

BRANDING VRAGENLIJST



Hallo, fijn dat je dit even doorneemt.

Branding is zonder twijfel één van de belangrijkste onderdelen van je bedrijf. Goede branding onderscheidt je van de rest, vertelt het unieke verhaal van je merk, het helpt je je ideale klant aan te trekken, en blijft trouw aan wie je bent.

Of je nu een nieuw bedrijf start of gewoon je bestaand bedrijf moet verduidelijken, dit werkblad helpt je de eerste stappen te zetten om een effectieve merkstrategie te ontwikkelen.

Ik moedig je aan om je pen en notitieboek te nemen of dit werkblad af te drukken en wat tijd te besteden aan het beantwoorden van alle vragen.

Een sterke merkidentiteit begint met weten
wie je bent.

Wie ben je

Authenticiteit is een magneet en niets trekt je ideale klant zo goed aan als weten wie je bent. Laten we beginnen.

WAAROM BEN JE BEGONNEN MET JE BEDRIJF?

WAT DOE JE HET LIEFSTE BINNEN JE BEDRIJF?

WAT MAAKT JE BEDRIJF UNIEK?

WAT MAAKT JOU UNIEK ?

WIE IS JE DOELGROEP EN HOE WIL JE DAT DEZE DOELGROEP JE GAAT ZIEN?

Merkwoorden

Omcirkel degenen die zich identificeren met je merk.

AVONTUURLIJK ARTISTIEK ATLETISCH AUTHENTIEK ADEMBENEMENDE
 KALM GEVEN TOEVALLIG CHARMANT CHIC KLASSIEK CLEVER
 SAMENWERKEND KLEURRIJK COMFORTABEL CONSERVATIVE HELDER
 HEDENDAAGS EXTRA COOL CREATIVE PERSOONLIJK GEDURFD DGEVOELIG
 AANGEDREVEN GEDETAILLEERD DRAMATISCH DROOG DYNAMICH
 EXCENTRISCH EFFICIENT ELEGANT ENERGIEK UITSTEKEND OPWEKKEN
 EXUBERANT GEWELDIG FAMILIAR LUIM MODIEUS FEESTRIJK FLIRTERIG
 FORMEEL VERS VRIENDSCHAPPELIJK FUN FUNCTIONEEL FUTURISTISCH
 GLAMOROUS BEVALLIG HIP HISTORISCH EERVOL INDRUKWEKKEND
 INDUSTRIEEL INFORMEEL INNOVATIEF INTENS UITNODIGEND ONDER-
 HOUDSARM WEELDERIG MAJESTUEUS MODERN NATUURLIJK NAUTISCH
 LAWAAIERIG NO-nONSENSE NOSTALGISCH NIEUW ORGANISCH SPEELS
 AANGENAAM KRACHTIG PROFESSIONEEL REBELS BETROUWBAAR RETRO
 REVOLUTIONAIR ROMANTICSH ROYAAL ZEKERHEID SERIEUS EERLIJK SLIM
 VERFIJND STABIEL OPVALLEND STERK PRACHTIG STIJLVOL STRAK
 RUSTGEVEND UNIEK STEDELIJK VEELZIJDIG VINTAGE WILD
 JEUGDIG

Kies de 5 belangrijkste

Visualiseer je ideale klant en draag goed zorg voor hem.

Wie probeer je te bereiken

Sluit je ogen en denk aan je ideale klant.

HOE ZIEN ZE ERUIT?

WAT DOEN ZE VOOR JOB?

WAT DOEN ZE IN HUN VRIJE TIJD?

WAAR WINKELEN ZE?

HOE OUD ZIJN ZE?

WAT ZIJN JULLIE RAAKVLAKKEN?

Ga nu nog verder:

Geef je ideale klant nu een naam en maak zijn eigen Pinterest-bord. Probeer echt in hun gedachten te kruipen en dingen vast te leggen waar ze dol op zouden zijn. (kleding, woondecoratie, activiteiten in hun vrije tijd, enz.) Wanneer je het moeilijk vindt om contact te maken met je publiek, raadpleeg dan je bord voor inspiratie.

Missie

Nu je weet wie je bent, wat je doet en voor wie je het doet, is het tijd om een missie op te stellen

Voorbeeld:

Onze missie is om schone omgeving te creëren voor schoolinstellingen en business gebouwen in de randstad. Dit doen wij door 7 dagen per week schoon te maken. Door deze unieke service zijn wij in staat om schone omgevingen te creëren, elke dag van de week. Met het oog op het milieu, is het ons streven om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Hierdoor kunnen de aanwezigen in de gebouwen in een frisse omgeving werken.

FORMULEER JOUW MISSIE

Ga voor de juiste kleuren en vormgeving, zo trek je de ideale klant aan.

HEB JE KLEURPREFERENTIES VOOR JE NIEUWE BRANDING? ZIJN ER KLEUREN DIE JE ABSOLUUT NIET WIL ?

NOEM TWEE OF DRIE MERKEN WAAR JE VAN HOUDT, EN BESCHRIJF WAAROM

GEEF 3 URL'S VAN LOGO'S OF TYPOGRAFIE DIE JE LEUK VINDT EN IN LIJN LIGGEN MET JE EIGEN MERK, LEG UIT WAAROM

HEB JE IDEEËN

ZIJN ER BESTAANDE ELEMENTEN IN JE MERK DIE JE WIL BEHOUDEN

Bedankt dat je de tijd nam om deze vragen te beantwoorden.
Een heldere visie zal het ontwerpproces veel makkelijker maken, waardoor we samen de fundering kunnen leggen
van een strategisch merk.

Je mag me dit formulier ingevuld terug bezorgen zodat we samen aan dit avontuur kunnen beginnen.

Mercedes
xxx