

Merk-Waardig?

Klantendag Cogix | Claudia Smit | 19 mei 2021

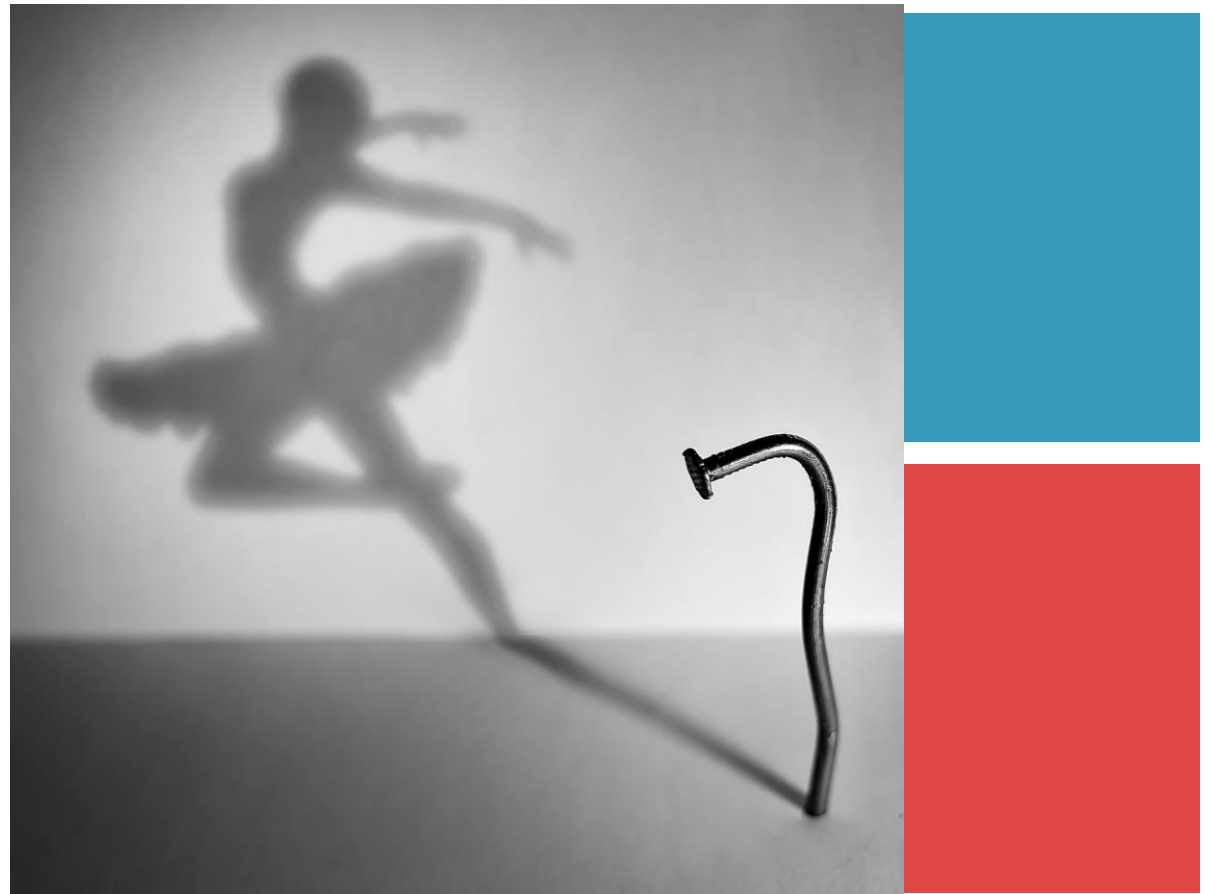
Welkom

- *Praktische punten*
 - *Iedereen is gedempt*
 - *Vragen of opmerkingen? Geef dit aan in de chat of ‘steek je hand op’*
 - *Aan het einde van de sessie ook ruimte voor vragen of discussie*
 - *Technische problemen? Laat het de moderator Wendy direct weten via de chat*



verantwoord veranderen

B&T
communicatie-
collectief



Merk-waardig

Sessie Cogix Klantendag 19 mei 2021

Heb je
vooraf al
vragen?



