



Kennisdocument:

Merknaam onderzoek

073-621 21 22
onderzoek@multiscope.nl



multiscope

Merknaam onderzoek

Een merk- of productnaam is dé manier waarop consumenten u herkennen. Het kiezen van de juiste naam is dan ook erg belangrijk. Die beslissing wordt echter vaak op basis van onderbuikgevoel genomen. Zonder onderzoek, waarmee u inzicht krijgt in de impact en indruk die verschillende namen achterlaten, kan het moeilijk zijn om de juiste keuze te maken. Het merknaam onderzoek van Multiscope helpt u om een keuze te maken gebaseerd op concrete data.

Dit kennisdocument geeft u meer informatie over wat merknaam onderzoek is, waarom en wanneer het verstandig is om merknaam onderzoek uit te voeren, op welke methodiek het onderzoek van Multiscope gebaseerd is en hoe de informatie aan u wordt gepresenteerd.

Wat is een merknaam?

Een merk- of productnaam is de naam waarmee u bekend staat. Daarmee is het een van de belangrijkste manieren voor de consument om uw product of bedrijf te identificeren en te onderscheiden van uw concurrenten.

Daarnaast geeft een naam betekenis. Wanneer consumenten een naam zien maken ze direct associaties. Deze associaties bepalen mede of potentiële klanten ook echt klant worden: positieve associaties zullen de aankoopintentie vergroten, terwijl negatieve associaties klanten weghouden van uw product.

Waarom naamonderzoek?

Door potentiële merk- of productnamen te testen door een externe partij krijg je onafhankelijk advies. Wij laten ons niet leiden door onderbuikgevoelens of eigen voorkeur. Door uw namen voor te leggen aan honderden consumenten in ons panel krijgen we inzicht in wat de gemiddelde consument vindt. Zij bepalen uiteindelijk welke producten ze kopen, dus hun mening telt.

De meningen van respondenten vertalen we naar harde cijfers. Het naamonderzoek geeft inzicht in verschillende elementen die het succes van een merknaam bepalen. Deze losse elementen worden vervolgens gecombineerd tot een uiteindelijke score: de Multiscope naamscore. Deze score geeft in één oogopslag weer welke van uw conceptnamen de beste is.

Wanneer?

Naamonderzoek kan in verschillende fasen van uw merk of product ingezet worden. Enkele voorbeelden van momenten waarop een naamonderzoek uitgevoerd kan worden zijn:

- Tijdens de ontwikkeling van een nieuw merk of product.
- Rebranding; wilt u uw merk een nieuwe identiteit aanmeten? Ook dan kan een nieuwe, passende naam belangrijk zijn.
- Bij de fusie van bedrijven, waarbij een nieuwe, gezamenlijke identiteit gecreëerd moet worden.

Methodiek

Een merknaam onderzoek kan uitgevoerd worden onder alle Nederlanders, maar ook afgestemd worden op uw specifieke doelgroep.

We raden aan om meerdere merknamen te testen, met een maximum van zeven. Een groter aantal namen kan zorgen voor minder betrouwbare resultaten doordat de vragenlijst te lang wordt en respondenten een te grote stroom informatie ontvangen.

In het merknaam onderzoek van Multiscope worden de volgende elementen gemeten:

- Schrijfwijze – Een belangrijk element wanneer consumenten u op willen zoeken. We laten respondenten uw potentiële namen horen en vragen hen deze vervolgens op te schrijven.
- Herinnering – Een naam die men onthoudt heeft een positief effect op brand awareness. Uw merk is daardoor aanwezig in de gedachten van de consument, waardoor ze sneller voor uw producten zullen kiezen.
- Voorkeur – Als respondenten kunnen kiezen uit de namen die u ze voorlegt, welke vinden ze dan het beste? Door respondenten een top 3 samen te laten stellen uit uw conceptnamen krijgen we inzicht in welke namen zij het beste vinden.
- Associaties – De associaties die consumenten met uw merk hebben bepalen welke indruk u achterlaat. Wanneer een merknaam verkeerde associaties oproept, wordt de gewenste identiteit niet uitgedragen.

- Waardekoppeling – We toetsen of uw naam uw kernwaarden uitstraalt. Dit geeft inzicht in hoe uw merknaam invloed heeft op uw bedrijfs- of merkpositionering.
- Branche fit – Een naam kan heel goed zijn, maar wanneer men deze niet associeert met uw branche kan dit verwarring veroorzaken. Daarom is het belangrijk dat consumenten uw naam aan uw branche koppelen.
- Product/merk fit – Tot slot geven we een korte omschrijving van uw product of uw bedrijf en vragen we hen hoe goed ze uw potentiële naam vinden passen bij de beschrijving.

