

Juni 2011

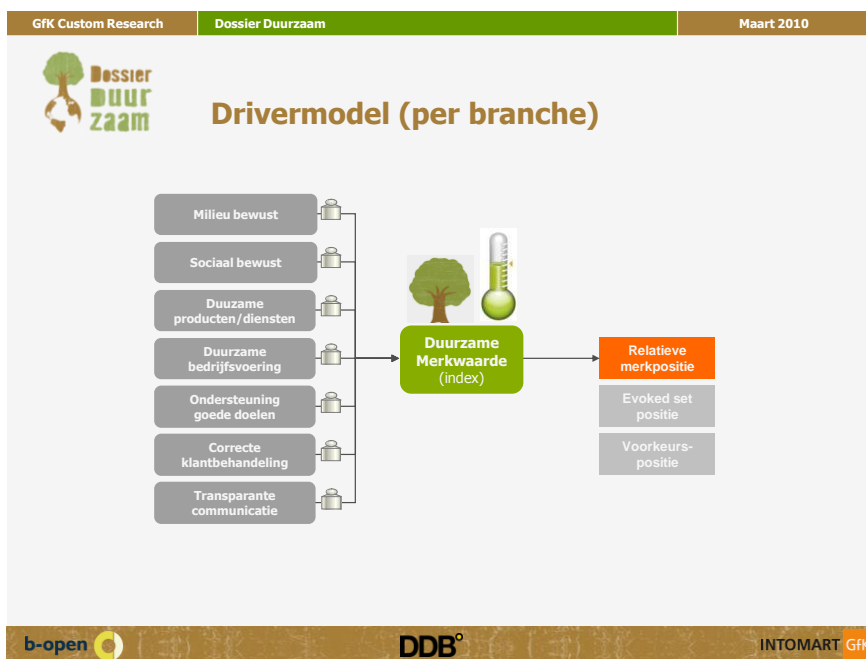
26930 / DD

Dossier Duurzaam 2011

Sturingsinformatie voor een effectiever MVO beleid en duurzamer merkimago

Dossier Duurzaam is een initiatief van Intomart GfK, DDB° en b-open. Wij helpen bedrijven bij het verbeteren van de effectiviteit van hun duurzaamheids/MVO beleid en de activatie of communicatie daarvan. Hiervoor meten we sinds 2008 de ontwikkeling in houding en perceptie van consumenten ten aanzien van duurzaamheid/MVO. Inmiddels bevat Dossier Duurzaam kennis en inzichten gebaseerd op 9 onderzoeksmodules.

In 2010 zijn nieuwe dimensies aan het onderzoek toegevoegd, waarmee duurzaamheid/MVO in 20 branches en voor 180 merken accountable is gemaakt. Daarvoor is een drivermodel ontwikkeld waarmee per sector kan worden vastgesteld welke dimensies de consument écht relevant vindt en aldus bijdragen aan een duurzamer merkimago.



Intomart GfK bv
 Noordse Bosje 13-15
 Postbus 10004
 1201 DA Hilversum
 The Netherlands

T +31(0)35-6258411
F +31(0)35-6246532
E info@intomartgfk.nl
 www.intomartgfk.nl

Rabobank 11.94.92.733
 BIC: RABONL2U
 IBAN: NL47RABO0119492733
 BTW NL 8084.97.212.B.01
 KvK Gooiland 32043658
 Iso 9001 Certified
 Member Research Keurmerk Groep

Vanuit het basisonderzoek krijgt u inzicht in:

- ✓ Kennis, houding en gedrag van consumenten t.a.v. duurzaamheid/MVO en de ontwikkeling daarvan door de tijd
- ✓ Consumentensegmentatie t.a.v. houding en gedrag rond duurzaamheid/MVO en de beste manieren om de verschillende segmenten te bereiken en te overtuigen
- ✓ Relevante dimensies van duurzaamheid/MVO per sector
- ✓ De 'duurzame merkwaarde' van uw eigen merk
- ✓ Benchmarking van de duurzame merkwaarde en performance (door de ogen van de consument) op de verschillende dimensies met die van branchegenoten
- ✓ Effect van duurzaamheid/MVO op de relatieve merkpositie

Dossier Duurzaam biedt hiermee gefundeerde sturingsinformatie. U kunt ontwikkelingen bij de consument en uw performance door de tijd volgen en hierop uw beleid en initiatieven aanpassen. In 2010 hebben onder andere Bavaria, Grolsch, Heinz, Kia, NS, Praxis, Tetra Pak en Vodafone gebruik gemaakt van Dossier Duurzaam.