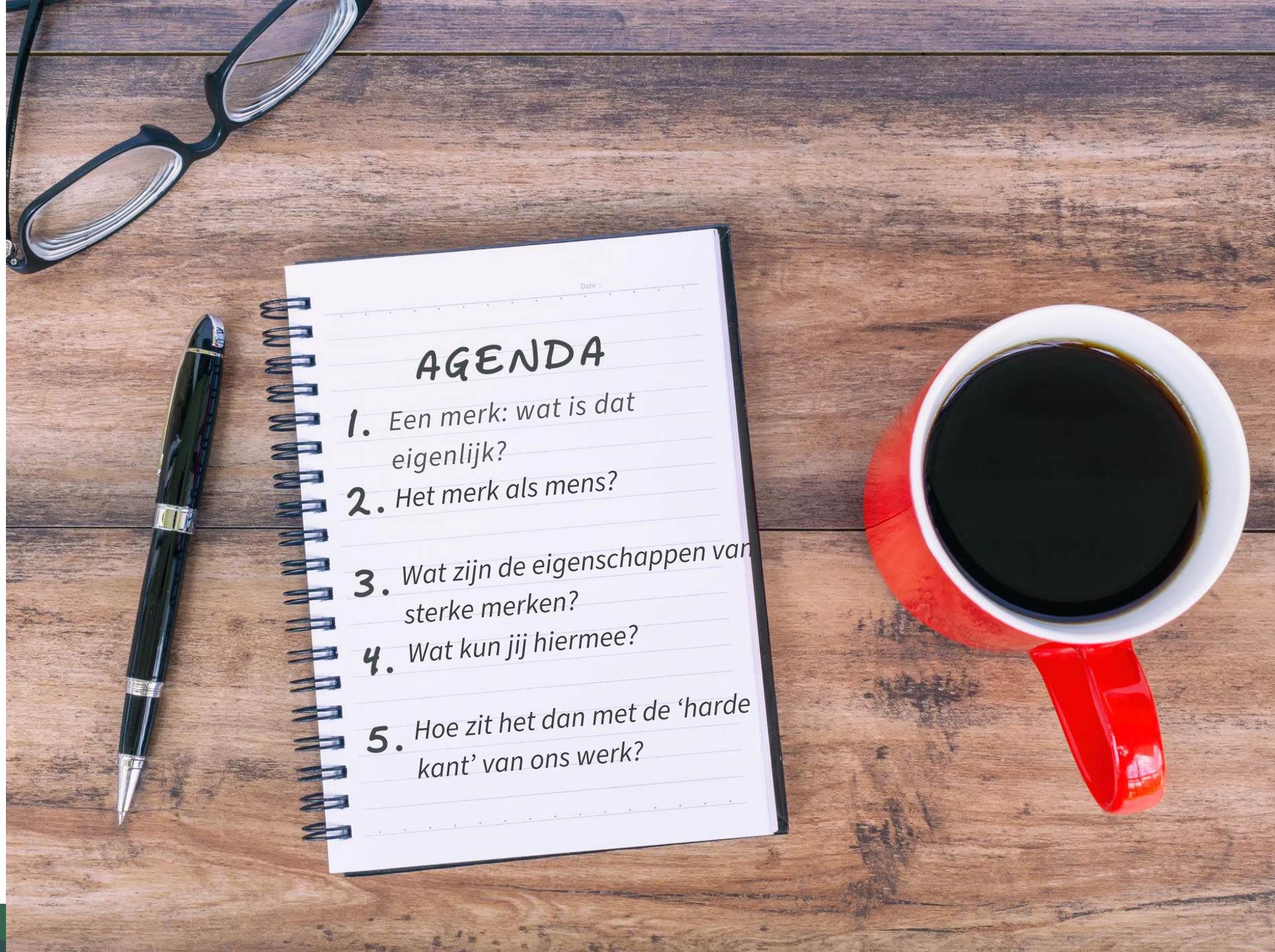
A vibrant, colorful background image showing a crowd of people at a party. The scene is filled with numerous balloons in various colors like pink, blue, yellow, and purple. In the foreground, the silhouettes of people's hands are raised, with two hands in the center forming a heart shape. The overall atmosphere is festive and celebratory.

Mijn vraag aan jou
*Wat is jouw
favoriete merk?*



AGENDA

1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
Het merk als mens?
- 2.
3. Wat zijn de eigenschappen van
sterke merken?
Wat kun jij hiermee?
- 4.
5. Hoe zit het dan met de 'harde
kant' van ons werk?



