

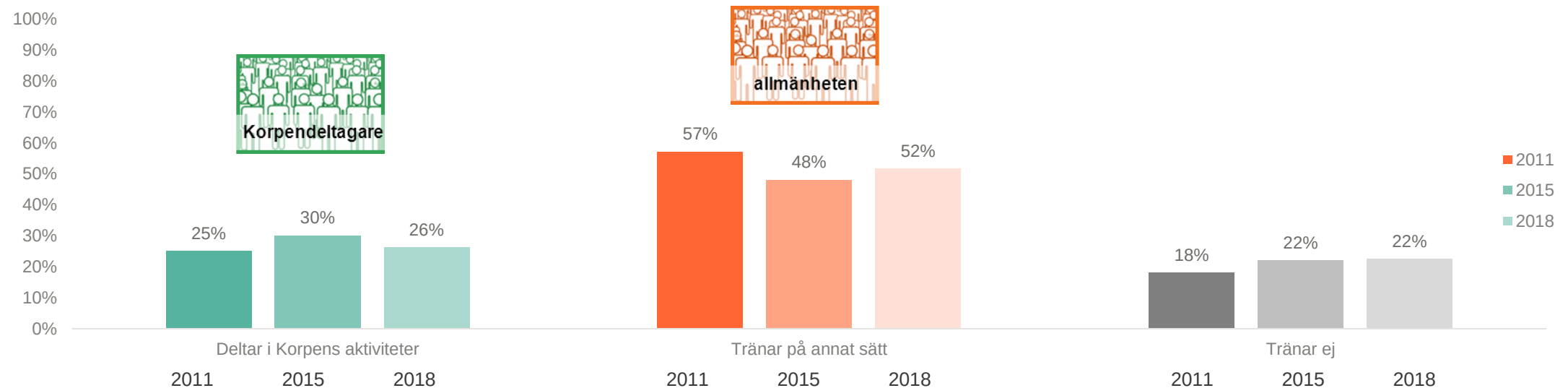
Nepda

Korpen Varumärkeskartläggning
Våren 2018

Anna Widler

Så här genomfördes studien

- Korpen har under våren 2018 gett Nepa i uppdrag att göra en uppföljning av tidigare genomförda varumärkesundersökningar för att utvärdera hur varumärket Korpen har utvecklats under de senaste åren.
- Kartläggningen har genomförts med hjälp av en online-undersökning med 498 svar bland Korpens deltagare (de som deltar i Korpens aktiviteter) och 505 svar bland allmänheten (de som tränar på annat sätt).



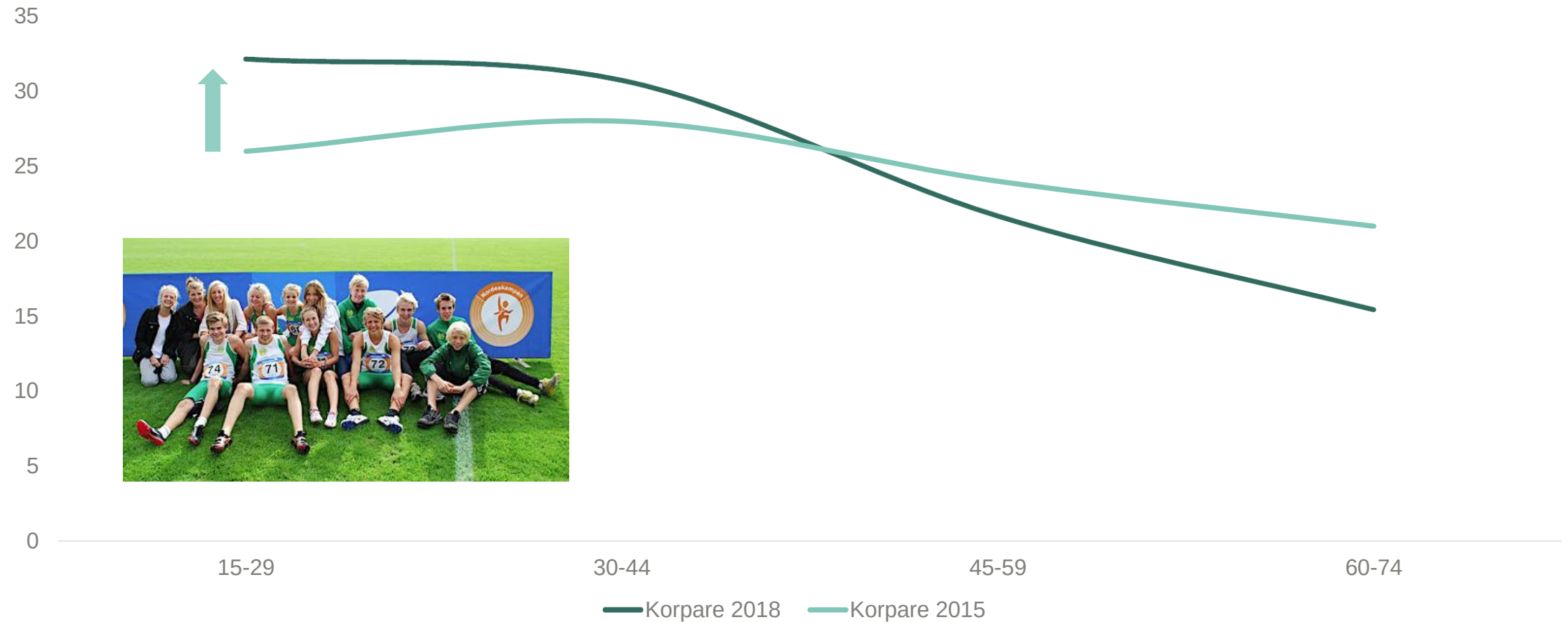
Källa: Nepa – varumärkesundersökning 2018

