

Winning with a premium brand

rexroth
A Bosch Company



true service
strategie | innovatie | marketing

Anthony v.d. Wiel



- Technische Bedrijfskunde TU/e (Master)
- Commercieel manager / directeur
→ o.a. DAF, Power Packer, Ricoh, Randstad
- Adviseur / business coach
→ Strategie, innovatie mgt., marketing & verkoop
- Opleidingsmanager Technische Bedrijfskunde
- Eigenaar True Service BV

1.

Merkwaarde

Wat is dat?
De voordelen!

2.

Merkassociatie

Wat vindt de klant
(denkt U)?

3.

Meerwaarde

Hoe kunnen we
samen meerwaarde
creëren met het merk?

De merkwaarden van Bosch & Rexroth

Merkwaarde van Bosch

- Nr. 86 in de top 500 wereldwijd
 - AA+ brand rating
 - \$ 19.600 miljoen
- (bron: brand finance jan 2020)



BOSCH

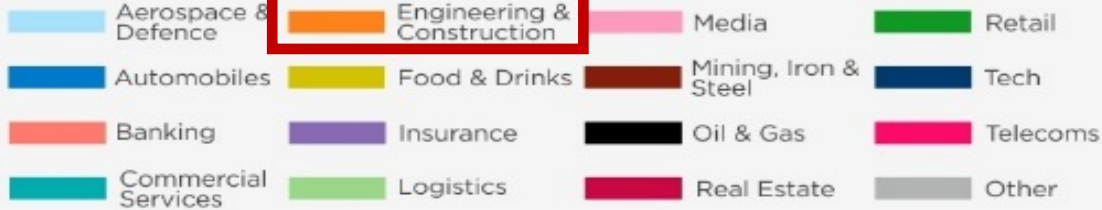
Parkhaus

- Nr. 9 in de top 100 Duitsland
- (bron: Kantar.com 2020)

The Top 100 Most Valuable Brands in 2020

Companies by Brand Valuation Around the World

Industry



Brand Value (\$)



Europe



€ 19,6B

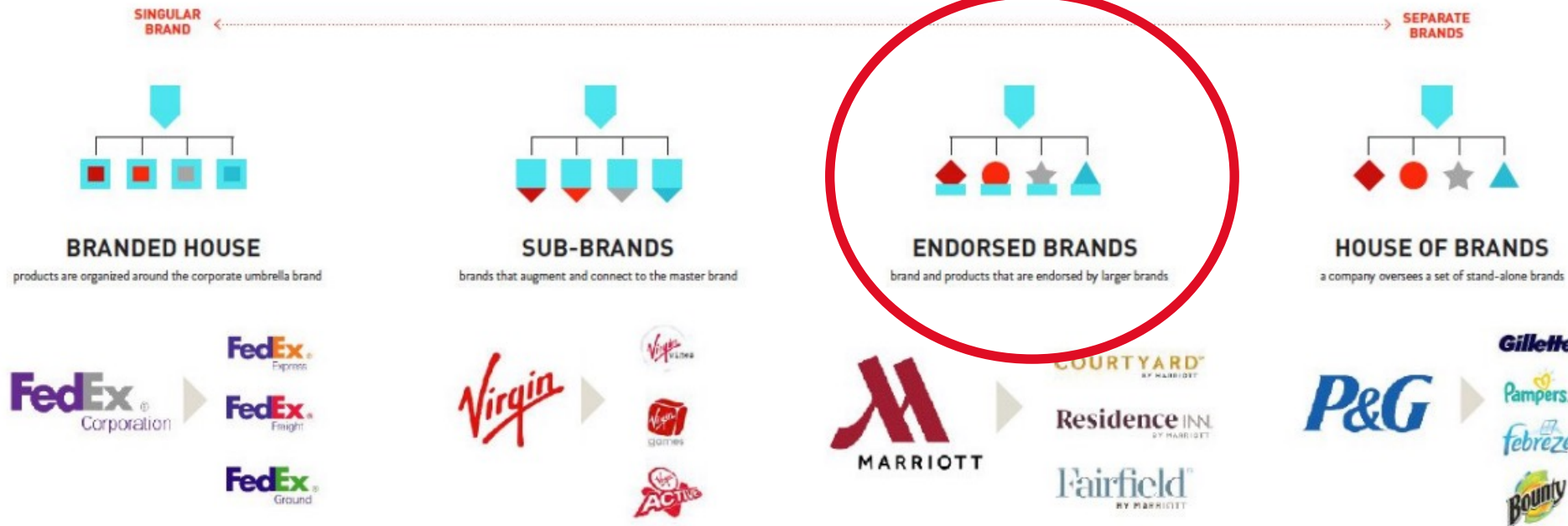


Bosch 👍 ! en Rexroth dan?