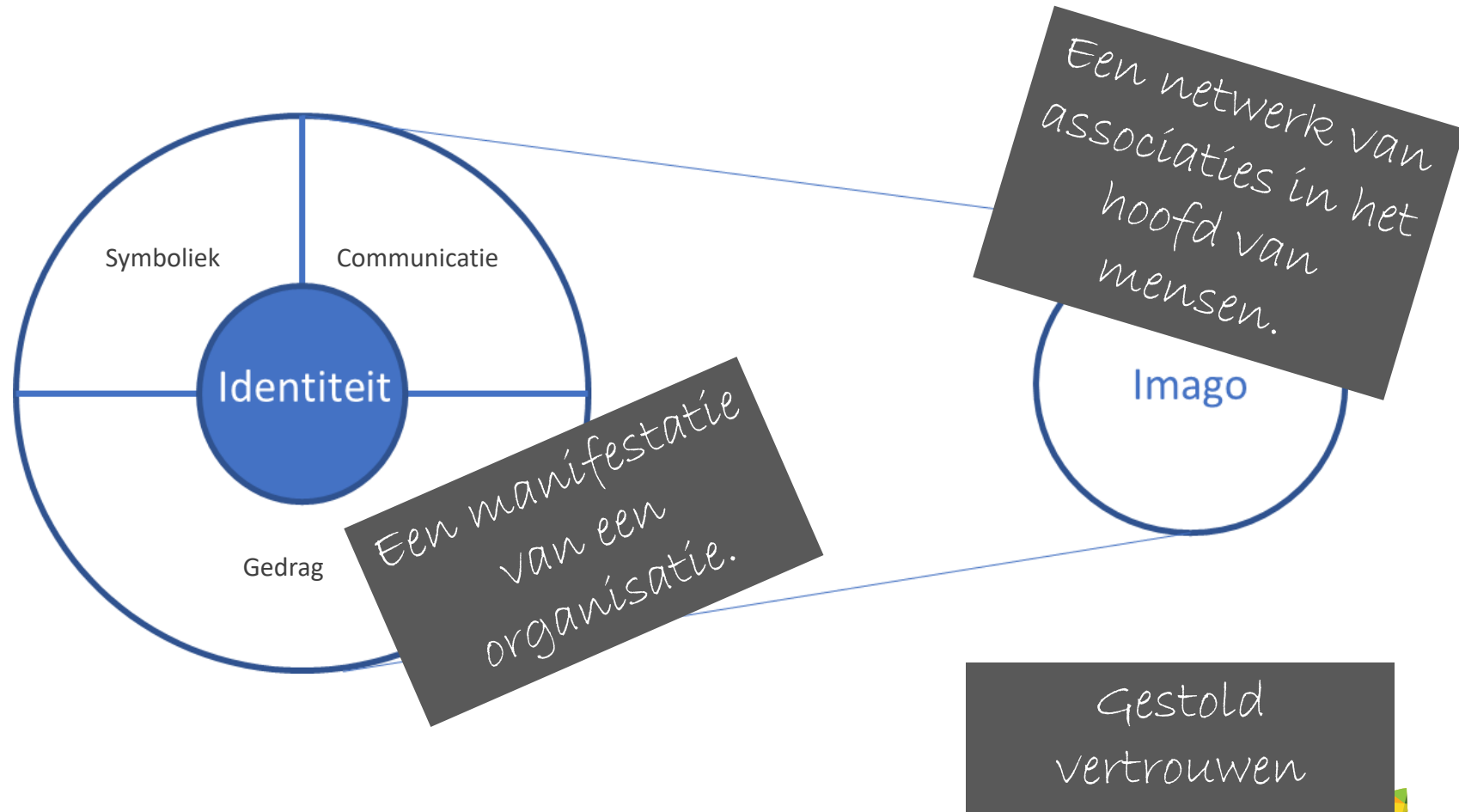
Date : _____

AGENDA

1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
2. Het merk als mens?
3. Wat zijn de eigenschappen van sterke merken?
4. Wat kun jij hiermee?
5. Hoe zit het dan met de 'harde kant' van ons werk?



Jouw organisatie als merk



Model: Birkigt & Stadler, 2009.





Reflectievraag 1
Wat *denk* je dat mensen over
jouw organisatie zeggen?



Reflectievraag 2
Wat *wil* je dat mensen over
jouw organisatie zeggen?



AGENDA

1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
Het merk als mens?
- 2.
3. Wat zijn de eigenschappen van
sterke merken?
Wat kun jij hiermee?
- 4.
5. Hoe zit het dan met de 'harde
kant' van ons werk?



*Wie van jullie wordt er
weleens boos op zijn
computer?*





+ Antropomorfisme

Menselijke eigenschappen toekennen aan 'dode' of niet-menselijke zaken of wezens.



Alles wat
menselijk
oogt of
klinkt, geeft
vertrouwen.



+

En merken spelen daarop in.





