

## **PERSBERICHT**

Rotterdam, 11-03-2013

### **MKB laat goud door de vingers glippen**

*Midden en kleinbedrijven (MKB) laten enorme kansen liggen om zich te onderscheiden. Dat is verbazingwekkend omdat je bij een terugtrekende economie het tegendeel zou verwachten. Zo blijkt uit het onderzoek naar merkoriëntatie binnen het MKB, uitgevoerd door Merketingvisie in samenwerking met E. C. van der Zwaag en Drs. L.P.O. Kloosterman van de Erasmus Universiteit.*

De meeste bedrijven beseffen dat zij zich moeten onderscheiden, maar brengen daar in de praktijk weinig van terecht. Uit het onderzoek onder 56 respondenten komt naar voren dat ze in hun strijd om klanten nagenoeg dezelfde boodschap vertolken. Waarbij opvallend vaak platgetreden paden worden uitgevent als hoge kwaliteit, gunstige prijs, goede service en betrouwbaar partnerschap. De identiteit en unieke meerwaarde, waarmee bedrijf en merk zich juist onderscheiden, blijven voor de markt een goed bewaard geheim. De kleine groep van bedrijven die wel een helder verhaal weet te formuleren, heeft de grootste moeite om dat binnen de eigen organisatie over te brengen: "het merk is voor de CEO niet meer dan het logo en een leuke pay-off." Er wordt niet op merkactiviteiten gestuurd en het merk is voor medewerkers geen inspiratiebron. Al met al laat het MKB goud door de vingers glippen.

#### Achtergrond onderzoek

Er is nog weinig bekend over de merkoriëntatie binnen het MKB. Uit eerder onderzoek onder corporate bedrijven (2004, Johan Gromark en Frans Melin) blijkt er een duidelijk positief verband tussen merkoriëntatie en de winstgevendheid van een onderneming. In het onderzoek van Merketingvisie zijn op basis van het Brand Orientation Index (BOI) model, de acht dimensies bekeken die aangeven in hoeverre midden- en kleinbedrijven merkgeoriënteerd zijn. Denk daarbij onder meer aan het vermogen om een merkstrategie te ontwikkelen, het meten en sturen op merkactiviteiten, het beleggen van de merkverantwoordelijkheid binnen de organisatie en de implementatie van het merk binnen bestaande processen.

#### **Noot voor de redactie**

Voor meer informatie of het opvragen van het MKB merkoriëntatie onderzoek kunt u contact opnemen met:

Merketingvisie

Guido David

06 286 153 23

[guido@merketingvisie.nl](mailto:guido@merketingvisie.nl)

[www.merketingvisie.nl/nieuws](http://www.merketingvisie.nl/nieuws)