Bosch is het fundament onder de merkwaarde van Rexroth



Klanten nemen dit mee in de merkbeleving



Rexroth 👍 ! En de CE-partners dan?



Verlengde
merk-
bekrachtiging

(extended brand endorsement)



→ corporate brand endorsement
(= merkbekrachtiging)

→ Partner brand endorsement
(= merkbekrachtiging)

Klanten nemen dit mee
in de beleving van
Uw merk



1.

Merkwaarde

Wat is dat?
De voordelen!

2.

Merkassociatie

Wat vindt de klant
(denkt U)?

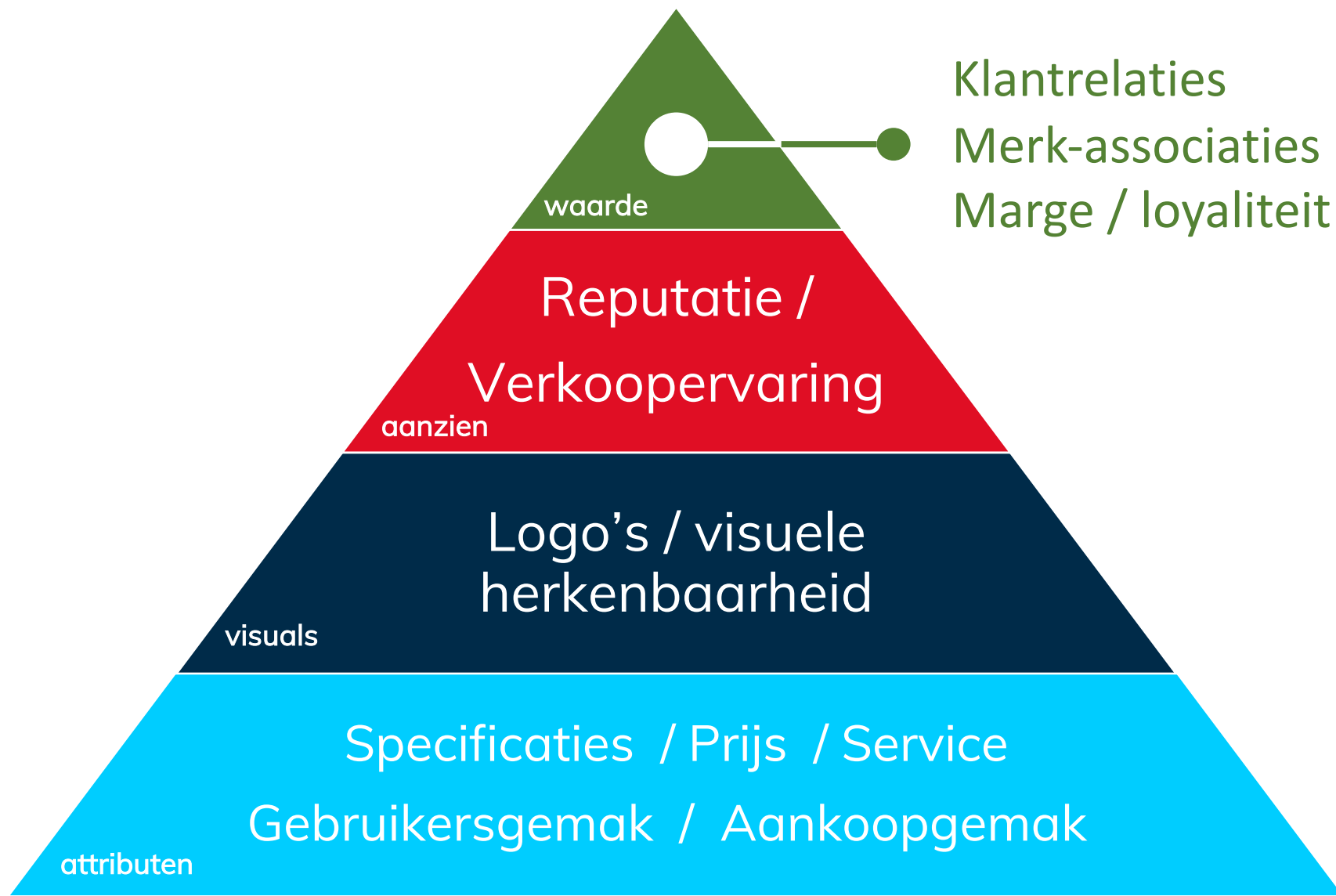
3.

