

Connect
and more
sessions



MEDIAHUIS
Connect

Relevant blijven als merk?

Zet in op wat je consument
belangrijk vindt.

Zo maak jij je merk

Future Forward.

EEN CONSUMENTENONDERZOEK NAAR DE FUTURE-PROOFNESS
VAN 240 MERKEN DOOR MEDIAHUIS CONNECT EN GFK BELGIË

Maak je merk klaar voor **de toekomst**

De markt verandert voortdurend van koers. Voortgestuwd door trends in globalisering, technologie en ecologie. En met de consument aan het roer van het schip. **Alleen de merken die snel en slim inspelen op de koerswijzigingen, blijven in de race.** Die merken noemen we **Future Forward**: merken van de toekomst.

Om te voldoen aan de hoge verwachtingen van je klanten moet je hen door en door kennen.

- Wie zijn jouw consumenten en zien zij zichzelf als Future Forward?
- Wat vinden zij belangrijk en hoe future proof vinden zij je merk?
- En welke media sluiten hier het best bij aan?

Daarover interviewden we 2.700 consumenten, goed voor 9.000 observaties, met als resultaat een pak essentiële marktinzichten.

Inzicht in mens, markt, merk en media

Aan de deelnemers van het onderzoek vroegen we wat een merk volgens hen Future Forward maakt. Is het maatschappelijke relevantie, een minimale ecologische voetafdruk of net innovatie? Het onderzoek onthult de cruciale drivers per sector. En hoe jouw sector, merk én concurrenten hierop scoren. Bovendien krijg je een overzicht van de mediakanalen die jouw merk vleugels geven.

▶ **Ken je consument**

▶ **Weet wat hij belangrijk vindt**

▶ **Krijg inzichten in de sterktes en zwaktes van je merk**

▶ **Zet de geknipte media in**



Consumentenonderzoek door
Mediahuis Connect en GfK België:

2.700 decision makers
9.000 observaties
15 sectoren
240 merken



Heb jij de **juiste drive?**

Deze 14 drivers bepalen of
je merk **Future Forward** is:

PRIVACY

Je gaat respectvol
om met data.

LOKAAL

Je biedt producten
en diensten aan
van bij ons.

DUUR- ZAAMHEID

Je hebt een minimale
impact op
het milieu.

BETROUW- BAARHEID

Je straalt eerlijkheid
en veiligheid uit.

MEER- WAARDE

Je hebt het beste
aanbod voor de
beste prijs.

BESCHIK- BAARHEID

Je bent op elk
moment en overal
toegankelijk.

INNOVATIE

Je gaat voluit voor
vernieuwing.

AUTO- NOMIE

Je helpt bij het
nemen van
beslissingen.

OMNI- CHANNEL

Je bent zowel online
als offline bereikbaar
via verschillende
kanalen.

FLEXI- BILITEIT

Je levert producten en
diensten op maat
van de klant.

MAAT- SCHAPPIJ

Je bent
maatschappelijk
relevant.

COMFORT

Je maakt het leven
van je klant
makkelijker.

TRANS- PARANTIE

Je communiceert
open en duidelijk.

CONNECTIE

Je verbindt mensen.



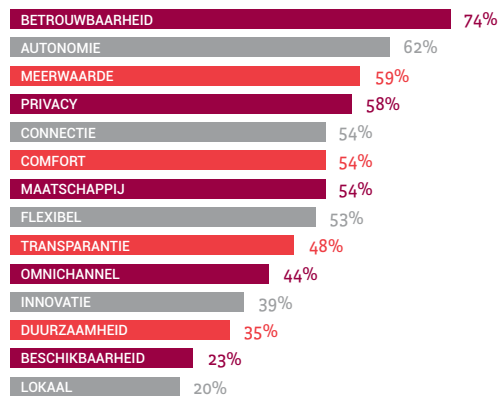
Future Forward = je klanten door en door kennen

Hoe Future Forward zijn de **consumenten** van je merk?

Als Future Forward bedrijf speel jij in op de wensen van de veranderende consument. Maar dan moet je hem wél kennen.

Daarom vroegen we onze **2.700 consumenten** in welke veertien Future Forward-drivers zij zichzelf herkennen. Zo blijkt dat 74 procent van alle consumenten zichzelf **eerlijk** en **betrouwbaar** vindt. 63 procent vindt dat ze **autonoom** beslissingen kunnen nemen.

Zo typeren consumenten zichzelf:



23 PROCENT VAN DE BEVRAAGDEN VINDT ZICHZELF FUTURE FORWARD

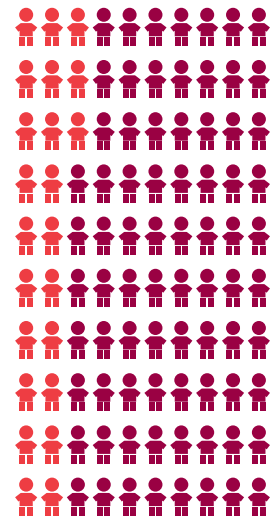
Dat zijn de consumenten die de trends mee sturen. Het zijn als het ware de innovators die zich associëren met de drivers 'flexibiliteit' en 'innovatie'. Ze zijn experts binnen jouw domein én hebben de kracht om anderen te beïnvloeden.