Fråga: Är du på något sätt aktiv inom Korpen? Tränar du på något sätt?

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Det är ännu fler ungdomar som tränar inom Korpen nu jämfört med 2015 – bra resultat av en medveten satsning!

Åldersfördelning - Korpare

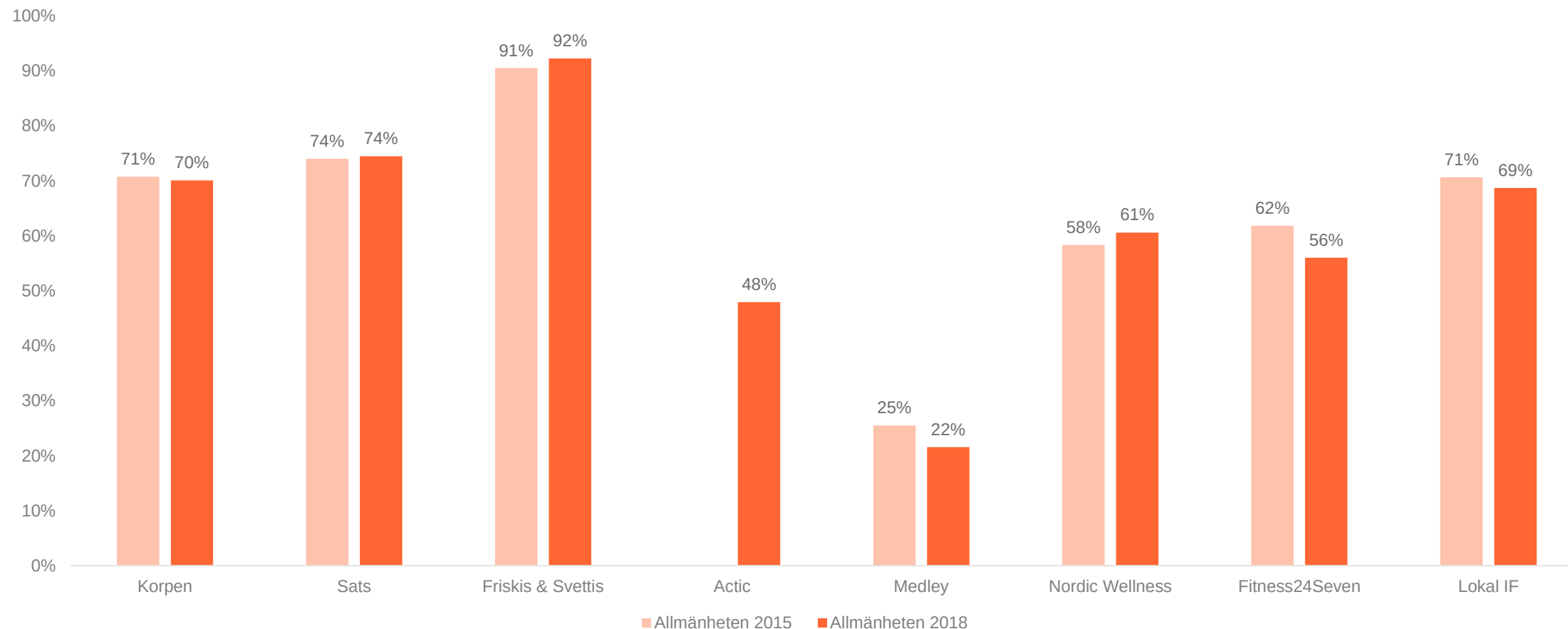


Nepa

Varumärkets utveckling

Kännedomen för Korpen är hög bland allmänheten – endast Friskis & Svettis är signifikant mer känd

Hjälpt kännedom - allmänheten



Källa: Nepa

Fråga: I vilken utsträckning känner du till följande aktörer? (svaret 2-7 på en skala 1-7)

