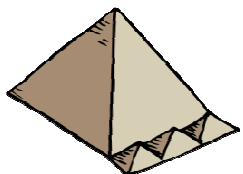


# Kako izračunati vrednost (brand equity) svoje znamke?

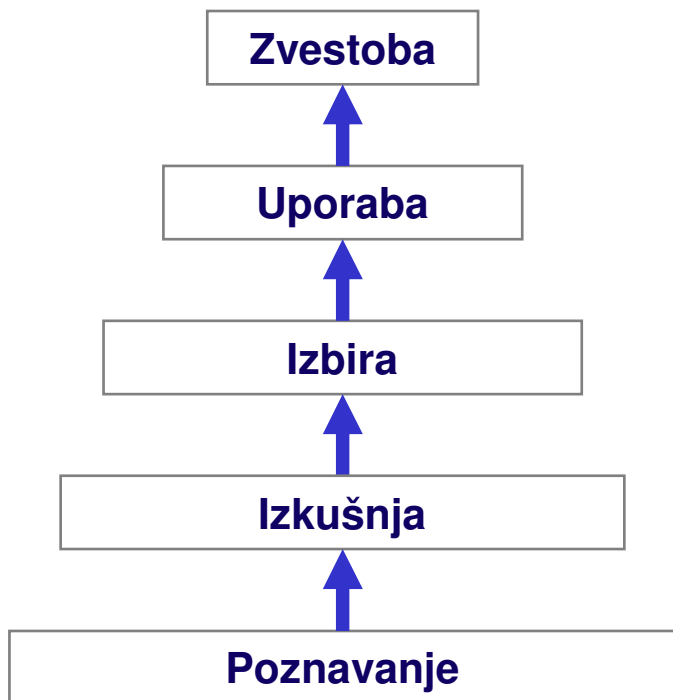
Matjaž Robinšak & Christophe Pirotte



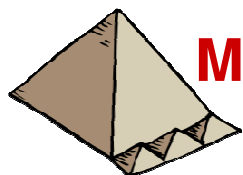
$$\begin{array}{l} \text{BEQ} \\ \text{BRAND EQUITY} \end{array} = \begin{array}{l} \text{BS} \\ \text{BRAND} \\ \text{STRENGTH} \\ + \\ \text{BI} \\ \text{BRAND} \\ \text{IMAGE} \\ + \\ \text{BE} \\ \text{BRAND} \\ \text{EXTENSIBILITY} \\ + \\ \text{PP} \\ \text{PRICE} \\ \text{PREMIUM} \end{array}$$



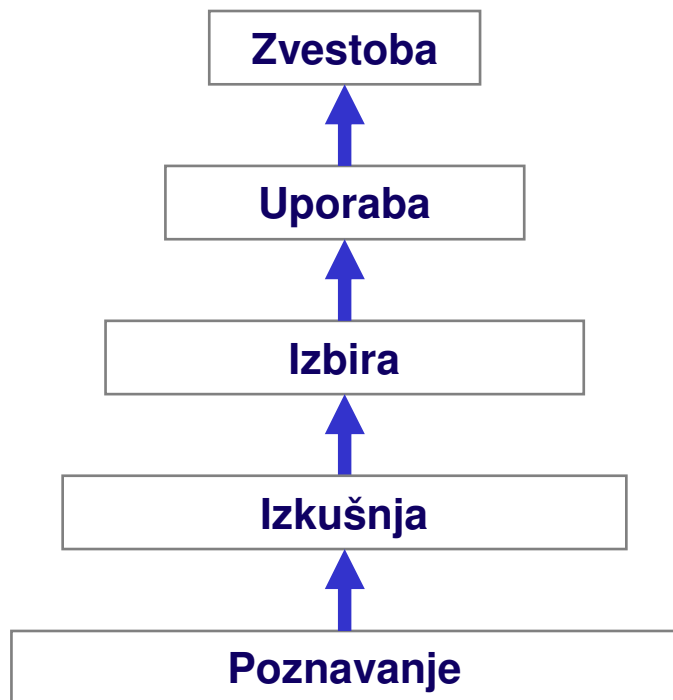
## MOČ ZNAMKE



- Koristi Piramid
  - Primerjava
    - S konkurenco
    - Z optimalno piramido v kategoriji
  - Pokaže, kje so izzivi
  - Možnost agregirati piramide
  - Mogoče je računanje indeksov
  - Profili nivojev in konverzij med nivoji



