

GAP-wijzer matrix

Omcirkel in elke rij de omschrijving die het best past. Verbind de cirkels. Zo ontstaat een 'snake-diagram'.

| Sentiment over het Merk bij de Ontvanger: | - (Negatief) | - -> 0 (Aan het verbeteren) | 0 (Neutraal) | 0 -> + (Goed aan het worden) | + (Positief) |
|--|--|--|--|--|--|
| Betrokkenheid van de Ontvanger bij het Merk: | - Negatieve betrokkenheid. | - Lage betrokkenheid | - Geen sterke voorkeur | - Hoge betrokkenheid | - Positieve betrokkenheid. |
| Gevoels-waarde over het Merk bij de Ontvanger: | - Must - Need - Noodzakelijk kwaad | - Gevoelig voor negatief sentiment. | - Niet leuk. | - Leuk | - Lust - Want - Genotsmiddel |
| Voordeel van het Merk voor de Ontvanger: | - Vooral nadelen, geen voordelen | - Schade beperken - Besparen - Bezuinigen | - Geen echte voordelen | - Beter dan eerst | - Genieten |
| Wat de Ontvanger wil met de relatie met het merk: | - Inwisselen voor ander merk | - Inwisselen bij redelijk aanbod van ander merk | - Geen voorkeur voor een merk | - Voorkeur voor merk | - Heeft er veel voor over om relatie te behouden |
| Wat de Zender benadrukt in de Boodschap over het Merk: | - Geen boodschap: doodzwijgen | - Vermijden van problemen - Oplossen van problemen | - (Positieve) feiten | - Image - Lifesyle - Waarden - Leven veraangenamen. - Wat het merk relevant maakt voor de ontvanger - Probeer dit merk een keer | - Verhaal rondom het product - Het 'Waarom' achter het merk - Wat het merk relevant maakt voor de maatschappij |
| Woorden die passen bij het Merk: | - Transactionele relatie - Beheerst | - Inspelen op linker hersenhelft - Rationeel - Cognitief - Kennis - Lineair denken | - Grijs gebied. - Stuck in the middle | - Inspelen op rechterhershelft - Emotioneel - Affectief - Gevoel - Holistisch denken - Visueel | - Emotionele relatie - Passie |
| Instrumenten die het Merk gebruikt om de relatie met de Ontvanger te verbeteren: | - Prijs | - Product | - Plaats | - Promotie(Promotion: lokt beweging uit) | - Storytelling |
| Globaal advies: | Gevaren zone | Informatiepositionering | Oppassen | Transformationele positionering | Blijven werken |