77 procent van de consumenten geeft zichzelf echter een lagere score op de Future Forward-schaal. Zij zijn eerder followers en hechten meer belang aan bijvoorbeeld 'eenvoud en comfort'.

Belangrijk voor je merk: beide groepen zijn bijzonder relevant en hebben een andere kijk op wat een sector of merk Future Forward maakt. Ze verdienen dus allebei jouw aandacht.

23% van de bevroegden vindt zichzelf **Future Forward**

HECHTEN BELANG AAN **flexibiliteit & innovatie**



77% van de bevroegden zijn eerder **followers**

HECHTEN BELANG AAN **eenvoud & comfort**



Future Forward = weten wat je klant belangrijk vindt

Wat zijn de **drivers** in **jouw sector**?

Wat maakt een sector Future Forward?

We legden ons panel de veertien drivers voor – van privacy tot connectie – en vroegen wanneer een markt volgens hen klaar is voor de toekomst.

De resultaten zijn verschillend per sector. Voor auto en mobiliteit schuiven de consumenten bijvoorbeeld 'comfort' naar voren als voorwaarde om Future Forward te zijn. In de retail food is dat eerder 'betrouwbaarheid'.



Dit zijn de belangrijkste **drivers** per sector volgens de consumenten



Retail food

- ▶ Betrouwbaarheid
- ▶ Duurzaamheid
- ▶ Comfort
- ▶ Lokaal
- ▶ Meerwaarde



Financiën

- ▶ Betrouwbaarheid
- ▶ Privacy
- ▶ Transparantie
- ▶ Meerwaarde
- ▶ Comfort



Energie

- ▶ Duurzaamheid
- ▶ Comfort
- ▶ Transparantie
- ▶ Betrouwbaarheid
- ▶ Meerwaarde



Auto & mobiliteit

- ▶ Comfort
- ▶ Duurzaamheid
- ▶ Betrouwbaarheid
- ▶ Innovatie
- ▶ Beschikbaarheid

Meest Future Forward sectoren volgens de consumenten

1. Telecom



2. Persoonlijke hygiëne & verzorging



3. Mode



Staat jouw sector er niet bij of ken je graag meer details? In het onderzoek vind je de analyse terug voor **vijftien sectoren**: auto en mobiliteit, financiën, retail food, retail non-food, mode, telecom, reizen, interieur, politieke partijen, frisdranken, chocolade en snoep, persoonlijke hygiëne en verzorging, energie, huishoudtoestellen en media.



Future Forward = de sterktes en zwaktes van je merk kennen

Ervaart de consument je merk als toekomstgericht?

We vroegen de consumenten niet alleen welke sectoren klaar zijn voor de toekomst. Ze gaven ook een score aan heel wat individuele merken – 240 in totaal. Zo weet jij of je merk ervaren wordt als Future Forward, op welke drivers je merk uitblinkt en welke drivers nog een duwtje in de rug kunnen gebruiken. Bovendien zie je hoe je merk zich positioneert tegenover zijn concurrenten.

Precies zoals bij de markten, verschillen ook hier de belangrijkste drivers per merk. Merken hoeven dus niet allemaal uit te blinken in dezelfde drivers. Ze kunnen op verschillende vlakken Future Forward zijn.

Top 5 van meest toekomstgerichte merken volgens 2.700 consumenten

En de drivers die bepalend zijn voor hun Future Forwardness.

Tesla

- ▶ Innovatie
- ▶ Comfort
- ▶ Duurzaamheid

Samsung

- ▶ Comfort
- ▶ Innovatie
- ▶ Flexibiliteit

Coca Cola

- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Innovatie
- ▶ Flexibiliteit