## MOČ FMCG ZNAMKE



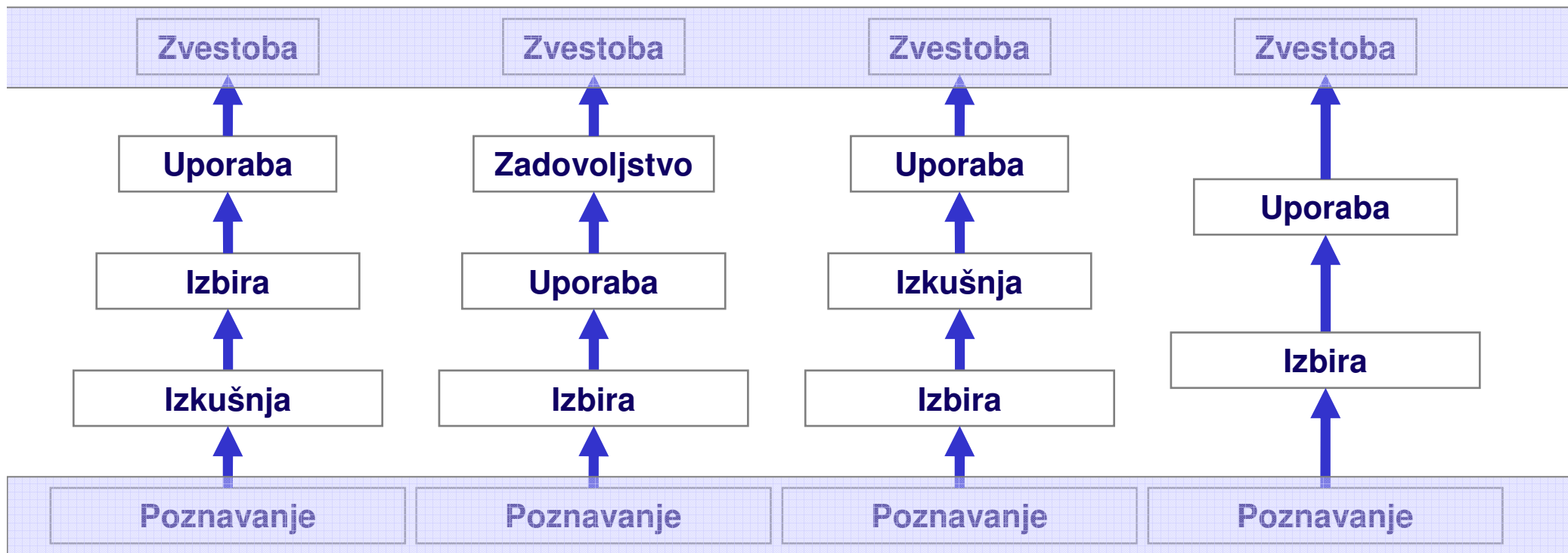
- Zvestoba
  - Najpogostejša uporaba
  - 60% uporabe
- Uporaba
  - Zadnji mesec
  - Zadnje 3 mesece
  - ...
- Izbira
- Izkušnja
- Poznavanje
  - Spontano
  - Podprto
    - Po imenu
    - Prikaz logotipa ali slike
    - ...