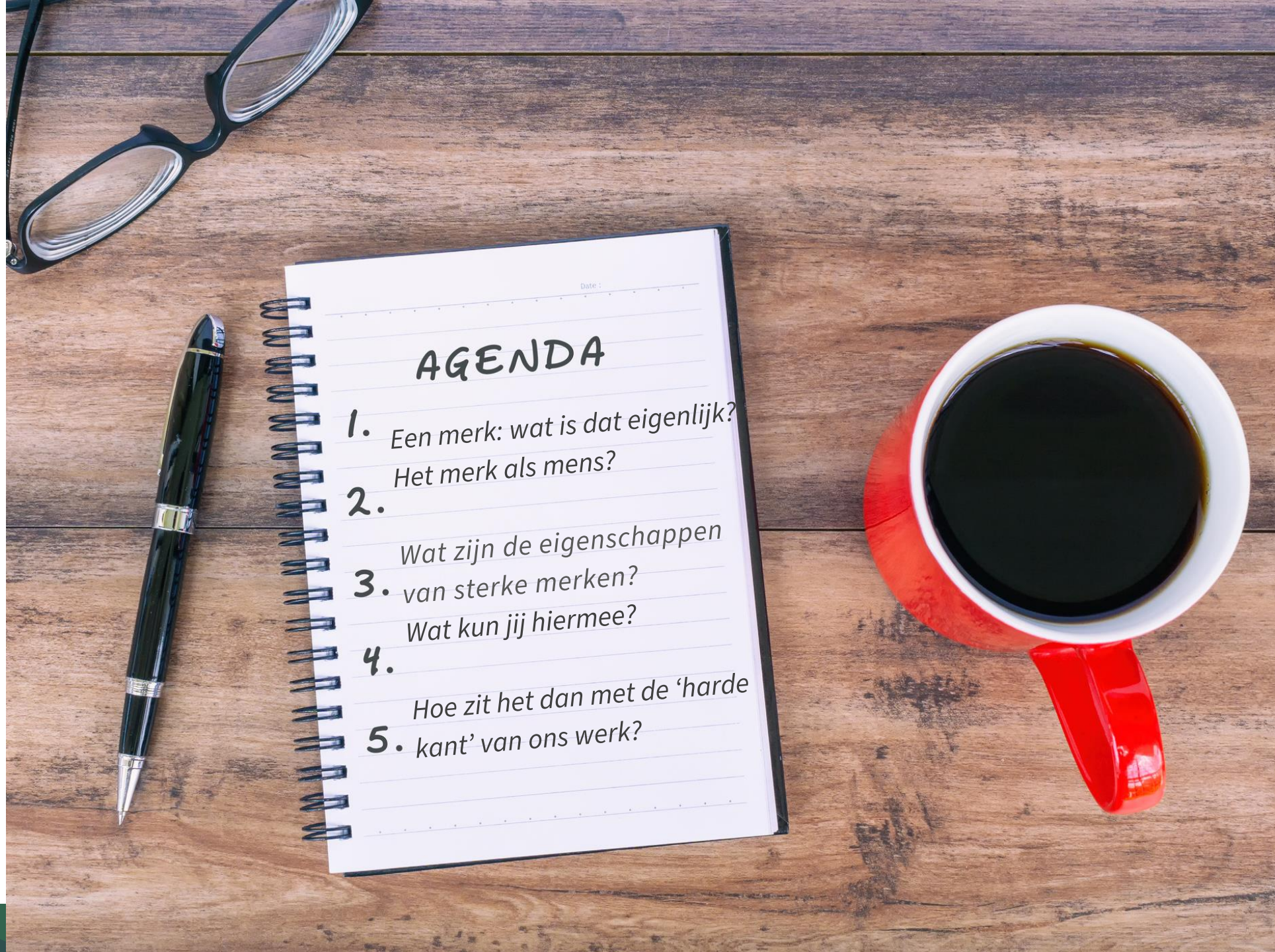
ogix





Het merk als mens heeft:

- *Karakter*
- *Een persoonlijkheid*
- *Een wil*
- *Doelen*
- *Creatief vermogen*
- *Waarnemingsvermogen*
- ...



Date : _____

AGENDA

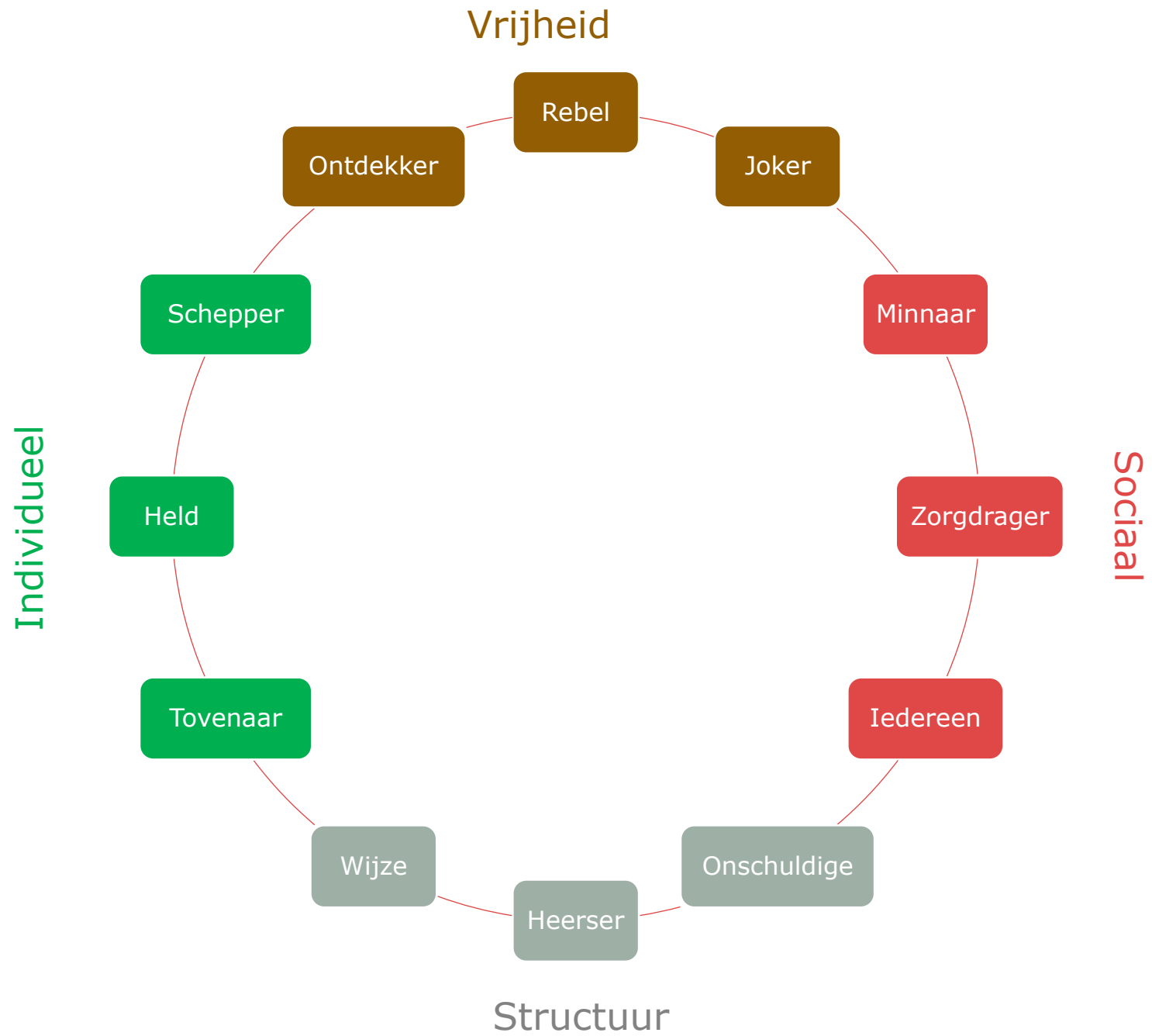
1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
Het merk als mens?
2. _____
3. Wat zijn de eigenschappen
van sterke merken?
Wat kun jij hiermee?
4. _____
5. Hoe zit het dan met de 'harde
kant' van ons werk?