Meerwaarde

Hoe kunnen we
samen meerwaarde
creëren met het merk?

De merkwaarden van Rexroth

Dragers van merkwaarde



Voordelen van merkwaarde

- Merkloyaliteit bepaalt 70% van de aankopen
- Klanten zijn bereid gemiddeld 20% meer te betalen
- Klanten geven sneller een 2^{de} kans
- Trotse medewerkers
- Onderscheidend vermogen, meer omzet en groei
- Kruisbestuiving: opwaarderen van andere merken
(brand endorsement)

Voordelen van merkwaarde

Een merk is een emotionele voorkeur gebaseerd op onbewuste associaties in ons brein, ook bij zakelijke (B2B) klanten

In een B2B omgeving wordt 40% van het langdurig succes bepaald door de merkwaarde van een bedrijf.

Onderzoek Tom Dolkens Nijenrode Business Universiteit, jan 2020

1.

Merkwaarde

Wat is dat?
De voordelen!

2.

Merkassociatie

Wat vindt de klant
(denkt U)?

3.

Meerwaarde

Hoe kunnen we
samen meerwaarde
creëren met het merk?

De merkwaarden van Rexroth

Ronde 1 & 2


levertijden

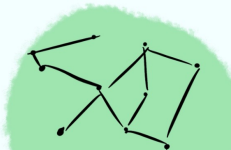

Merk


kwaliteit


kennis


betrouwbaarheid


prijs


netwerk


service


kwaliteit


naam


organisatie

rexroth
A Bosch Company

rexroth
A Bosch Company

 **true service**
strategie | innovatie | marketing

Merkwaarden volgens Rolf Najork (CEO BR)

The branding is an important message to the outside world that shows: Bosch Rexroth successfully follows its path into the future, to a new era. This is also visually supporting our **new product strategy**: The trend goes **from components to solutions**. These solutions are **more and more digital and connected**. The new brand image fits perfectly to this theme world and moreover we can use it to show movements generated by Rexroth solutions in digital media.

The **new brand "Rexroth" with the endorsement "A Bosch Company"** shows our customers, suppliers and competitors that we **are part of a large group, and yet we act independently**. We keep moving forward and **focus on future demands**.

That means our customers benefit from **pioneering solutions and manufacturing equipment** that is **safe, efficient, intelligent and powerful**.

Creating movement is our driving force. We want to **help our customers to become winners**. It's a promise that tightly binds what we do to what we deliver to our customers: **"WE MOVE. YOU WIN."**

1.

Merkwaarde

Wat is dat?
De voordelen!

2.

Merkassociatie

Wat vindt de klant
(denkt U)?

3.

Meerwaarde

Hoe kunnen we
samen meerwaarde
creëren met het merk?

De merkwaarden van Rexroth

Kernvraag:

Hoe kunnen we gezamenlijke
meerwaarde creëren door de
merkwaarde van Rexroth
maximaal te benutten?