Naamscore

Al deze elementen worden samengevoegd tot een gezamenlijke score: de naamscore. Hiermee kunt u in één oogopslag zien welk van uw conceptnamen de beste is.

De naamscore heeft een range van -33,3 tot 100 en komt tot stand met behulp van de volgende formule:

$$\text{Naamscore} = \frac{\text{Aantal behaalde punten}}{\text{Maximaal aantal punten}} \times 100$$

Voor elke vraag is een aantal punten te behalen. Het aantal punten zijn afhankelijk van de antwoordopties en de weging:

- Voor schrijfwijze, herinnering en waarde-koppeling zijn er twee uitkomst mogelijkheden. Een vraag krijgt 0 punten bij een fout of ongewenst antwoord en 1 punt bij een goed of gewenst antwoord.
- Voor open associatie zijn er drie mogelijke uitkomsten: de associatie is negatief, neutraal of positief. Dit element weegt zwaarder dan andere vragen, omdat de associaties die mensen bij een naam hebben een belangrijke rol spelen in de aankoopintentie. De te behalen score voor dit element is daarom -2, 0 of 2.
- Voorkeur wordt gemeten door respondenten te vragen een top 3 van favoriete namen samen te stellen. Hierbij krijgt de nummer één 3 punten toegewezen, de nummer twee 2 punten en de nummer drie 1 punt.
- Bij zowel branche als product fit vragen we respondenten hoe goed ze uw conceptnamen vinden passen bij uw branche, dan wel uw merk- of product-omschrijving.

De antwoordmogelijkheden lopen van heel goed (2 punten), tot heel slecht (-2 punten). De behaalde punten wordt door 2 gedeeld zodat ze even zwaar wegen als de andere vragen.

Voor een overzicht van hoe de verschillende scores tot stand komen, zie bijlage 1.

Om de naamscore inzichtelijk te maken wordt deze gekoppeld aan een algemene beoordeling:

Score	Naamscore	Beoordeling
-4 tot 0	-33,3 tot 0	Slecht
1 tot 4	0 tot 40	Matig
5 tot 8	40 tot 75	Goed
9 tot 12	75 tot 100	Heel goed

Rapportage

In de rapportage krijgt u per naam inzicht in hoe ze scoren op de verschillende beslisriteria, daarnaast krijgt iedere naam een naamscore. Op basis van deze score komt er een uiteindelijke winnaar uit de bus.

Meer informatie?

Meer informatie over merknaam onderzoek of een vrijblijvende offerte? Stuur een mail naar onderzoek@multiscope.nl of bel met 073-6212122.

Bijlage 1 - Totstandkoming scores

Vraag	Punten	Gewicht	Score
Schrijfwijze	0 of 1	1	0 of 1
Herinnering	0 of 1	1	0 of 1
Open associatie	-1, 0 of 1	2	-2, 0 of 2
Waardekoppeling (3 kernwaarden)	0 of 1 per waarde	1	0 of 1 0 of 1 0 of 1
Voorkeur	0, 1, 2 of 3	1	0, 1, 2 of 3
Branche fit	-2, -1, 0, 1 of 2	1	-1, -0,5, 0, 0,5 of 1
Product/merk fit	-2, -1, 0, 1 of 2	1	-1, -0,5, 0, 0,5 of 1

Over Multiscope

Specialist in online marktonderzoek!

Multiscope helpt bedrijven en organisaties bij het nemen van de juiste beslissingen. Via marktcijfers, online panels, klantenpanels, een innovatief onderzoeksplatform en continu online marktonderzoek. Verzeker u van succes met de juiste marktinformatie!

Marktcijfers

Regelmatig verschijnen nieuwe rapporten op het gebied van Media & Technology, Food & Health, Leisure, Finance en Home, Travel & Work. Met onze marktcijfers heeft u uitgebreide rapportages met inzicht in cijfers en trends.

Online panels

Ken uw markt en doelgroep. Leg uw belangrijke vraagstukken voor aan onze achterban van 140.000 consumenten, 70.000 zakelijke beslissers of de leden van één van onze zeven doelgroeppanels. Snel, eenvoudig en betrouwbaar!

Mobiel marktonderzoek

De noodzaak van marktonderzoek niet. De consument verandert wel. De nieuwe onderzoeksapp van Multiscope maakt het mogelijk om consumenten eenvoudig te bereiken voor mobiel marktonderzoek.

Marktonderzoek software

U kunt zelf online marktonderzoek uitvoeren of uw eigen klantenpanel beheren via het onderzoeksplatform Socratos. In uw huisstijl en persoonlijke webomgeving. Inclusief hosting en professionele ondersteuning.





multiscope

Postbus 2126
5202 CC 's-Hertogenbosch

Havensingel 1a
5211 TX 's-Hertogenbosch

T 073-6212122

F 073-6241462

E info@multiscope.nl

W www.multiscope.nl