

de MERKCOMMISSARISSEN® over Innovaties van merken (10/2017)

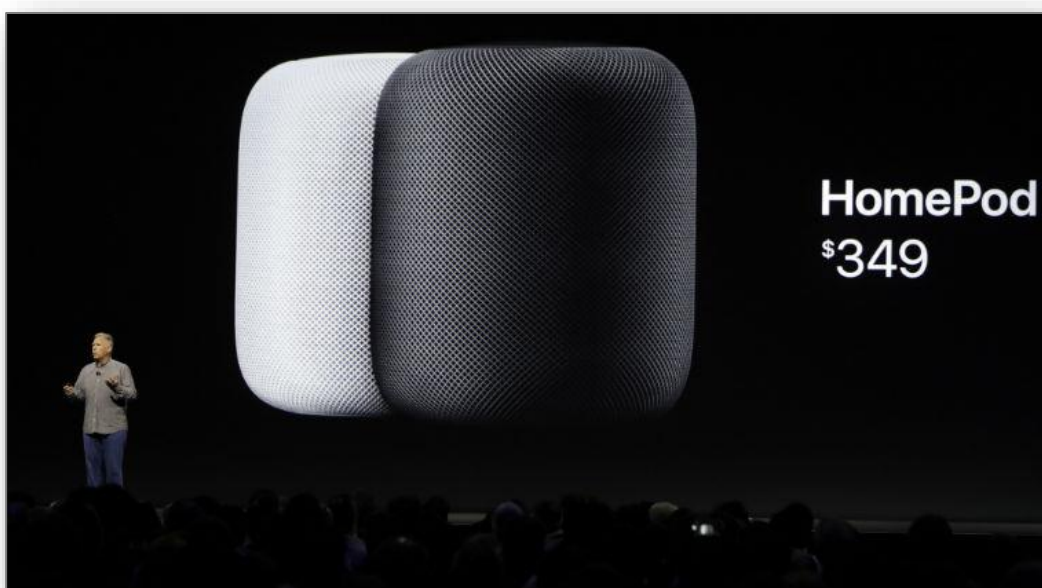
Merkcommissarissen Leo van Sister en Goos Eilander zijn gepokt en gemazeld, laten graag merken groeien, maar kijken er tegelijk ook kritisch naar. Is de merkkracht nog voldoende aanwezig, klopt de merkpositionering nog wel en hoe is het gesteld met de innovatiekracht van het merk. De Merkcommissarissen gebruiken daarvoor een eigen ontwikkeld **analysemodel** en laten je iedere meekijken naar een merk wat getoetst

The battle of the smart speakers

APPLE – HomePod, the new sound of home

APPLE-website: “HomePod is a powerful speaker that sounds amazing, adapts to wherever it’s playing, and together with Apple Music, gives you instant access to one of the world’s largest music catalogs. And with the intelligence of Siri, you control it through natural voice interaction. - **HomePod takes the listening experience to a whole new level.** And that’s just the beginning”.

Het heeft even geduurd, maar zoals we gewend zijn van de slimmerikken en designers in Cupertino komt er dan ook meteen wel iets moois. De HomePod is fraai vormgegeven en is technisch op een hoog niveau uitgevoerd en heeft een spraakassistent.



No branding? Zeker een mooi product van een succesvolle fabrikant. APPLE voelt zich blijkbaar sterk genoeg om de HomePod zelf geen merk- of productbranding mee te geven, wel zijn eigen vormgeving.

Siri, jouw persoonlijke spraak assistent

Door *hey Siri* tegen het apparaat te zeggen wordt de assistent actief en kan dan je muziekvoorkeuren instellen, maar ook bijvoorbeeld weerberichten en sportuitslagen opvragen. Dankzij de sensoren regelt Siri het juiste geluidsvolume per kamer. Zelfs is het mogelijk om met de HomePod andere slimme apparaten in huis te bedienen. Dus is het meteen een stap in de wereld van Domotica.



