

## Merkscan

# Hoe merkgedreven is jouw bedrijf?

Merken zijn niet voorbehouden aan grote organisaties. Ieder bedrijf, product of dienst kan veranderen in een sterk merk. Wat hiervoor nodig is ontdek je in onze merkscan. In 6 stappen naar een sterk merk.



### Stap 1: Merkidentiteit

De merkidentiteit beschrijft wie je bent, wat je doet en welke toegevoegde waarde je hebt te bieden. Oftewel; wie ben je en welk probleem los jij op.



### Stap 2: Merkpositionering

Wat zij jouw unieke merkwaarden (functioneel, economisch en emotioneel), persoonlijkheid en unieke verkoopargumenten? Hoe ben je onderscheidend? Maak duidelijke keuzes en bepaal de essentie. Je bent er niet voor iedereen. Door een juiste positionering ontstaat er een sterkere verbinding tussen jouw merk en de doelgroep.



### Stap 3: Merkverhaal

Wat vormt de rode draad in alles wat je doet en zegt. Met een 'long idea' en een relevant merkverhaal ontstaat er een sterk en herkenbaar merk.



### Stap 4: Visuele merkidentiteit

Een consistente visuele merkidentiteit helpt bij het creëren en bewaken van een sterk imago en hogere naamsbekendheid. Met een eenduidige merkuitstraling is jouw merkfundament compleet.



### Stap 5: Marketingactieplan

Jouw doelen en doelstellingen zijn helder. Met een strategisch plan heb je inzicht in de markt en grip op je marketingactiviteiten. Je weet wie jouw buyer persona's zijn en hoe je ze kunt prikkelen en bereiken. Hierdoor maak je de juiste keuzes en besteedt je budgetten efficiënt.



### Stap 6: Mediaontwikkeling en management

Jouw strategie krijgt handen en voeten. Zichtbaar worden, zijn en blijven. In marketingcommunicatie draait het om kennis, houding en gedrag. Oftewel wat moet jouw doelgroep weten, vinden en doen met jouw merk.