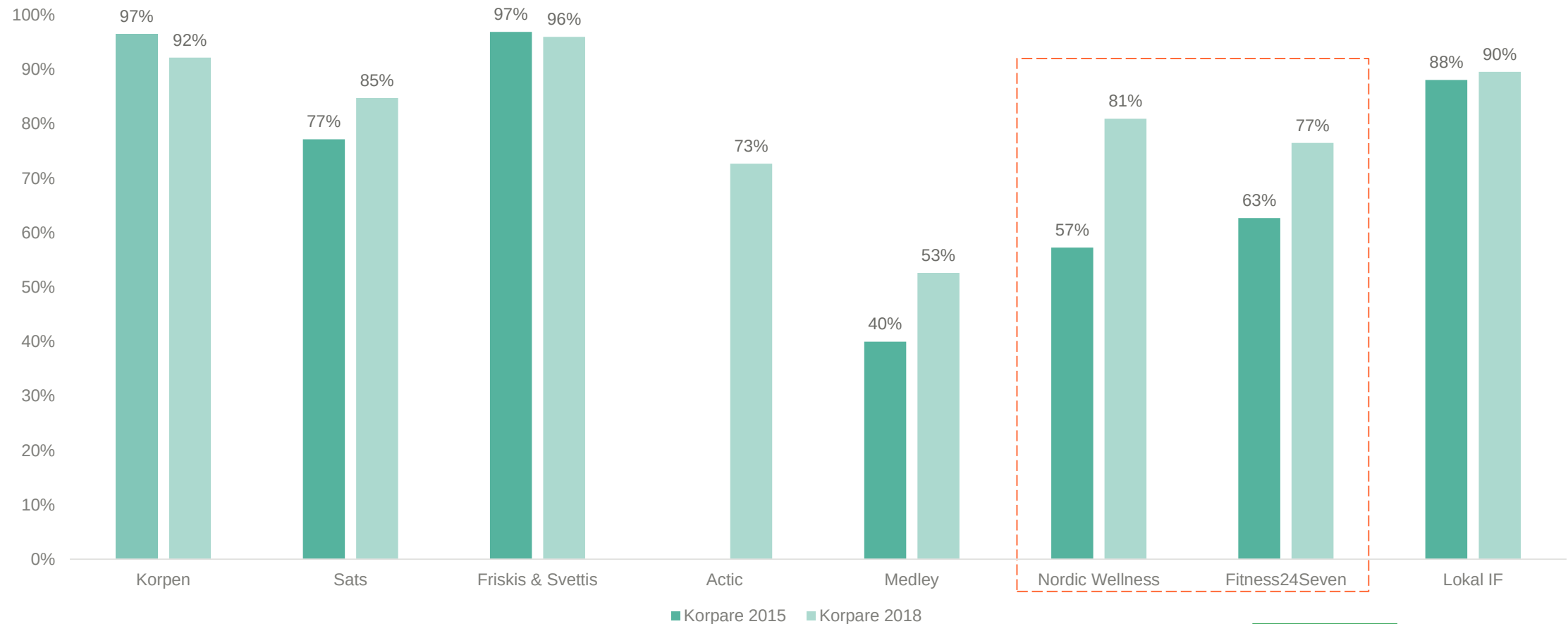
Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip



Nepa

Bland Korpare är kännedomen såklart ännu högre – här ser man också att de nya gym-aktörerna (Nordic Wellness och Fitness 24Seven) går framåt

Överblick hjälpt kännedom



Källa: Nepa

Fråga: I vilken utsträckning känner du till följande aktörer? (svaret 2-7 på en skala 1-7)