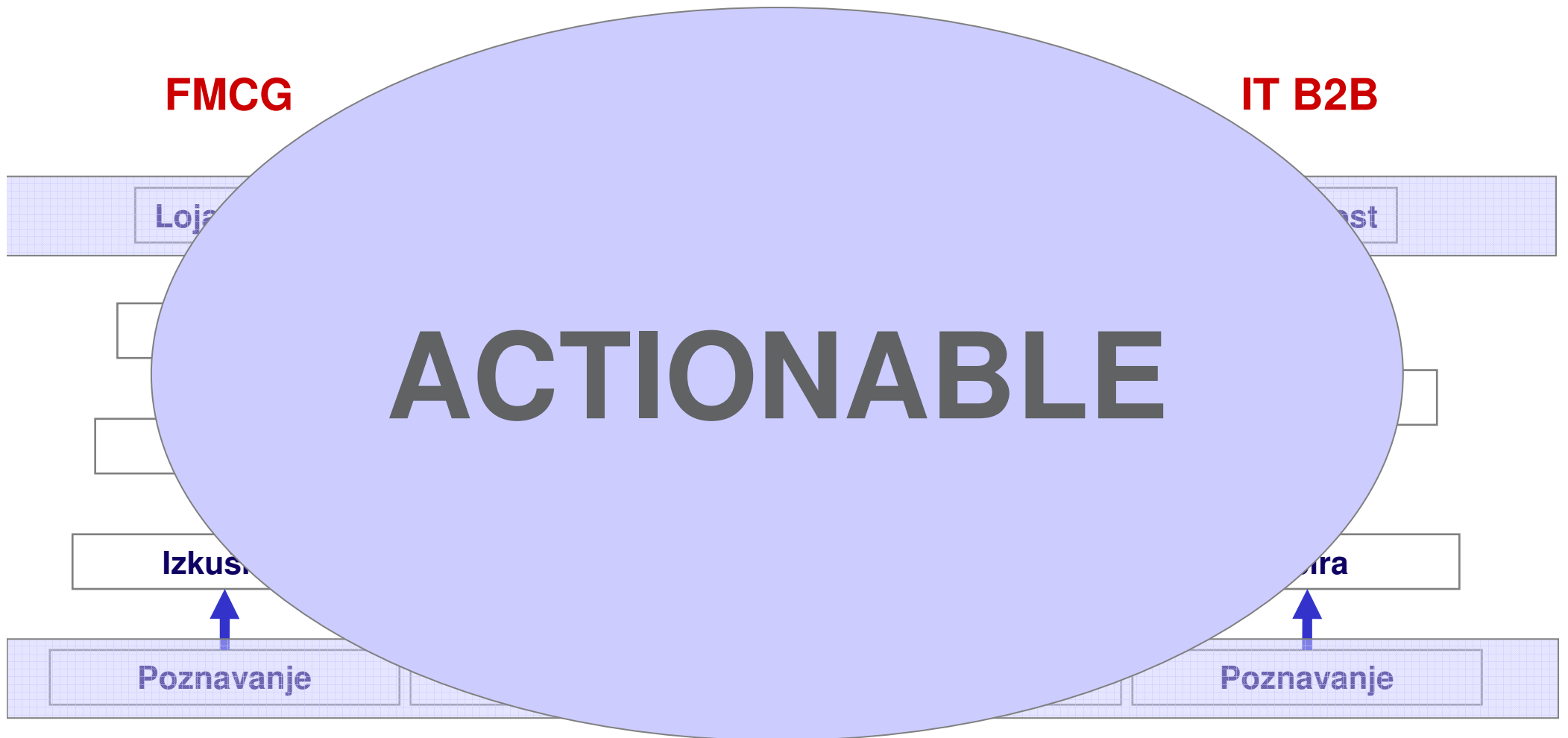
## FMCG

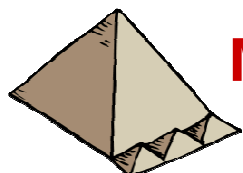
## Storitve

## Farmacija OTC

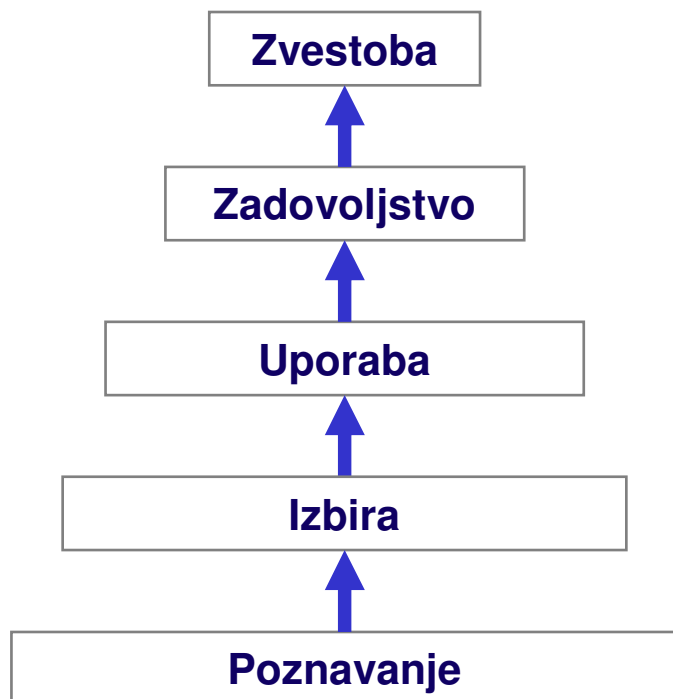
## IT B2B







## MOČ STORITVENE ZNAMKE



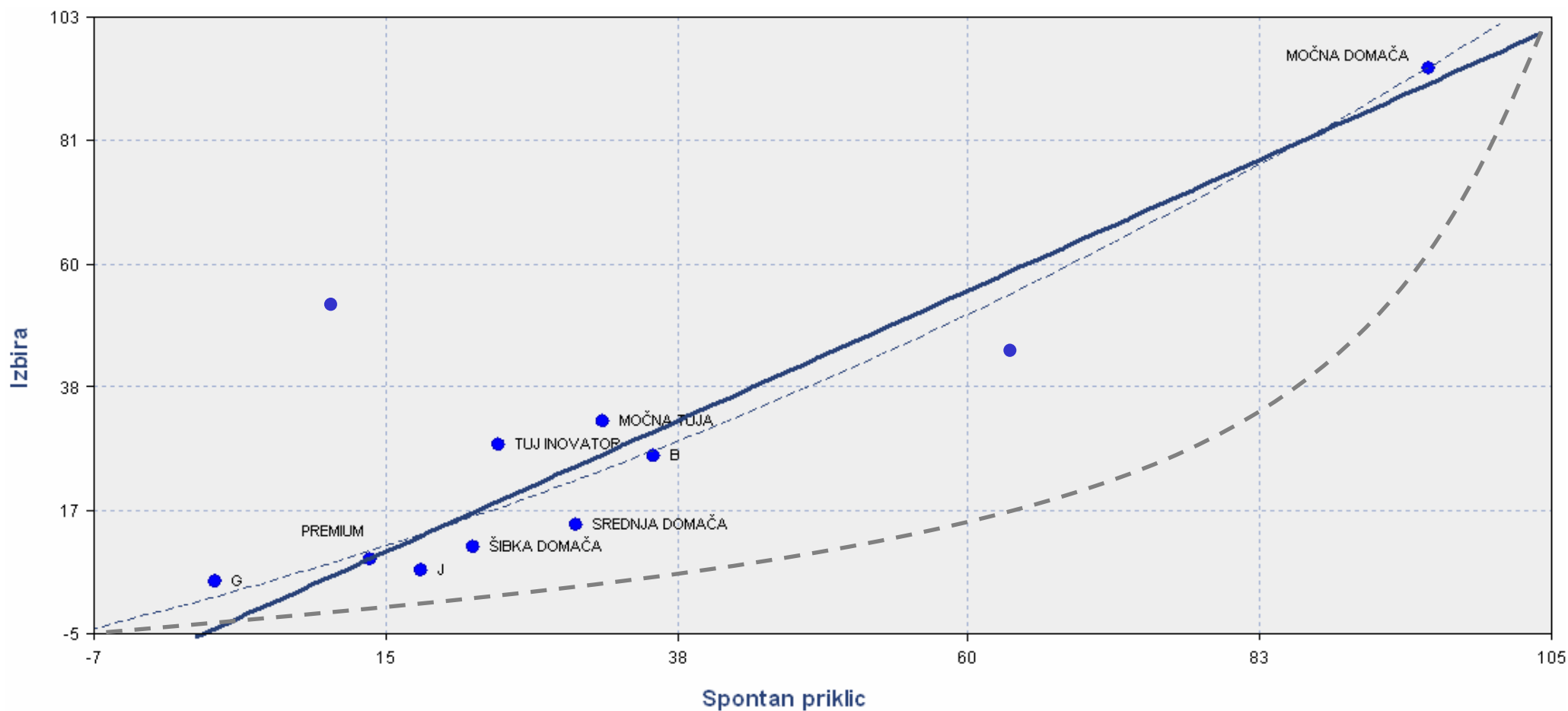
- Zvestoba
  - Verjetnost menjave ponudnika
  - Vpletenost v kategorijo
  - Ocena ponudnika podoba
- Zadovoljstvo
  - Ocena zadovoljstva splošno ali po elementih
  - 2-stopenjsko zadovoljstvo
- Uporaba
  - Trenutni GLAVNI ponudnik
  - Ostali ponudniki
- Izbira
  - Odločitev, če bi se odločal danes
- Poznavanje

