

Hvem er dit Perfekte Match?

Mere end 1,5 mia. mennesker er i dag forbundet via sociale og mobile platforme. Mange af os tager det måske for givet, men det danner grundlaget for et fundamental skift i den måde, folk skaber, forbruger og deler. I denne ny forbundne verden med større kompleksitet, hvor bevidste forbrugere stiller kravene og sætter dagsordenen, skal relationer være meningsfulde.

Hos Havas ser vi en stigende interesse i partnerskaber på tværs af brands - og partnerskaberne bliver af tættere og tættere karakter. Partnerskaber er særligt gode til at skabe mening og relationer ved at sætte brands ind i kontekster, der er relevante for brugerne. Partnerskaber åbner muligheder for at få adgang til nye markeder, udvide kundebase, skabe nye idéer, indsigter, færdigheder og innovationsmuligheder. Men hvordan identificerer man lige hvilken partner, der er ideel for ens brand og forretningsmål?

Vi har spurgt lige knap 12.000 personer i Danmark om, hvilke personlighedstræk de forbinder med 150 forskellige brands, fordelt i 15 brancher. Ud fra resultaterne har vi bygget Perfect Match® - et datadrevet værktøj, der kan identificere relevante partnere baseret på deres brand-DNA. Værktøjet kan vise, hvilke brands der deler eller supplerer dit brands personlighed og vil kunne bidrage til forretningsudvikling på en række KPI'er.

Undersøgelsen viser, at brancher med brands, der bliver opfattet som *unikke* også scorer godt på mange af de andre positive personlighedstræk, som *Intelligent*, *Innovativ*, *Cool* og *Energisk*. Her udmærker blandt andet rejsebranchen sig. Men partnerskaber er meget mere end tal og KPI'er. For at kunne skabe et succesfuldt partnerskab, må man også medregne sine egne målsætninger, værdier og ikke mindst finde ud af, om der er kemi mellem partnerne.

Først må man gøre sit forarbejde og lære sin partner at kende, inden man forhastet kaster sig ud i et forhold. Det er okay at date. Når man er afklaret omkring sit valg, er man klar til at indgå en aftale om at opnå et fælles mål. Så skal ressourcerne tilpasses og vigtigst af alt, skal man huske at kommunikere med sin partner. Når alt dette er på plads, er man klar til at eksekvere og ikke mindst dokumentere effekterne af sit partnerskab.

Hos Havas er vi ikke i tvivl! Der er store fordele at opnå gennem partnerskaber, hvis man kan finde sit *Perfekte Match*.

Ønsker du at vide mere om Perfect Match® og partnerskaber, er du velkommen til at kontakte Consumer Insight Manager, Rikke Søndergaard, på rikke.sondergaard@havas.com.