Een fraai staaltje techniek

Voorlopig alleen in Amerika, UK en Australië te koop

Wat we ook gewend zijn van Apple, is dat zij eerst alleen in Amerika introduceren en pas later in Europa. De timing is best slim, met de luxe feestdagen voor de deur. De verkoopprijs van 349 dollar is vrij stevig, maar zal voor de vele fans van Apple zeker geen probleem zijn. Wel verwonderlijk is het dat Apple de UK belangrijk genoeg vindt voor de eerste launch en de rest van Europa nog niet.

Reactie concurrentie in de maak

Apple gaat hiermee de concurrentie aan met de slimme speakers van **Google**, **Amazon** en de in Europa succesvolle **Sonos**. Sonos is dit keer vrij laat en komt op 4 oktober pas met hun slimme speaker, ongetwijfeld ook weer een fraai product. Hun reactie zal ongetwijfeld veel reclame zijn.



Google Home 129 dollar



Amazon Echo 150 dollar



Sonos Smartdollar

APPLE - HOMEPOD
the new sound of home



Innovatie BLOG
okt-17

Oordeel: Toelichting op oordeel

Oordeel criteria:

Strategisch

Mate van uniekheid
Begrijpelijke positionering
Helderheid propositie
Marktpotentie
Marketleader of Follower

+ | - Niet de eerste smart speaker, wel een technisch slimmere
++ De merkbelofte "think different" komt hier naar voren
++ De HomePod neemt je voorkeuren op en voert die slim uit, jouw gemak staat centraal
+++ APPLE kent een hele grote groep fans, loyale kopers van APPLE's producten
+ | - Beiden, eerst de markt volgen, innoveren en daarna gaan leiden

Marketing & Sales

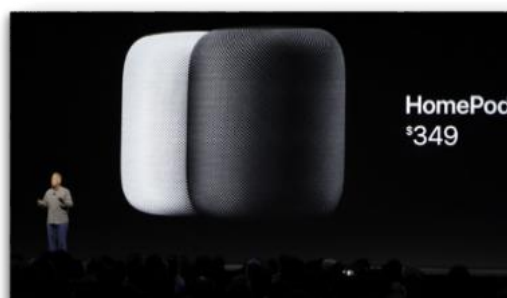
Customer need leading
Merkbeeld/merkdesign
Doelgroep als ambassadeur
Heldere doelgroep
Prijsstelling
Distributie goed geregeld

++ De consument krijgt veel gemak en vindt dat prettig
+ | - geen zichtbare branding, wel enige eigenheid in vormgeving
+++ De beste fans, ambassadeurs die je als merk kunt hebben
++ Wat Apple betreft ongeveer iedereen
+ De prijs die je verwacht bij design & kwaliteit
+++ Naast de talloze eigen stores kent Apple vele resellers en internet warenhuizen

Organisatie

Bereid om te investeren
Past bij kerncompetentie bedrijf
Innovatie slagkracht
Innovatiekracht (reputatie)

+ Niet al te veel in reclame, wel in PR
+++ APPLE heeft is core om de machine, het gadget, in dienst van de mens te stellen
+ De slagkracht van innovaties is nog wel vrij goed, maar het innovatie proces duurt lang
+ Was altijd een super innovator, een echte gamechanger, maar dat loopt terug



Leo van Sister & Goos Eilander

de Merkcommissarissen® | **haal méér uit je merk!**



Merkcommissarissen begeleiden en ondersteunen organisaties, overheden, managers en directies in verschillende sectoren. Zij zijn gespecialiseerd in branding-, positionerings- en strategie vraagstukken en geven daarnaast support bij het implementeren van strategie. Ook organiseren de Merkcommissarissen **Trend- en Inspiratiereizen voor professionals en organisaties.** (De Merkcommissarissen24, Retail Shock, TALENTBoost).

Marketing en Branding adviesbureau

Baliemolenerf 23 | 2807 DH Gouda | M: (+)31 (0)6 551 21 575 – M: (+)31 (0)6 533 82 933

E: leovansister@demerkcommissarissen.nl

E: gooseilander@demerkcommissarissen.nl

Website: www.demerkcommissarissen.nl

de Merkcommissarissen© | **Haal méér uit je merk!**