# Odnos med spontanim priklicem in izbiro variira glede na vpletenost v kategorijo

## Vpliv poznavanja znamke na izbiro znamke

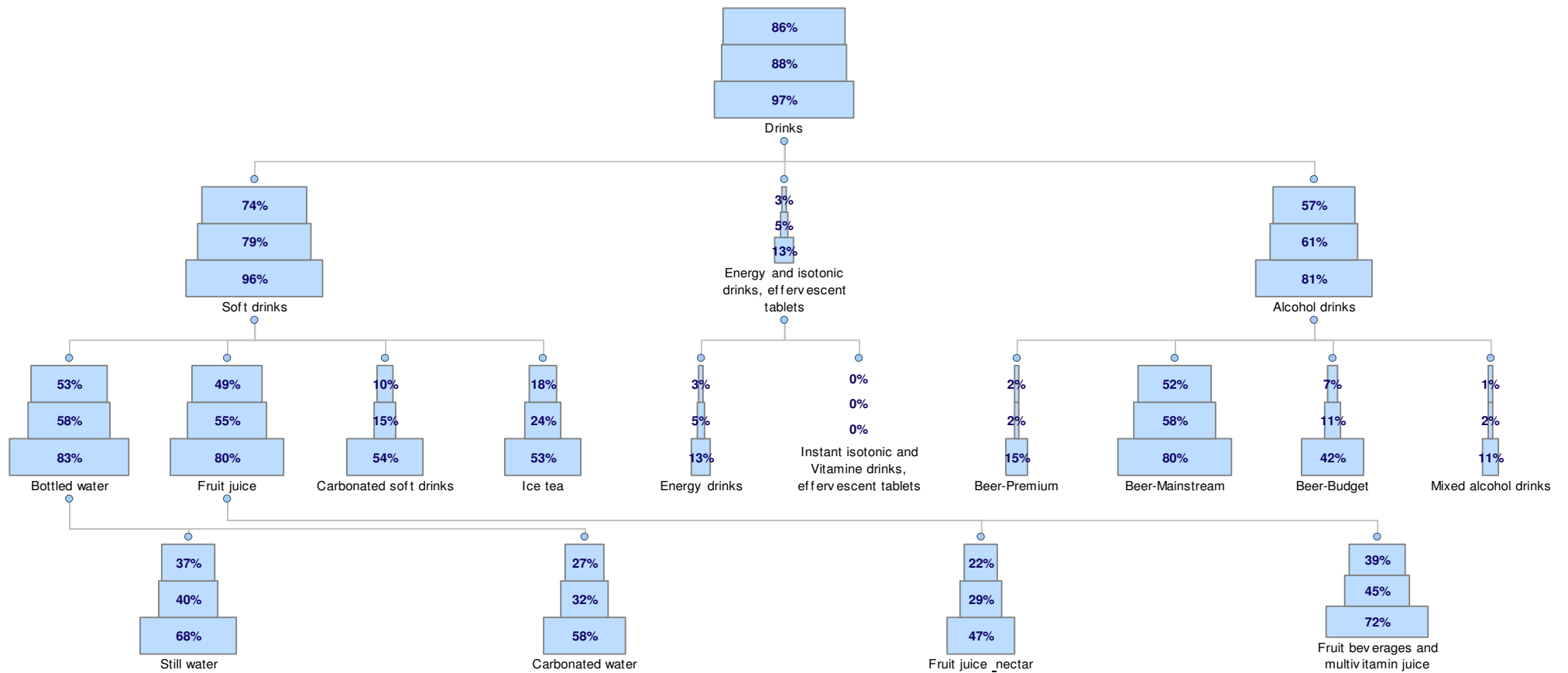
Krivulja prikazuje idealno razmerje med poznavanjem znamke in prvo izbiro znamke pri izbiri znamke