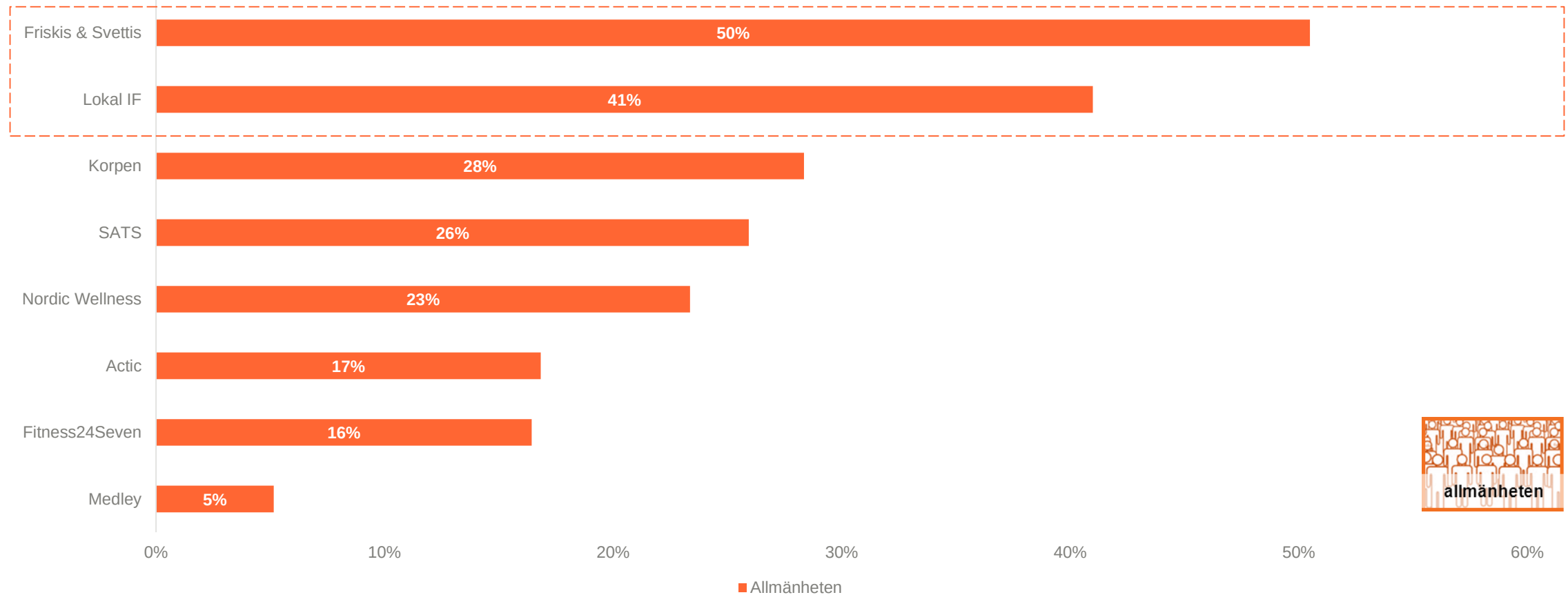
Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip



Nepa

Korpen är ett omtyckt varumärke bland allmänheten – endast Friskis & Sveltis och Lokala IF är mer omtyckt än Korpen

Positiv inställning - allmänheten



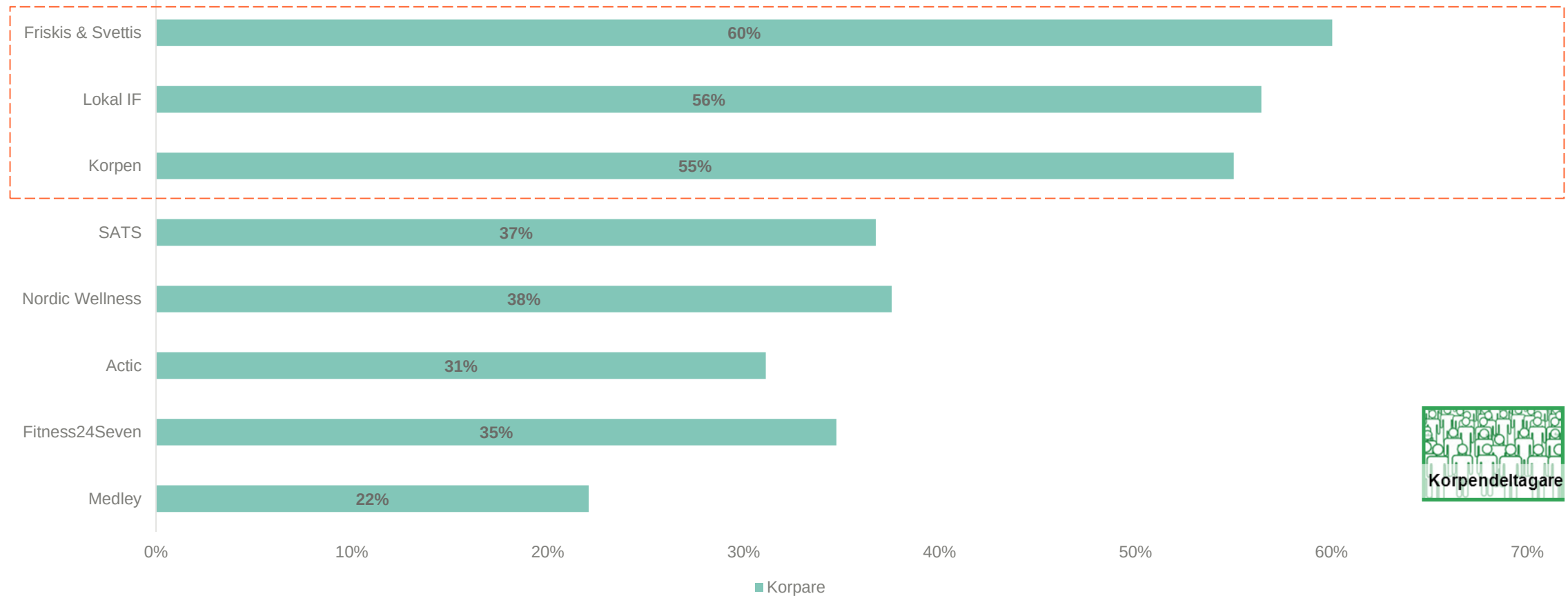
Källa: Nepa

Fråga: Vad är din allmänna inställning till följande aktörer? (Svarat 5-7 på skala 1-7)