Booking.com

- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Omnichannel
- ▶ Comfort

Colruyt

- ▶ Betrouwbaarheid
- ▶ Meerwaarde
- ▶ Omnichannel



Auto & mobiliteit



Huishoudtoestellen



Frisdranken

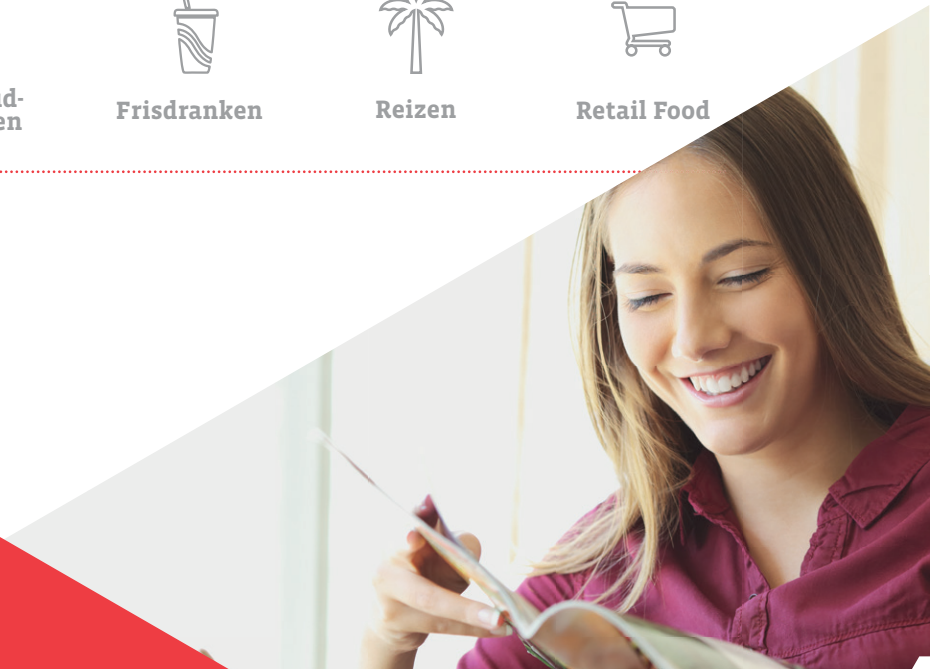


Reizen



Retail Food

Benieuwd met welke Future Forward drivers consumenten jouw merk associëren?





Future Forward = de juiste mediakanalen inzetten

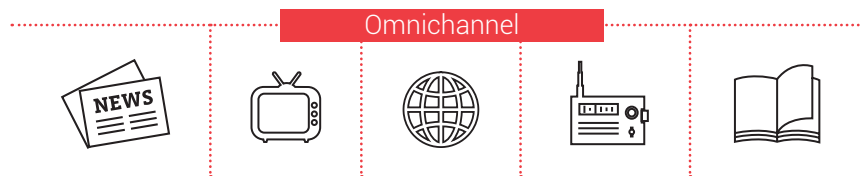
Hoe bereik jij de juiste klanten?

Wie relevant wil blijven als merk, zet best zijn troeven in de verf en sleutelt aan zijn minpunten.

Media helpen je daarbij. Ze verhogen je naamsbekendheid, versterken je imago als toekomstgericht merk en leveren nieuwe klanten op. Tenminste als je de juiste kanalen inzet om jouw doelgroep te bereiken.

Daarom vroegen we de 2.700 consumenten om diezelfde 14 Future Forward-drivers te koppelen aan mediakanalen en mediatitels. Zo weet jij welke media je het best inzet om de drivers van jouw merk te versterken. Goed om weten: Over alle mediatypes heen is toegankelijk zijn via meerdere kanalen de belangrijkste Future Forward driver. Bij **traditionele media** zijn vervolgens vooral betrouwbaarheid, maatschappelijke relevantie en lokale bekendheid van belang, terwijl directe beschikbaarheid, comfort en vernieuwing van groter belang zijn bij de **nieuwe media**.

Top driver gelinkt aan Media



De mediatitels van Mediahuis Connect scoren goed



- ▶ Lokaal
- ▶ Omnichannel
- ▶ Beschikbaarheid



- ▶ Omnichannel
- ▶ Lokaal
- ▶ Beschikbaarheid



- ▶ Omnichannel
- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Lokaal



- ▶ Lokaal
- ▶ Omnichannel
- ▶ Beschikbaarheid

Complementaire Future Forward drivers binnen Media

TV

- ▶ Omnichannel
- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Innovatie

Radio

- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Omnichannel
- ▶ Maatschappij

Magazines

- ▶ Omnichannel
- ▶ Innovatie
- ▶ Maatschappij

Krant

- ▶ Omnichannel
- ▶ Lokaal
- ▶ Maatschappij

Web

- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Comfort
- ▶ Innovatie

Social media

- ▶ Beschikbaarheid
- ▶ Connectie
- ▶ Omnichannel

Met de geknipte mediamix tussen offline en online blijf jij dus top of mind bij je klanten. Ook de nieuwstitels van Mediahuis Connect ondersteunen je daarbij.



Is jouw merk Future Forward?

Ontdek het in je persoonlijke merkanalyse.
Je komt te weten hoe consumenten jouw
merk ervaren en hoe je scoort tegenover je
concurrenten.

Je maakt kennis met de consumenten in jouw markt. En je ontdekt hoe jouw
merk media kan inzetten om je consumenten te bereiken – de leiders én de
volgers – en om future proof te blijven.

Benieuwd naar de Future Forward-drivers van je doelgroep, sector en merk?
Mail ons voor een analyse op maat: connect@mediahuis.be.

FUTURE FORWARD

een consumentenonderzoek naar de future-proofness
van 240 merken door Mediahuis Connect en GfK België

connectandmore.be

The inspiration platform of Mediahuis Connect



Connect
and more
sessions