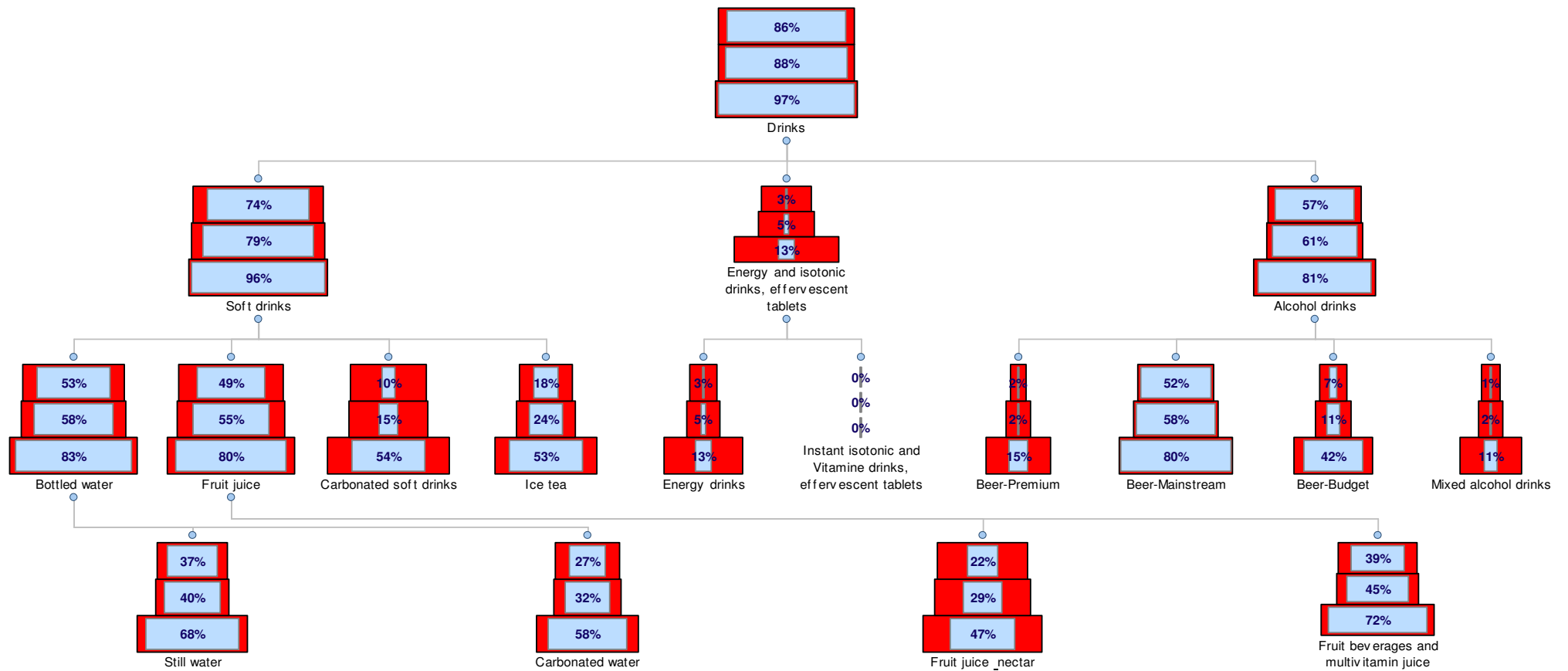
n=50

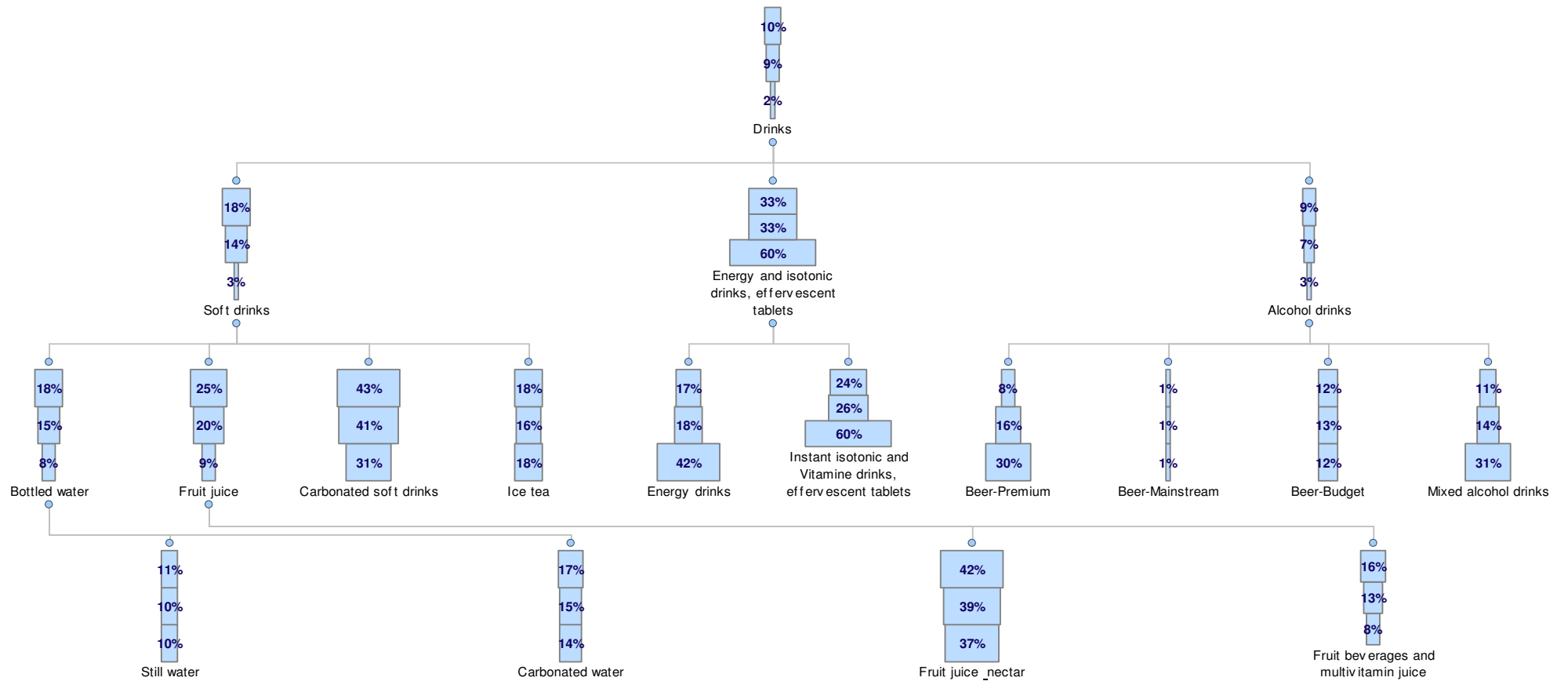


Q1: Katero znamko kav bi izbrali, če bi kavo kupovali danes?

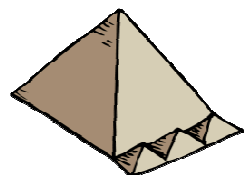
Q2: Katera blagovna znamka kave vam najprej pride na misel? / Katere še?



