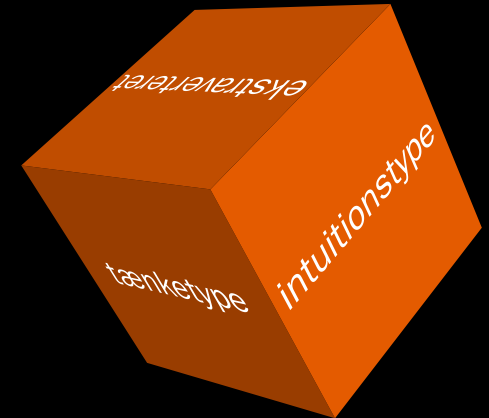
Føletyper

Lyst/-ulyst-styret
Kvalitetsbevidst
Følsom
Omsorgsfuld



Sansetyper

Detaljeorienteret
Perfektionistisk
Praktisk
Realistisk



Intuitionstyper

Holistisk
Visionær
Kreativ
Modig

Jungs tænkning bekræftes af den nyeste hjerneforskning, der også beskriver menneskets personlighed i en række grundtyper – **tænke, føle, sans og intuition**. En af disse typer vil altid dominere hos mennesker. Gør den ikke det, fremstår personen uden en stærk og overbevisende identitet. Og det samme gælder brands. Har en person eller et brand ikke et dominerende karaktertræk, vil det fremstå vagt eller forvirrende.

Mennesker er mere eller mindre åbne i deres kommunikation med omverdenen. Denne forskel i åbenhed kan beskrives med modsætningsparret – **introverteret / ekstraverteret**, hvor essens og dybde er i fokus hos den introverterede, og relationer er i fokus hos den ekstraverterede.

Den dominerende karaktertype og graden af åbenhed er afgørende for omverdenens opfattelse både af dig og af dit brand. Og dermed bestemmende for din Brand Type.

Med udgangspunkt i psykologiens grundtyper får vi adgang til en helt grundlæggende viden om identitet og typologi og et intuitivt og præcist sprog til at beskrive brandtyper.



Introverteret

Eftertænsom
Reflekterende
Dybsindig
Tilbageholdende



Ekstraverteret

Udfarende
Sælgende
Fællesskabsorienteret
Effektiv

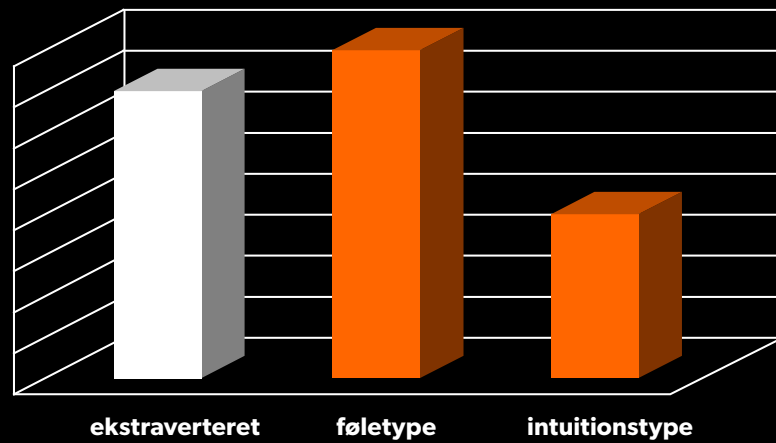
Target Brand, Public Brand og Brand Strength

Brand Type Testen® resulterer i et præcist mål for styrken af jeres brand og branding udtrykt ved vores Brand Strength Indicator. Brand Strength Indicator beregnes ved at sammenligne virksomhedens ønskede branding med den reelle branding og er et mål for, i hvor høj grad de stemmer overens.