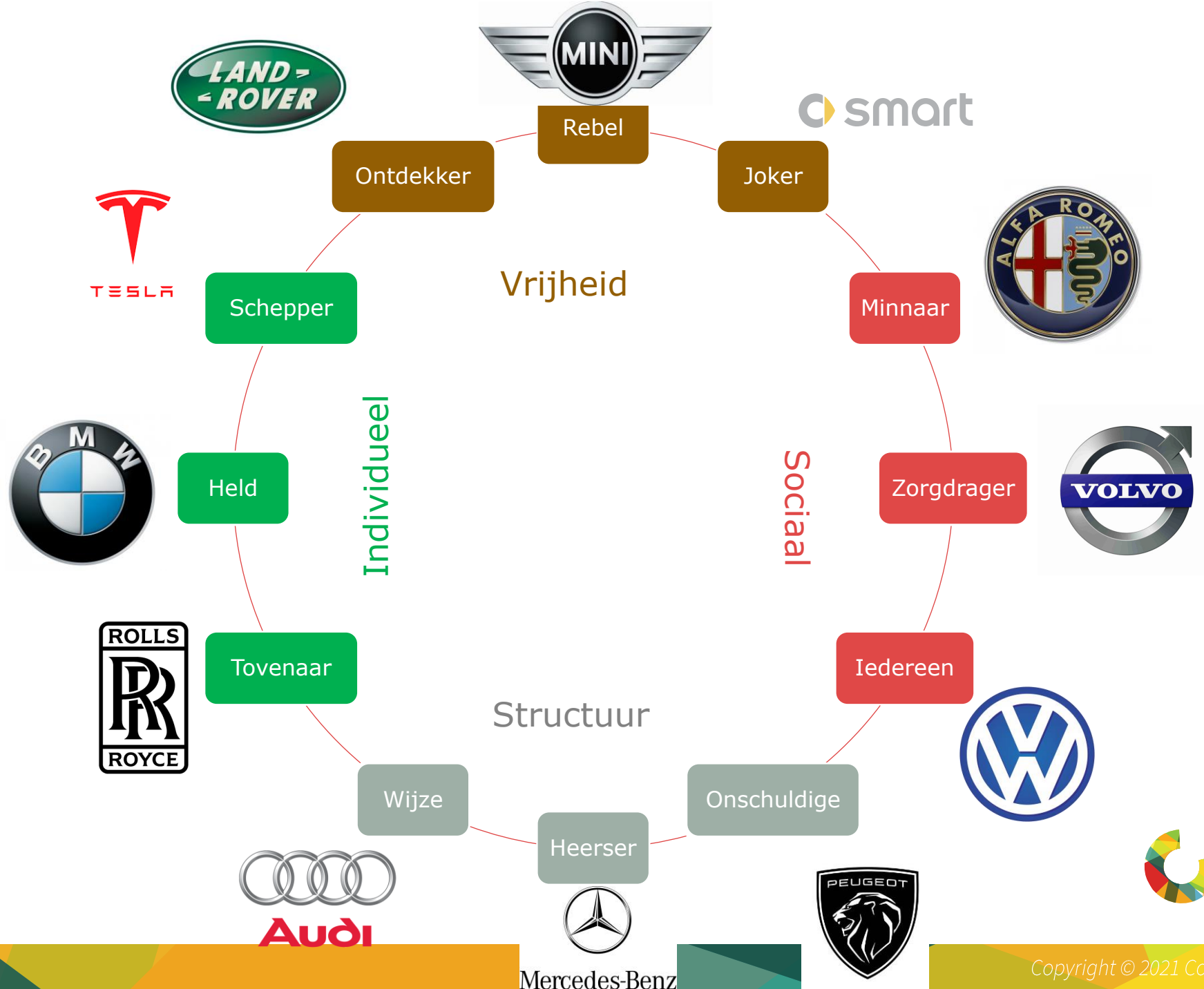


+ **1.** *Een sterk merk heeft karakter*

Archetypen zijn een manier om daar invulling aan te geven.