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Bland Korpare är Korpen nästan lika väl omtyckt som Friskis & Sveltis samt Lokala IF

Positiv inställning - Korpare



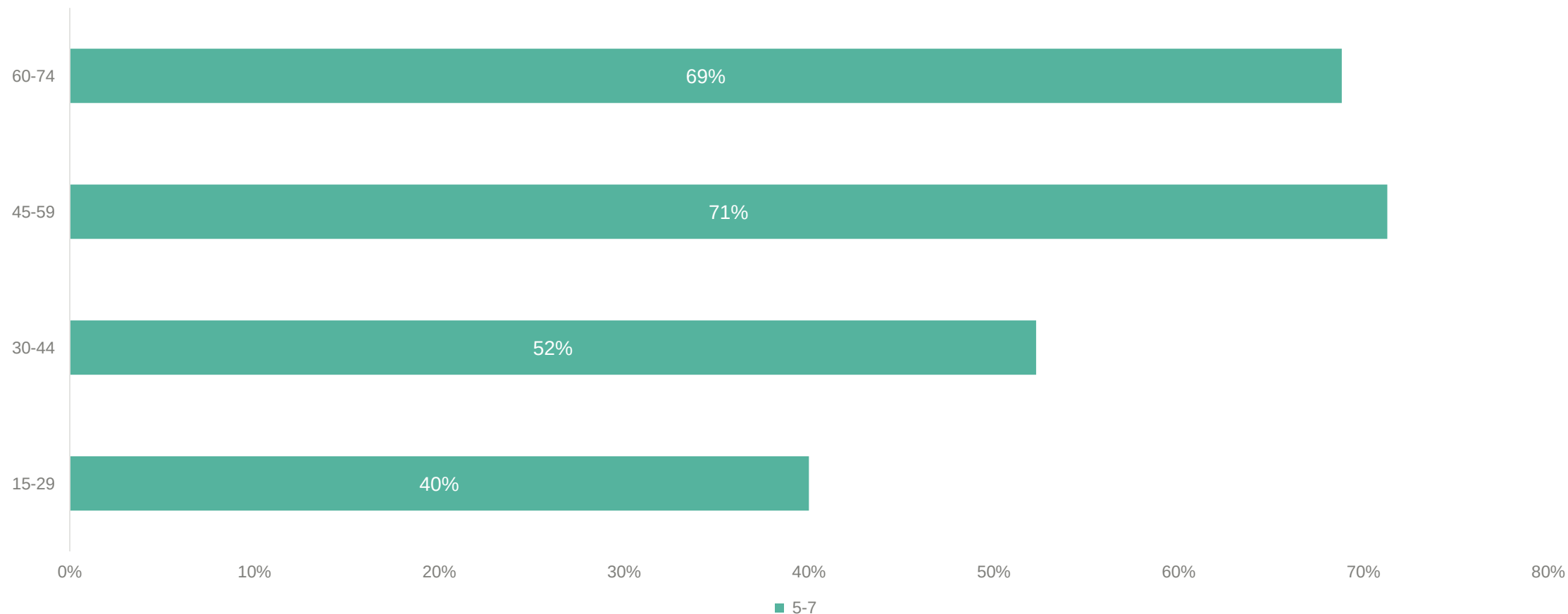
Källa: Nepa

Fråga: Vad är din allmänna inställning till följande aktörer? (Svarat 5-7 på skala 1-7)

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Det är dock stor skillnad i inställning mellan åldrarna - de yngre har inte samma positiva relation till Korpen som de äldre

Positiv inställning – uppdelad på åldersgrupper



Källa: Nepa

Fråga: Vad är din allmänna inställning till följande aktörer? (Svarat 5-7 på skala 1-7)