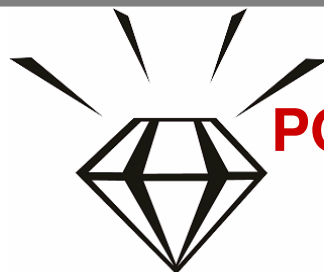




# Moč znamke gradi podoba znamke, katera se gradi skozi trženjske aktivnosti

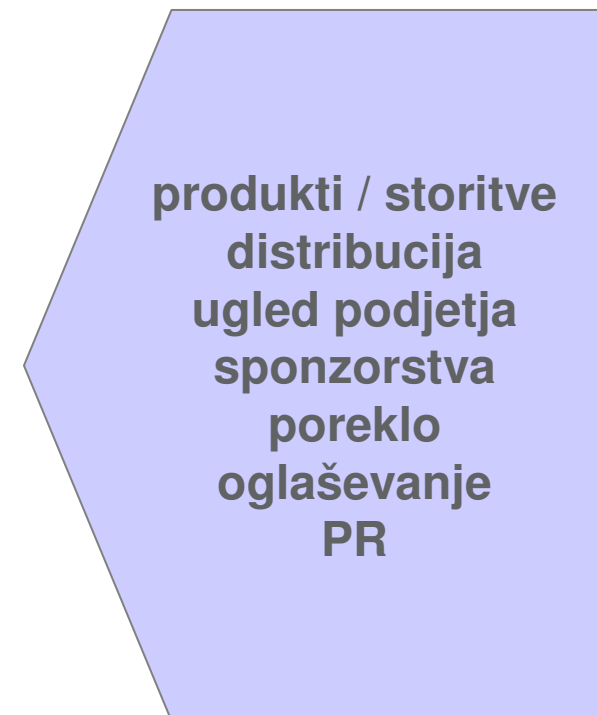
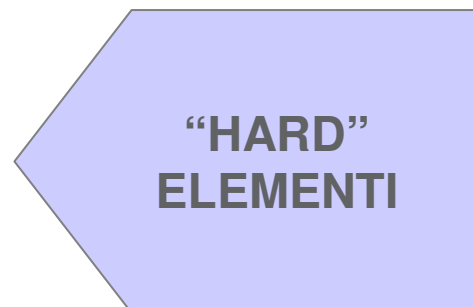
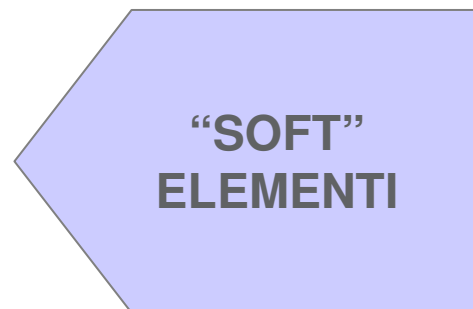
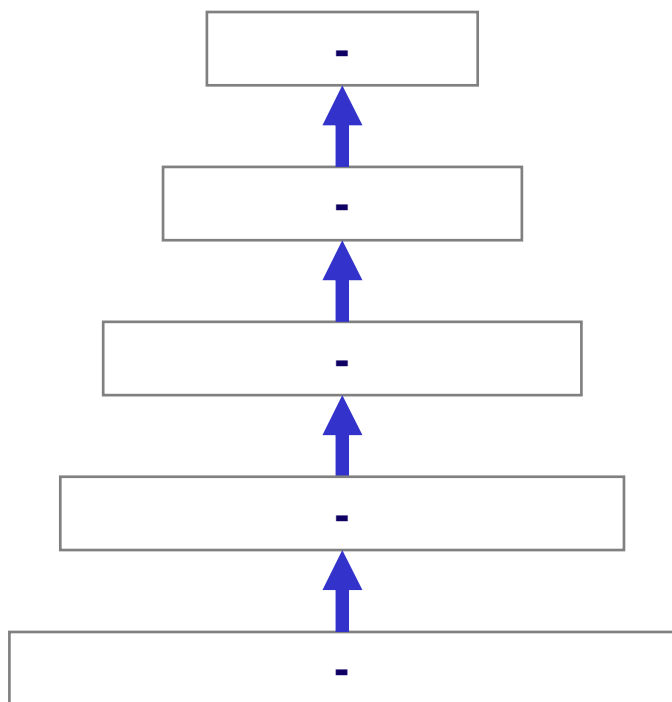