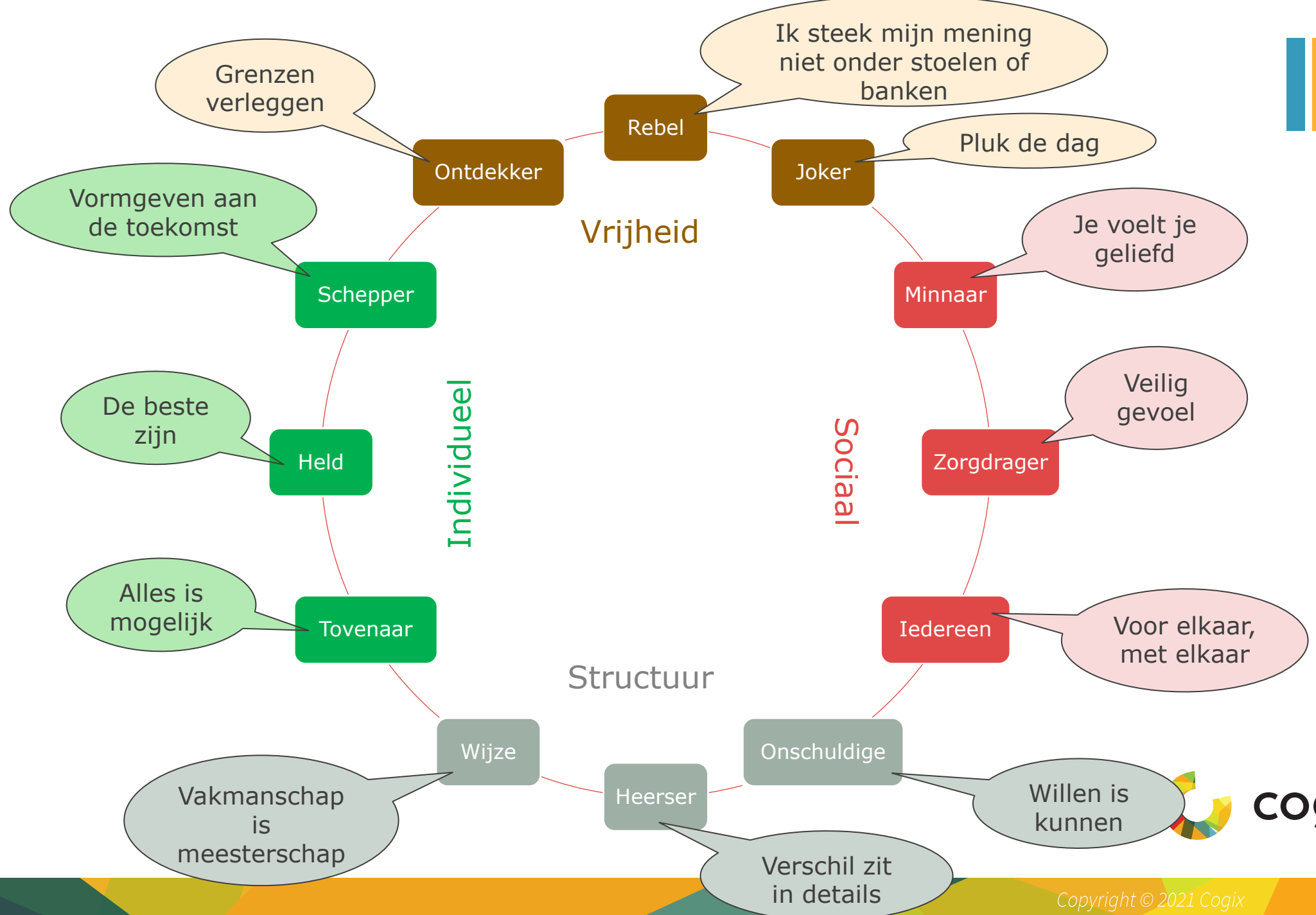








Reflectievraag 3
Welk archetype past het
beste bij jouw organisatie?



cogix

Reflectievraag 4

En van welk archetype zou
jouw organisatie in de
toekomst wel wat meer
mogen hebben?



Accepteer de
ruwe randjes.





2. *Een sterk merk is* + *eenduidig.*

In wat je zegt, wat je laat zien en wat je doet.



alles voor een glimlach[®]



ROTTERDAM

5,5 km

coolbluefanshop.nl

ANTWERP

12 km

GELDEREN

33 km

EINDHOVEN

10 km

smart



3. *Een sterk merk is* + *consistent*

Waar en wanneer je het merk ook tegenkomt



Solliciteren bij IKEA!



+

4. Een sterk merk is herkenbaar



Typisch...! (Die herken je direct!)





5. Een sterk merk is relevant



- *Houd rekening met behoeften en ontwikkelingen. Ga niet voorbij aan de werkelijkheid van je omgeving. Sta midden in de maatschappij. Wees sensitief.*
- *Maar... ken ook de risico's!*



Risico's van 'doelgroepdenken' (1/2)

Gebrek aan onderscheid.





