

Analyse alternativer Brand Equity Metriken in 3 Industrien (B2C)



Steckbrief

Aufgabenstellung

- Identifikation von alternativen Brand Equity Metriken zur Markenwahrnehmung und Vorhersage von Konsumentenverhalten in 3 ausgewählten Industrien (Versicherungen, Bier, Haushaltsgeräte)
- Test der Metriken in einer Online-Umfrage (Panel/EFS-Unipark)

Vorgehen

- Identifikation der relevanten Brand Equity Komponenten
- Entwicklung eines Fragebogens und eines PLS-SEM Treibermodells
- Analyse und Auswahl alternativer Brand Equity Metriken anhand ihrer Erklärungskraft von Marken-KPIs (Markenloyalität, Mehrpreisbereitschaft etc.)

Setup

- 1 Projektkurs-Team bestehend aus zwei Studierenden
- Zusammenarbeit mit Mitarbeitern von FactWorks aus dem Bereich Research Consulting

Ergebnisse

- Identifikation industriespezifischer Brand Equity Treiber
- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Zusammensetzung einer Brand Equity Metrik für zukünftige Untersuchungen