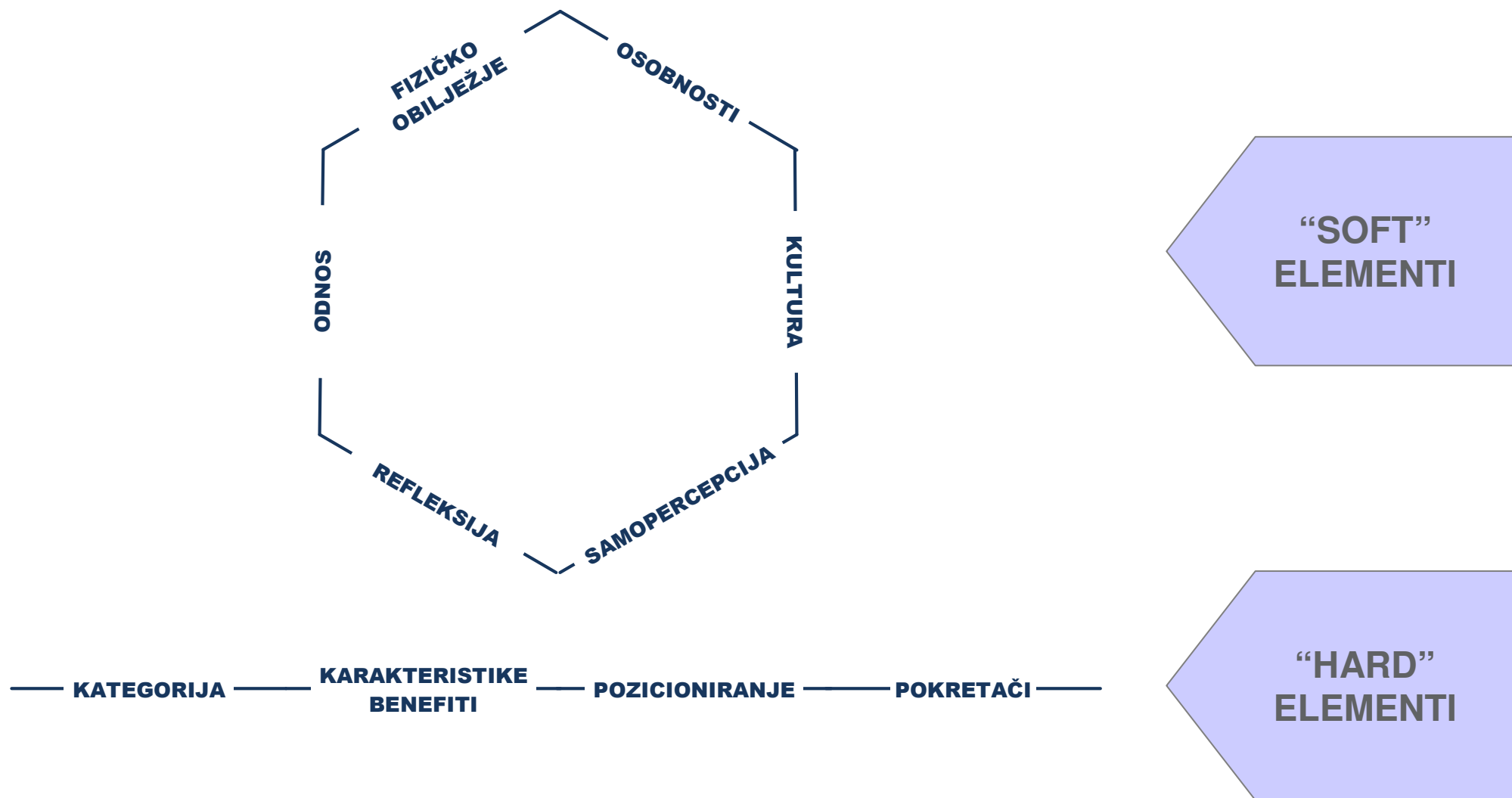
**MOČ ZNAMKE**



**PODOBA**

**TRŽENJSKE  
AKTIVNOSTI**





**KAKO IZBRATI ELEMENTE**

**KAKO MERITI ELEMENTE**

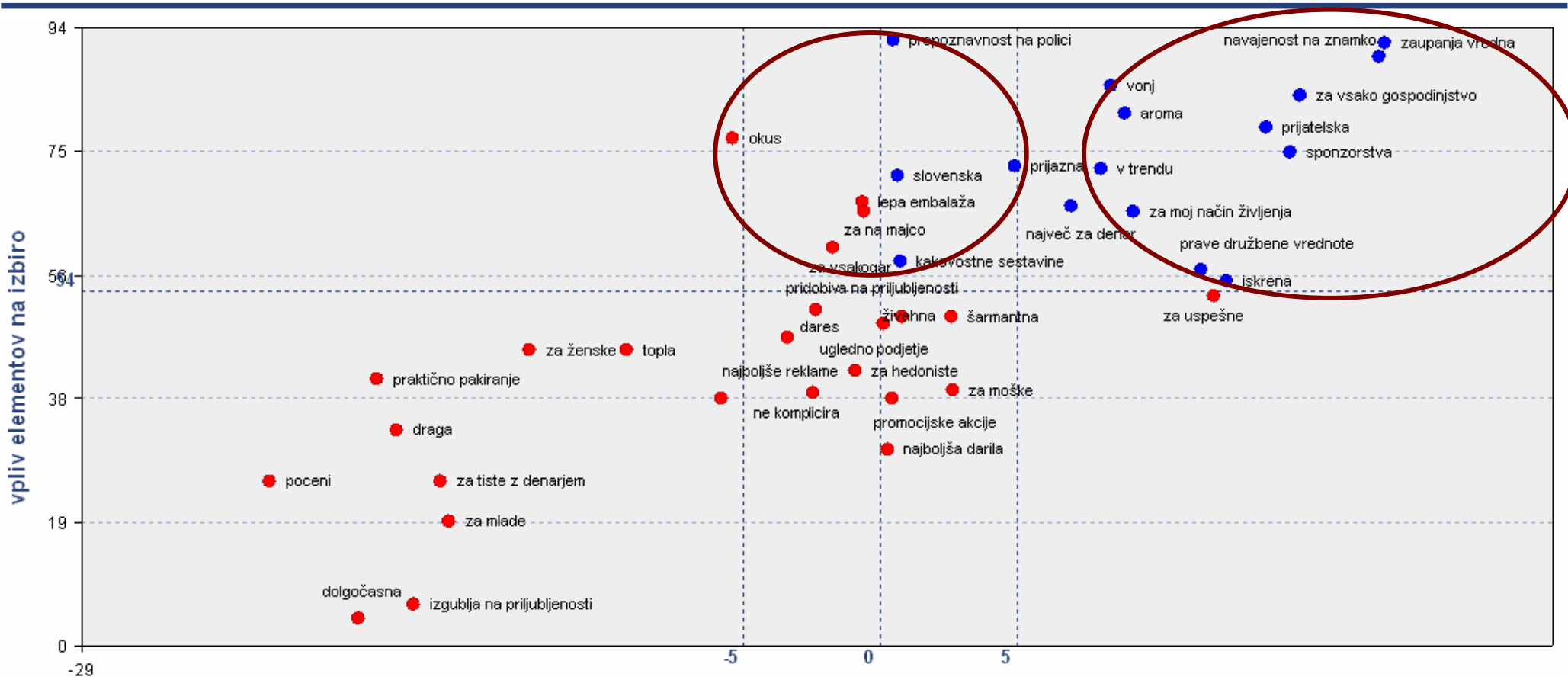
**KOLIKO ELEMENTOV**



## Analiza pomembnosti elementov za MOČNA DOMAČA

zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)

n=50



--- šibkejša asociacija --- slika profila --- močnejša asociacija ---

# Nabor elementov je izbran tako da lahko reproduciramo Kapfererjevo prizmo identitete

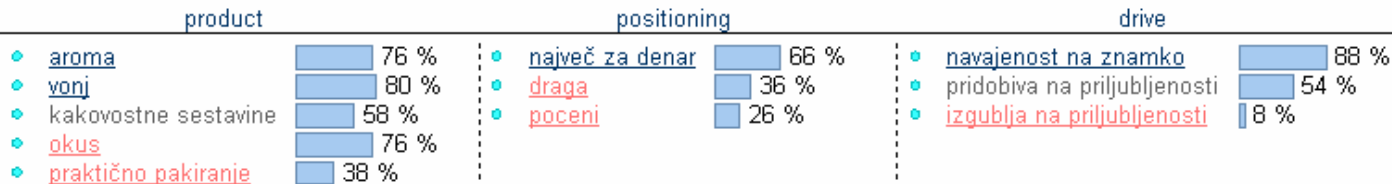
## Profil znamke MOČNA DOMAČA

% ank. po vsakem elementu, bolj značilni elementi so podčrtani, temni - najbolj značilni, rdeči - manj značilni n=50