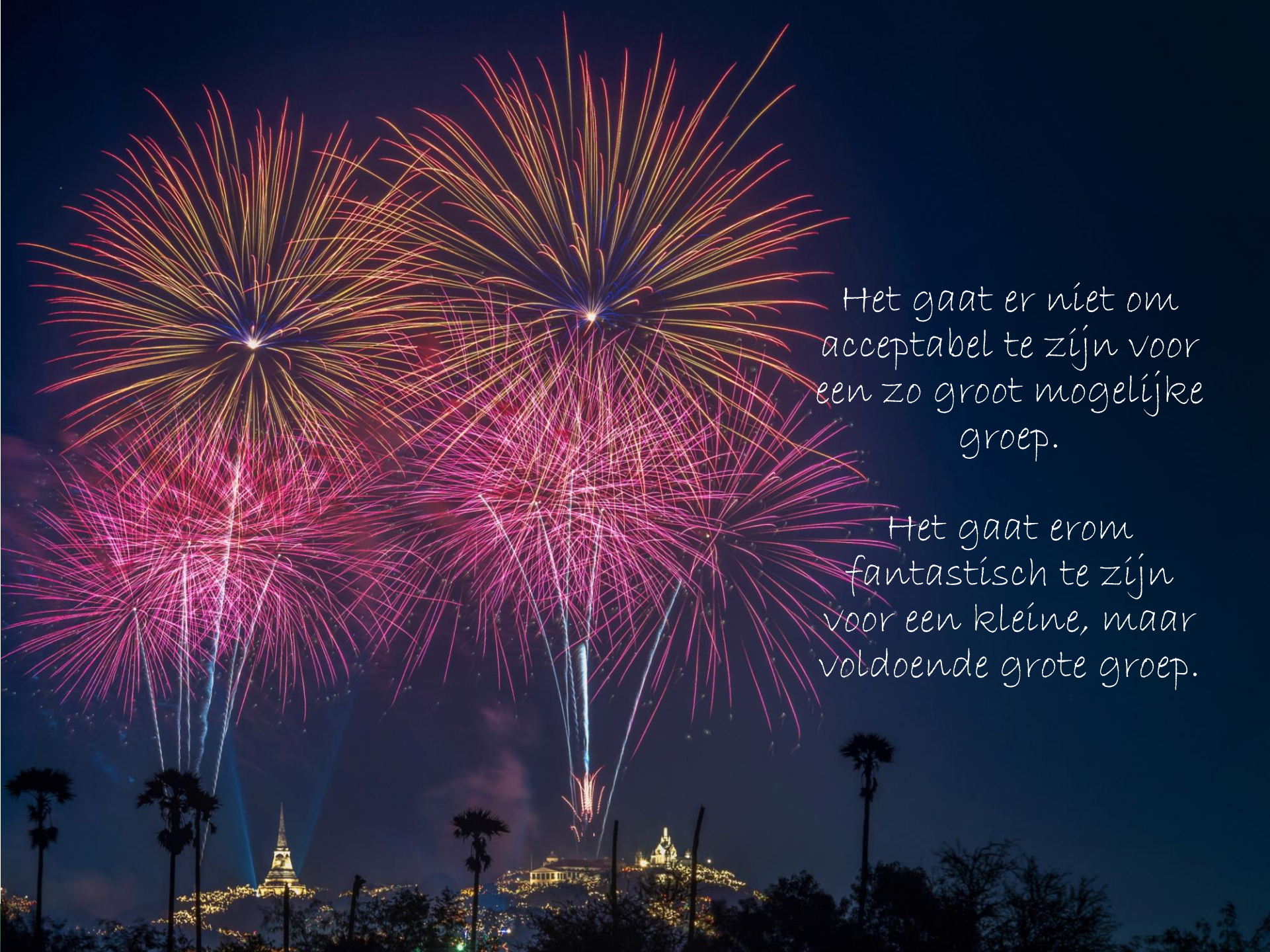
Risico's van doelgroepdenken (2/2)

Verlies van authenticiteit.