In 2011 zijn er meer mogelijkheden om in te gaan op specifieke behoeften van individuele klanten. Hiervoor bieden we 'tailor made modules' aan in aanvulling op het basisonderzoek.

Deze tailor made modules kunnen u inzicht geven in bijvoorbeeld:

- ✓ Het effect van specifieke MVO-activiteiten, duurzame proposities of producten op de Duurzame Merkwaarde Index (DMI) van uw merk
- ✓ Effectiviteit van individuele communicatie uitingen of campagnes
- ✓ Relevantie van (onderdelen van) het MVO beleid
- ✓ Relatie tussen duurzaamheid en specifieke merkwaarden
- ✓ Houding en gedrag bij eigen doelgroep of segmenten
- ✓ Winkelgedrag of mediaconsumptie t.a.v. duurzaamheid/MVO
- ✓ Prijsperceptie in relatie met duurzaamheid/MVO

Design van het basisonderzoek

- ✓ Online onderzoek op het online panel van Intomart GfK
- ✓ 2.500 respondenten van 16 jaar en ouder (representatief Nederland)
- ✓ 180 merken / 15-20 categorieën
- ✓ Vragenlijst van ca. 15 minuten
- ✓ Respondent beoordeelt ca. 15 merken op mate van duurzaamheid en verschillende dimensies van duurzaamheid
- ✓ Vaststellen DMI: Duurzame Merkwaarde Index
- ✓ Berekenen drivermodel

Rapportage in een helder PowerPoint-rapport met uitgeschreven conclusies en aanbevelingen. Een presentatie van de onderzoekresultaten maakt deel uit van uw deelname aan Dossier Duurzaam.

Kosten:

Basisonderzoek	8.800,-
Korting bij herhaling	1.000,-
Extra categorie	2.600,-
Extra vragen toevoegen (per gesloten vraag of 4 stellingen)	400,-
Uitbreiding steekproef (per n=100)	1.900,-
Tailor made module	op aanvraag

Prijzen zijn exclusief BTW, facturatie na oplevering van het rapport.

Planning:

Inschrijving basisonderzoek + tailor made modules	t/m 24 juni (wk 25)
Definitieve vragenlijst en merkenlijst	1 juli (wk 26)
Veldwerk	wk 27/28
Analyse	wk 29 - 32
Rapportage Dossier Duurzaam 2011	vanaf 15 aug (wk 33)

Meer informatie, interesse?!

Meer informatie (achtergrond, resultaten en publicaties) is te vinden op dossierduurzaam.nl. Neem gerust contact op als u vragen heeft of een dummy rapportage van het basisonderzoek, concept vragenlijst en/of merkenlijst wilt ontvangen. Als u specifieke behoeften heeft, bespreken we graag de mogelijkheden van een tailor made module. U kunt uw deelname aan het basisonderzoek bevestigen door het inschrijfformulier op de volgende pagina in te vullen en aan Intomart GfK retour te mailen of faxen.

Voor vragen:

Ewout Witte (Intomart GfK BV)
Mail: Ewout.witte@gfk.com
Tel: 035 6258557

Jeroen Meijering (b-open)
Mail: jeroen@b-open.nl
Tel: 06 51090822

Vincent van den Berg (DDB°)
Mail: Vincent.vandenBerg@nl.ddb.com
Tel: 020 406 5424

Deelname aan

O Basisonderzoek Dossier Duurzaam 2011 à € 8.800,= (excl. btw)

Voor akkoord:

Datum:

PO nummer:.....

Bedrijfsnaam:.....

Naam:

Functie:

Na ondertekening graag mailen of faxen naar:

Intomart GfK BV
T.a.v. dhr. Ewout Witte
Mail: Ewout.witte@gfk.com
Fax: 035-6246532