### SOFT

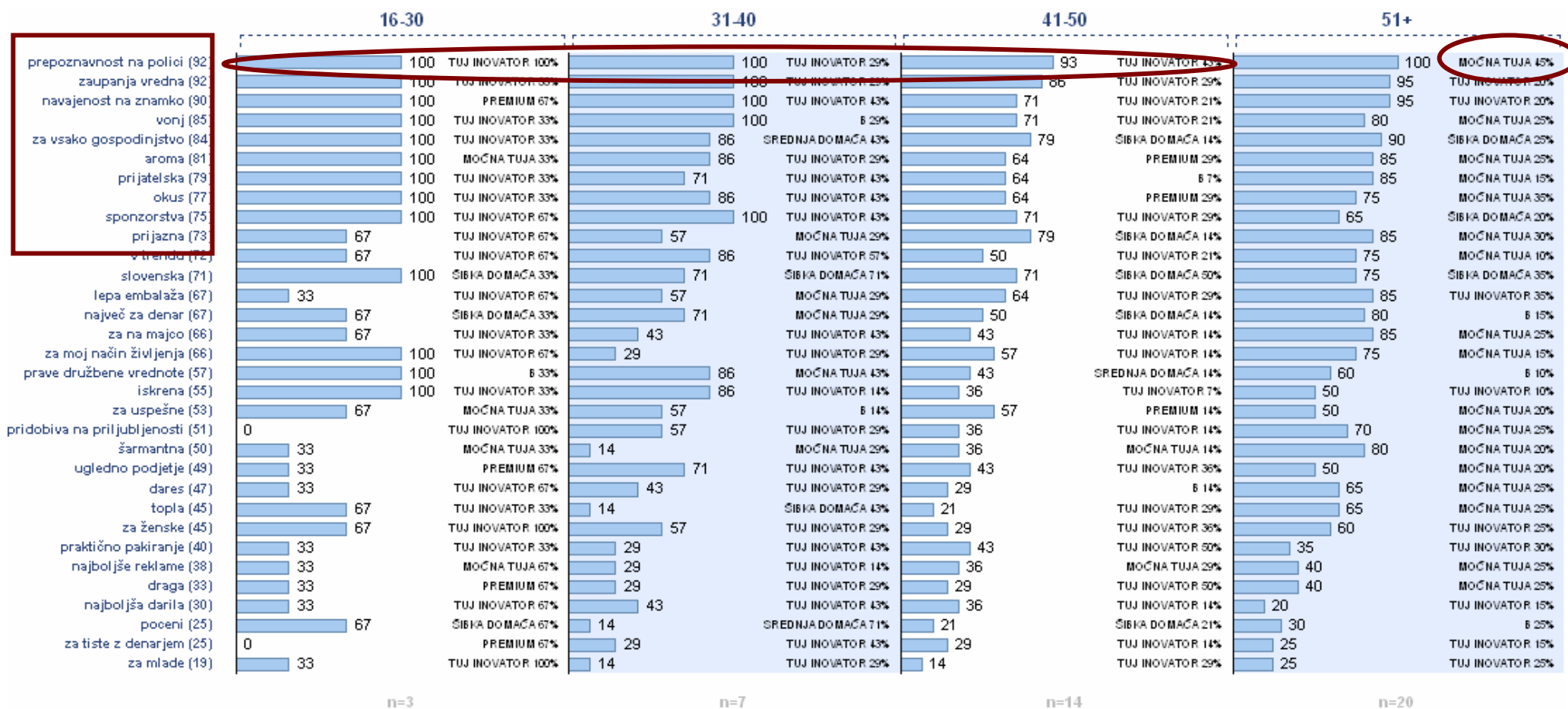


### HARD



Asociacija na podobo znamke po vsakem elementu v ciljni skupini (starost)

% navajanja znamke MOČNA DOMAČA po ciljni skupini za vsak element in najboljša znamka v % ciljni skupini



**BE**

Legitimnost teritorija znamke

**KVALITATIVNE METODE**

**PP**

Analiza cena (BPTO, Conjoint, PSM)

**KVANTITATIVNE METODE**

$$\begin{array}{l} \text{BEQ} \\ \text{BRAND EQUITY} \end{array} = \begin{array}{l} \text{BS} \\ \text{BRAND} \\ \text{STRENGTH} \\ + \\ \text{BI} \\ \text{BRAND} \\ \text{IMAGE} \\ + \\ \text{BE} \\ \text{BRAND} \\ \text{EXTENSIBILITY} \\ + \\ \text{PP} \\ \text{PRICE} \\ \text{PREMIUM} \end{array}$$



**For more information contact:**

**[www.valicon.net](http://www.valicon.net)**

**VALICON Ljubljana**  
Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 420 49 00  
F: +386 1 420 49 60  
**[info@valicon.si](mailto:info@valicon.si)**

**VALICON Zagreb**  
Petra Grgeca 9  
10000 Zagreb  
T: +385 1 633 15 00  
F: +385 1 631 40 33  
**[info@valicon.hr](mailto:info@valicon.hr)**

**VALICON Sarajevo**  
Prušćakova 2  
71000 Sarajevo  
T: +387 33 688 975  
F: +387 33 668 975  
**[info@valicon.ba](mailto:info@valicon.ba)**