rexroth
A Bosch Company

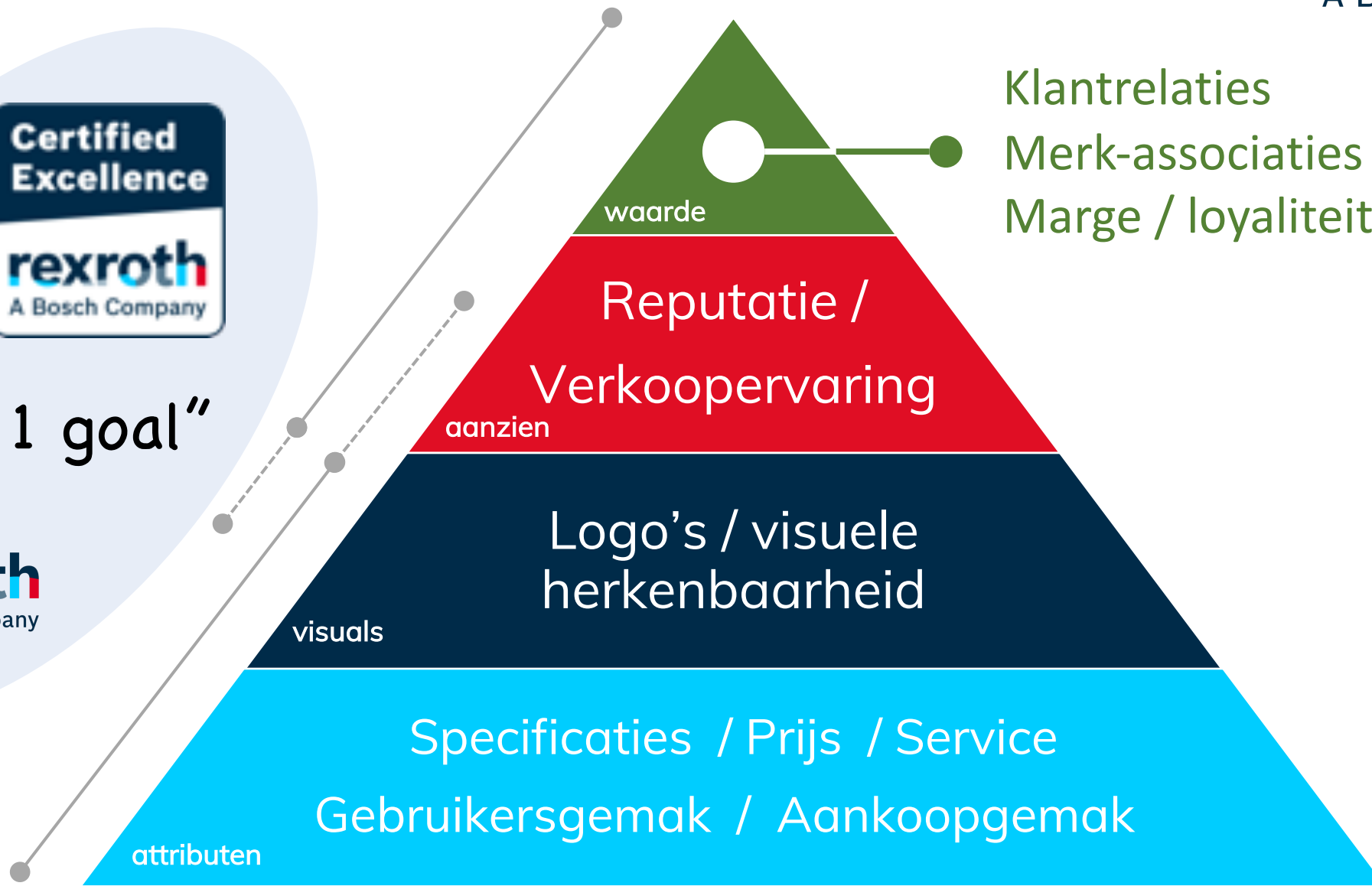


rexroth
A Bosch Company

Bijdragen aan merkwaarde & marktwaarde



"1 team, 1 goal"



Hoe creëren we gezamenlijke meerwaarde *'How to win with a premium brand'*

De top 5, genoemd in de in de break-out sessies:

1. Gezamenlijke marketing (ook op social media)
2. Bouwen en delen van show cases
3. Meer / beter samenwerken (samen naar de klant en samenwerking tussen partners)
4. Levertijden verbeteren
5. Product portfolio standaardiseren & communiceren

Take control:
Start winning with a premium brand

If you don't give the
market the story to talk
about, they'll define your
brand's story for you

David Brier

Doel van de workshops

Elkaar inspireren hoe we gezamenlijk,
voor alle partijen, meerwaarde kunnen
creëren in de markt met het merk
'Rexroth'

(en elkaar een beetje beter leren kennen)

WE MOVE – WE WIN

(geïnspireerd op we move-you win)



Dank voor uw aandacht en inzet



Anthony van de Wiel
True Service
06-20540015
Anthony@trueservice.nl