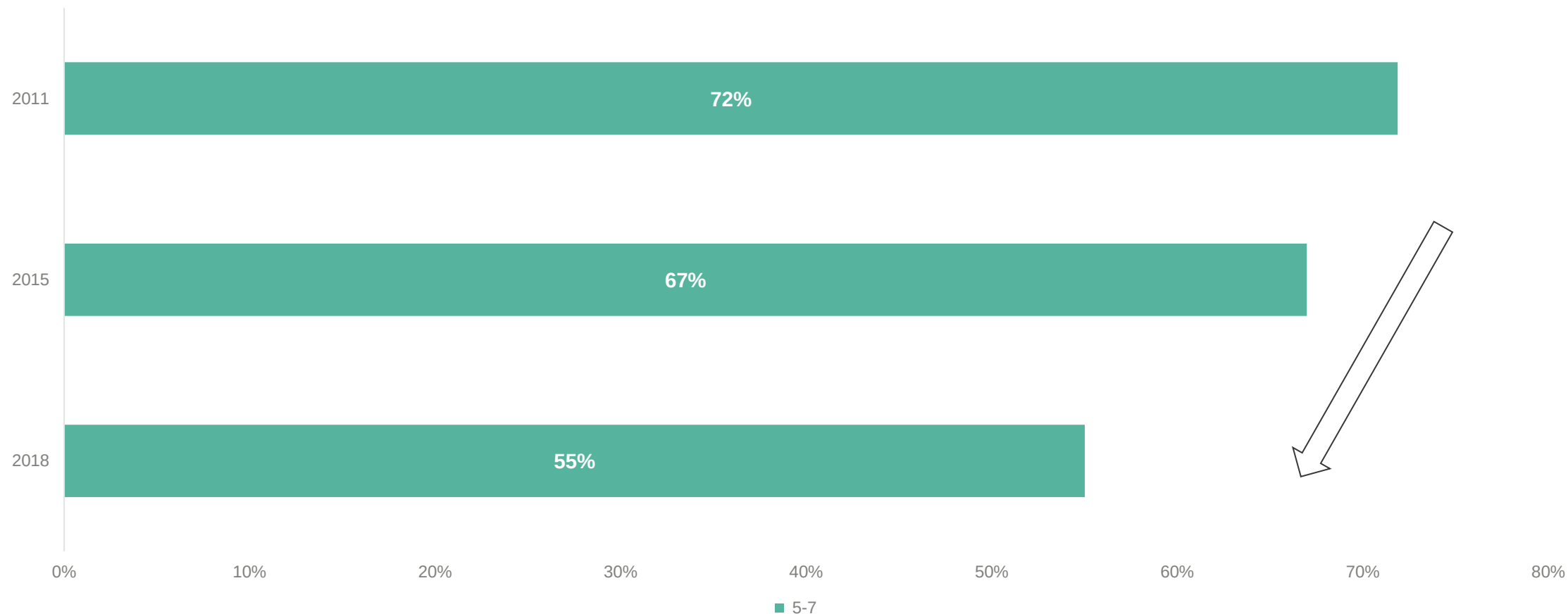
Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip



Nepa

... Eftersom vi har fått in fler yngre in i Korpen innebär det att den positiva inställningen till Korpen bland utövarna har minskat de senaste åren

Positiv inställning - Korpare



Källa: Nepa

Fråga: Vad är din allmänna inställning till följande aktörer? (Svarat 5-7 på skala 1-7)

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

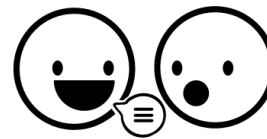


Nepa

Korpens satsning på ungdomar ställer högre krav på verksamheten

Yngre har:

