

Rendement verbeteren door middel van je merk

RICHT JE BEDRIJF MERKWAARDIG IN OP 4 PIJLERS

Op weg naar een sterk merk

Een sterk merk levert een enorme bijdrage aan de (financiële) prestaties van je onderneming. Als je streeft naar een sterk merk moet je continue monitoren of je verhaal nog waardevol is voor je doelgroep. Herkent je doelgroep je merk, weet je doelgroep welke kwaliteit het mag verwachten van je merk en wil je doelgroep zich met het merk blijven identificeren. Daarnaast moet je monitoren of je organisatorisch in staat bent om de belofte van je merk ook structureel waar te maken.

Zelf aan de slag: De vier pijlers om je merk waar te maken

Met je onderscheidend en verleidelijk merk weet je de juiste emotionele snaar te raken bij je zakelijke doelgroep en je medewerkers. Het merk wordt voor jou niet slechts een verkoop- of communicatiemiddel maar het vertrekpunt en de inspiratiebron voor alle bedrijfsactiviteiten. Door je merkgerichtheid blijf je van unieke toegevoegde waarde voor je klanten en communiceer je scherper over de meerwaarde van je product én je bedrijf.



Merkuitstraling

Als je weet wat je als merk wil uitdragen, moet je dit ook voortdurend doorvertalen in je symboliek en je communicatie. Denk aan je naam, je logo, je pay-off, je beeldtaal, je tone-of-voice, je huisstijl, etc. Zowel visueel als verbaal zorg je er zo voor dat je merk wordt opgemerkt en dat je doelgroep zich makkelijker kan identificeren met je merk. Een mooi, hip of eigentijds logo is dus niet per definitie een goed logo!

#Tip: Vraag jouw klant eens wat hij of zij ervaart bij het zien van jouw logo of pay-off. Sluit dit aan bij de beleving die je wilt creëren?



Merksturing

Gebruik je merk als vertrekpunt en kompas voor al je bedrijfsactiviteiten. Je merk stuurt naast alle marketing- en communicatieactiviteiten bijvoorbeeld ook je dienstverlening en innovatie aan.



Merkonderscheid

Als jij je ambities wilt realiseren moet je tegenwoordig onderscheidend zijn. Jouw doelgroep kiest alleen voor jou als je voor hen van unieke toegevoegde waarde bent en zij dat ook als zodanig beleven. Is jouw aanbod onderscheidend en relevant vanuit het perspectief van jouw klant? Veel bedrijven denken dat zij in hun aanbod echt onderscheidend en relevant zijn. De klant herkent dit echter niet of hecht er geen bijzondere waarde aan. Als jij je anno nu nog wil onderscheiden door het leveren van kwaliteit, heb je wellicht toch een slag in de markt gemist.

Dragen je bedrijfsstrategieën bij aan je merk? Wanneer het merk sturend is, bekrachtig je het merk op alle terreinen naar je klanten en doelgroep. Hierdoor wordt je bedrijf daadwerkelijk een merk.

#Tip: Hoe ervaart jouw klant dat jouw bedrijfsactiviteiten anders zijn dan bij anderen?



Merkorganisatie

Je medewerkers geven invulling aan je bedrijfsactiviteiten. De ontwikkeling van je organisatie (o.a. cultuur, opleidingen en leiderschap) moet haarfijn aansluiten bij de bedrijfsstrategie van je merk. Zo levert elke medewerker vanuit zijn unieke passie, kernkwaliteiten en competenties een bijzondere bijdrage.

#Tip: Welke interne doelen stel jij met je medewerkers om de externe merkdoelstellingen waar te maken?

De Merkmeetlat

Met de Merkmeetlat van Merk010 krijg je direct inzicht in je merkpotentie. Je ziet snel welke stappen je nog moet nemen om je merk te versterken. Start bij de Merkmeetlat en kies de juiste stappen op je weg naar een sterk merk!

Durf jij het aan om je bedrijf tegen de Merkmeetlat te houden?

www.demerkenkwekerij.nl

esther@demerkenkwekerij.nl

06-31917776

www.merk010.nl/merkmeetlat