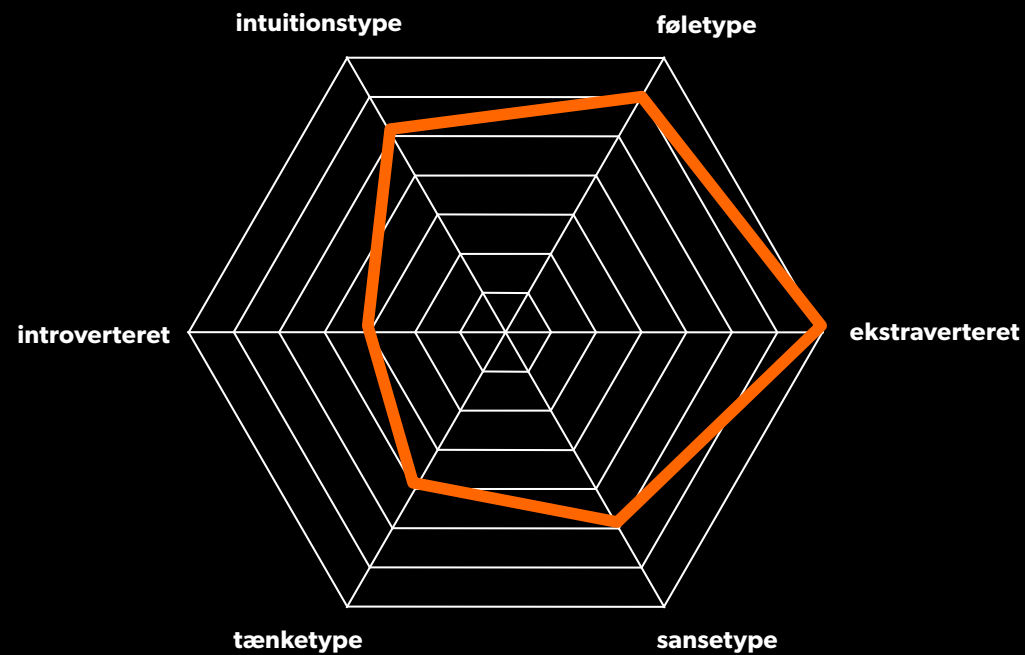
Virksomhedens ønskede branding tager udgangspunkt i jeres egne brand beskrivelser. På baggrund af disse bestemmes jeres **Target Brand Type**. Target Brand Type holdes dernæst op imod jeres **Public Brand Type**, som er den Brand Type, målgruppen oplever, når de eksponeres for jeres totale kommunikation. Public Brand Type er en typebeskrivelse af jeres faktiske kommunikation.

Ved at sammenholde den brand type, I ønsker at kommunikere, Target Brand Type, med den brand type I faktisk kommunikerer, Public Brand type, kan vi meget præcist og nuanceret beskrive, hvor vellykket jeres branding er.

Når testen er gennemført, får I en rapport og en præsentation, der beskriver jeres **Brand Strength Indicator**, jeres Target Brand Type og jeres Public Brand Type. Rapporten indeholder også en række anvisninger til initiativer og aktiviteter, der kan styrke jeres brand fremadrettet.



Diagrammet viser styrken af de mest dominerende mennesketyper, som materialet afspejler.



Radardiagrammet afslører de faktiske udslag på de forskellige mennesketyper, som det testede materiale har.

Hvad får du?

Brand Type-rapporten

– et analyseværktøj til konsekvent branding.

Formålet med analysen er: **1)** at give dig dokumentation for, om du får den fulde (og den rette) image-effekt af din virksomheds markedsføring i dag, **2)** at give dig et værktøj, som kan sikre konsekvens i virksomhedens kommunikation fremover.

Svarene på testen giver et konkret billede af, hvor du (eller vi i samarbejde) kan sætte ind for at justere din virksomheds markedsføring, så I får de optimale konkurrencefordele på jeres marked.

Rapporten indeholder:

1) Beskrivelse af Target Brand Type

En nuanceret beskrivelse af din virksomheds Target Brand Type på baggrund af interviews og jeres eksisterende kommunikation og marketing.

2) Beskrivelse af Public Brand Type

En nuanceret beskrivelse af din virksomheds Public Brand Type på baggrund af målgruppetesten.

3) Statistik over hvor udprægede de forskellige personlighedstræk er

Beskrivelse af brandingens vellykkethed. Forklaring på, hvor den lykkes, og hvor den mislykkes på baggrund af statistisk analyse.

4) Analyse: Hvordan kan du optimere den fremtidige markedsføring?

Vi giver vores professionelle vurdering af, hvor og hvordan profilen i markedsføringen kan optimeres fremover, så virksomheden opnår det rette image.

Opstartsmøde – beskrivelse af Target Brand Type

2-3 timers workshop med afdækning af virksomhedens målsætninger, markedsbehovet for produkterne/services, og hvilken profil I selv ønsker for virksomheden – til brug for den efterfølgende analyse.

Kontakt til målgruppen

Markedsføringsmaterialet bliver eksponeret for et web-panel eller en repræsentativ gruppe af kunder. Testen kan laves på bl.a. annoncer, websites og brochurer.

Online test – beskrivelse af Public Brand Type

Deltagerne i testen skal besvare et online spørgeskema med i alt 30 spørgsmål, som afslører hvilken brandtype målgruppen oplever, når de eksponeres for markedsføringsmaterialet.

Indsamling af resultater

Resultaterne fra testen indsamles.

Analyse

Vi måler styrken af dit brand ved at sammenholde virksomhedens "Target Brand Type" og dens "Public Brand Type".

Testforløbet

Vil du teste OS af?

Gå ind og tag vores minitest. Så får du en idé om, hvordan jeres Target Brand Type kunne se ud.

Vil du vide mere om fordelene ved at arbejde psykologisk med branding eller Relevans Brand Type Test®?

Kontakt adm. direktør, Morten Lorentzen på: morten@relevans.dk eller tlf. 20 29 48 77.