1. En mer neutral inställning till Korpen
2. Lägre rekommendationsbenägenhet



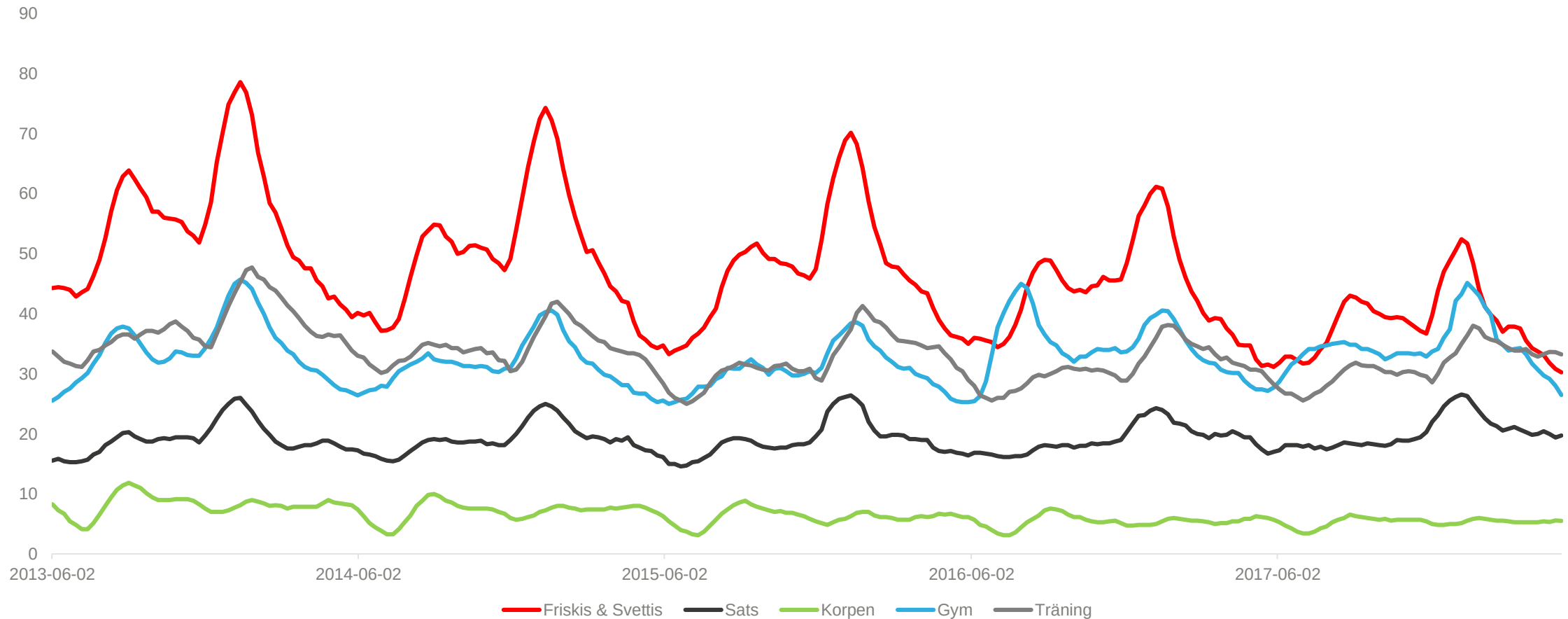
Ungdomar

Hur får vi ungdomarna att känna lika starkt för Korpen?

Korpens unika position

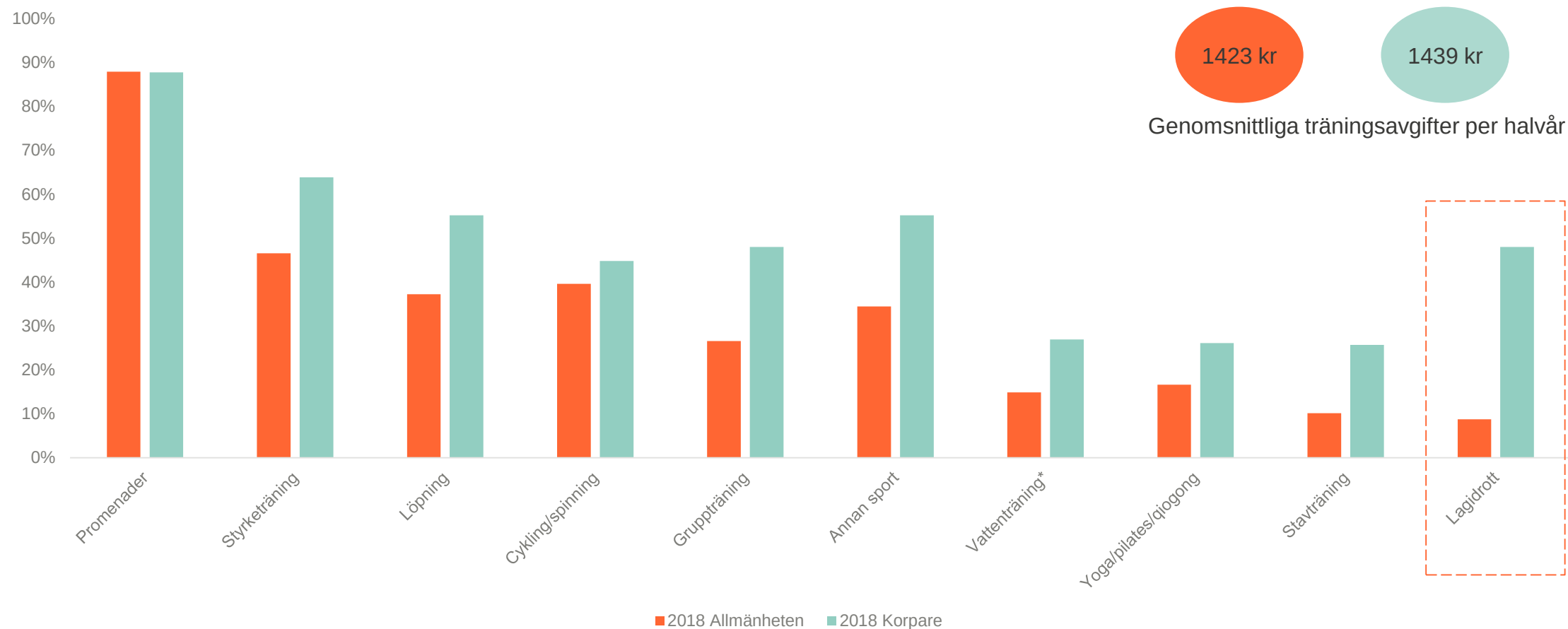
Stort intresse för träning och motion - Korpen har en särställning med ett annorlunda sökmönster – men hur höjer vi oss till de andra aktörernas nivå?

Överblick söktrender Google, 2013-2018



Källa: Google Trends

Korpare tränar mer än allmänheten – de spelar framförallt mer lagidrott - men spenderar ungefär lika mycket pengar på träning som allmänheten



Källa: Nepa

Fråga: Hur ofta utför du något av följande? Ungefär hur mycket betalar du totalt per halvår (termin) i avgifter till aktörer som erbjuder motion och träning? – De som spenderar 0 SEK är borttagna

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Fotboll är fortfarande det som Korpen spontant förknippas med – men **gemenskap** är också väldigt starkt förknippat med Korpen



Och när vi frågar specifikt efter värderingar är **Gemenskap** utan tvekan den starkaste värderingen – både bland Korpare & allmänheten



Gemenskap



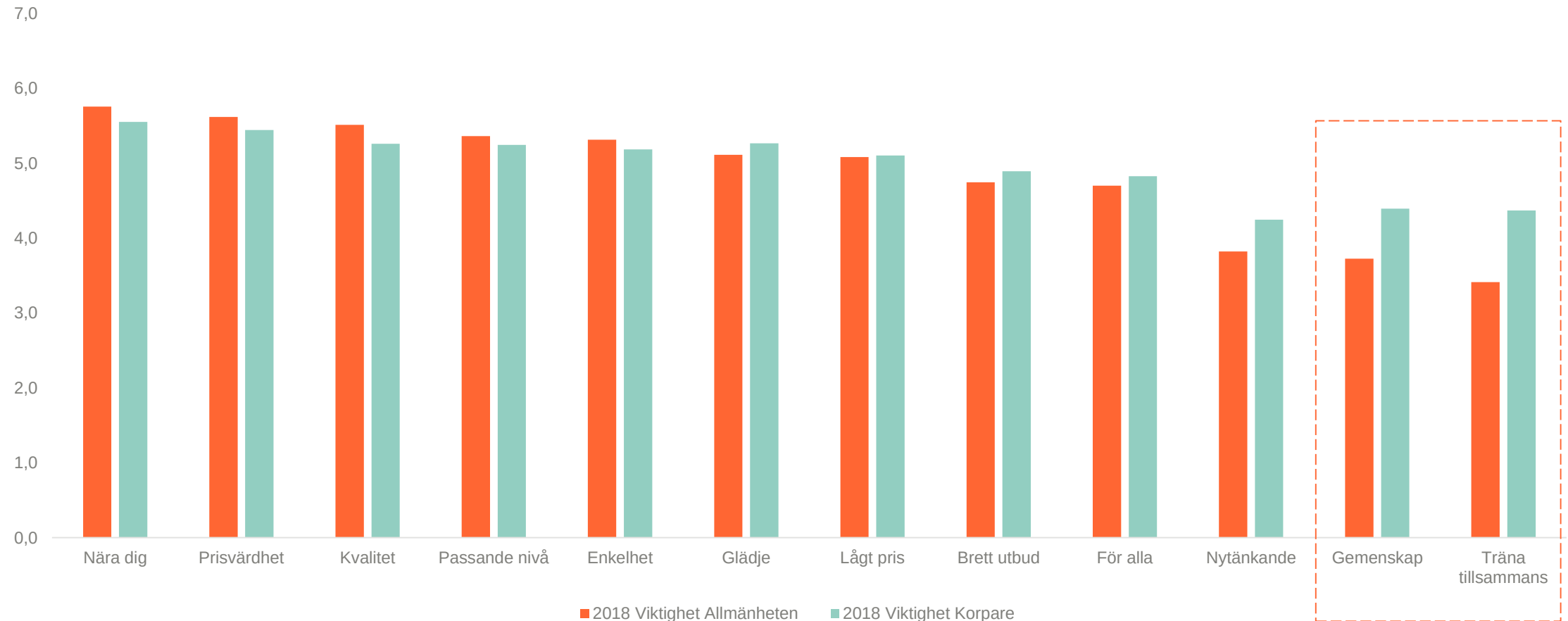
Källa: Nepa

Fråga: Vilka värderingar tycker du att Korpen står för?

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Korpare är mer intresserade av **gemenskap** och att **träna tillsammans** än allmänheten – det särskiljer oss! Hur får vi de utanför att vilja vara med?

Överblick attribut- viktighet



Källa: Nepa

Fråga: Hur viktigt är följande för dig när du ska välja en aktör som erbjuder motion och träning?

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Korpens varumärkesposition jämfört med konkurrenterna

Jämförelse med Friskis & Svettis, SATS samt Lokala IF

KORPEN

+

Träna tillsammans

Lågt pris

Gemenskap

=

Glädje

För alla

Enkelhet

-

Kvalitet

Nytänkande

Brett utbud

Källa: Nepa

Fråga: I vilken utsträckning tycker du att följande aktörer står för XXX?

Korpendeltagare: 498 ip; Allmänheten: 505 ip

Korpens varumärke är starkt! Korpen är Gemenskap och Träna tillsammans!



KORPEN



Individer som vill träna tillsammans med andra finns i alla samhällsgrupper



Ungdomar



Barn



Pensionärer



Studenter



Mitt i livet



Med flera...

Vi är till för dem! Dock måste vi kunna anpassa vårt erbjudande & vår kommunikation för att bli relevanta i respektive grupp. Men för att vi ska bli starka tillsammans måste kärnan i varumärket fortfarande vara densamma!



Tack!

anna.widler@nepa.com

0703-700 740