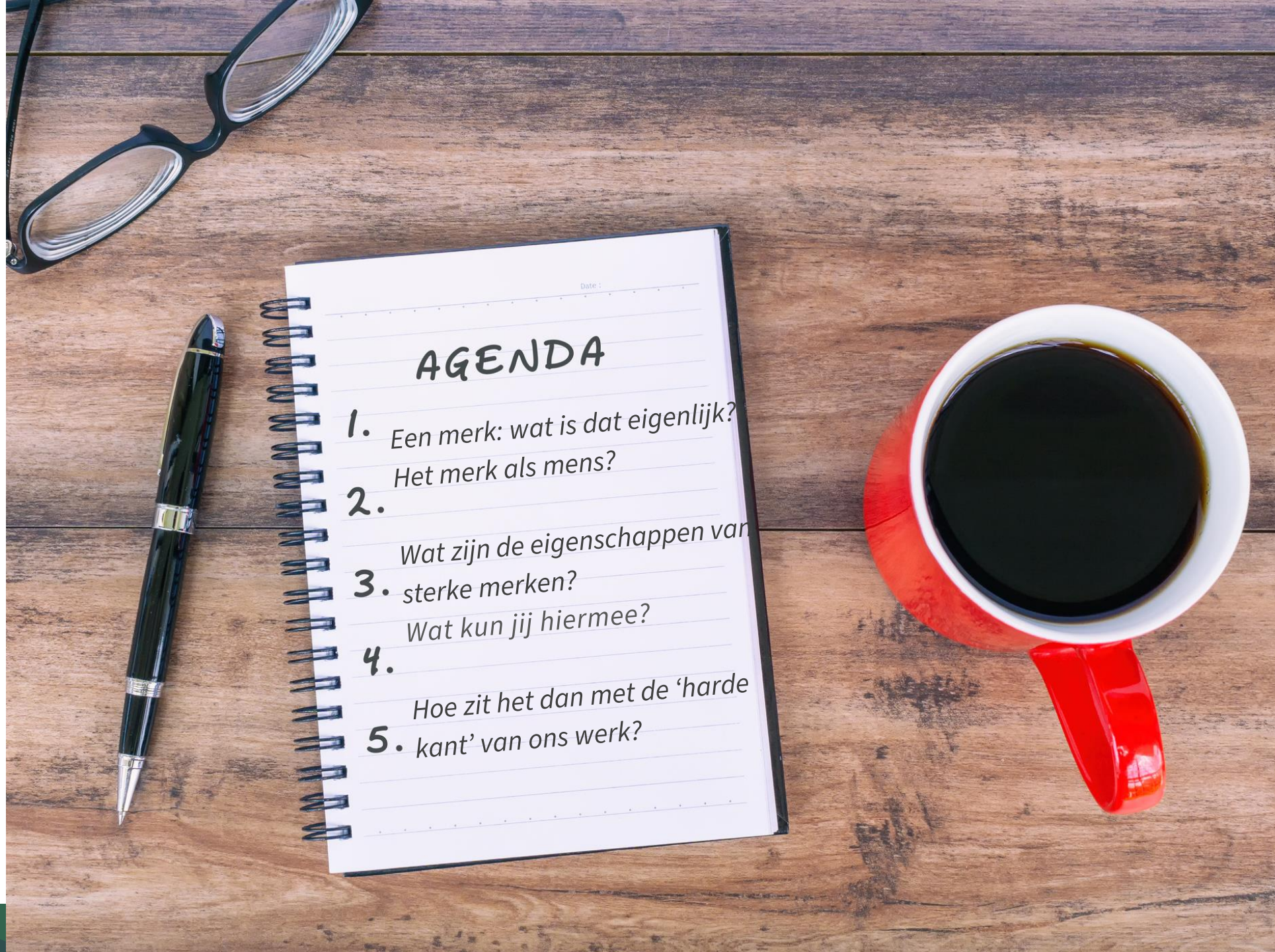
You can't be
all things to
all people





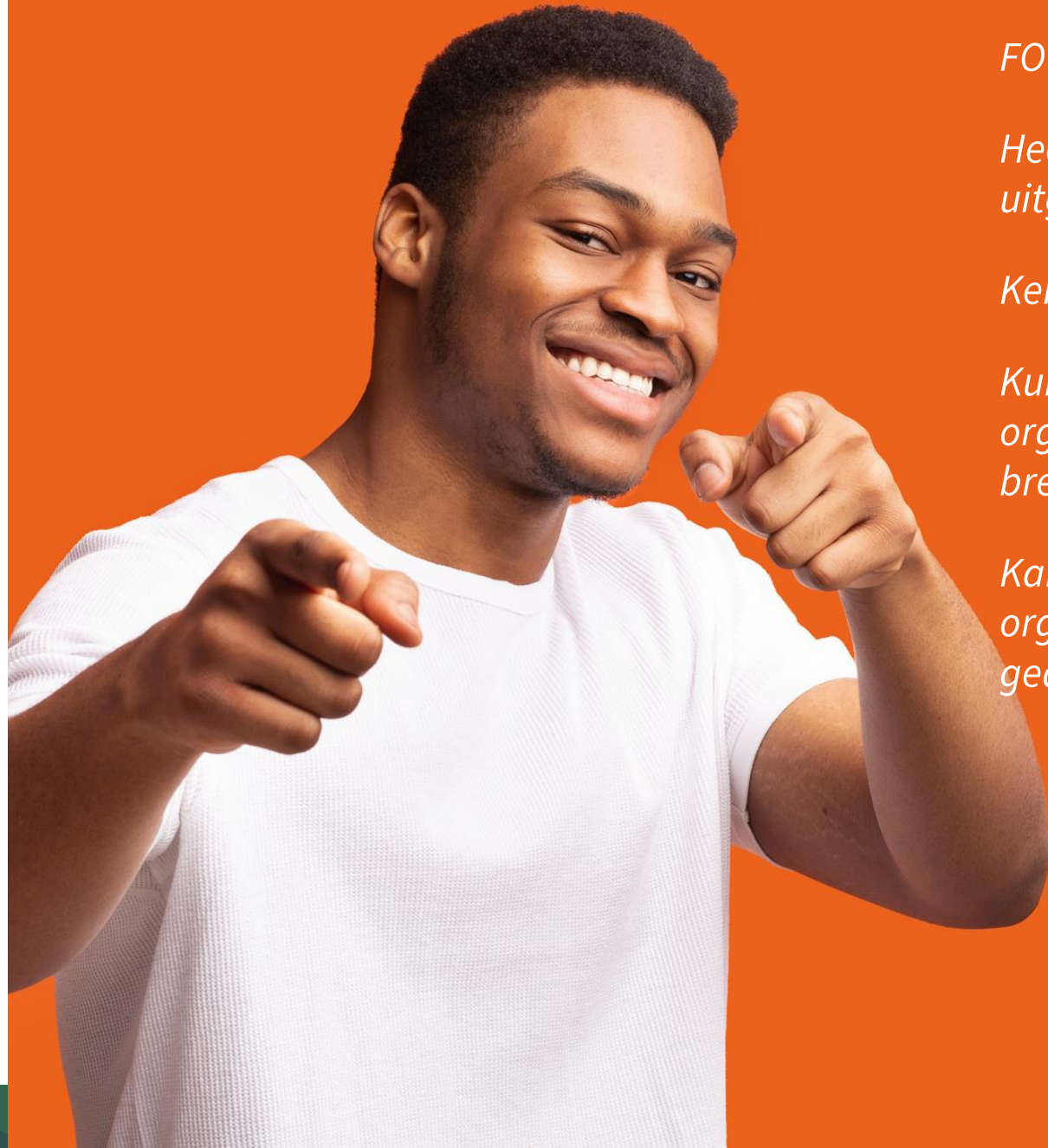
Het gaat er niet om
acceptabel te zijn voor
een zo groot mogelijke
groep.

Het gaat erom
fantastisch te zijn
voor een kleine, maar
voldoende grote groep.



AGENDA

1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
Het merk als mens?
- 2.
3. Wat zijn de eigenschappen van
sterke merken?
Wat kun jij hiermee?
- 4.
5. Hoe zit het dan met de 'harde
kant' van ons werk?



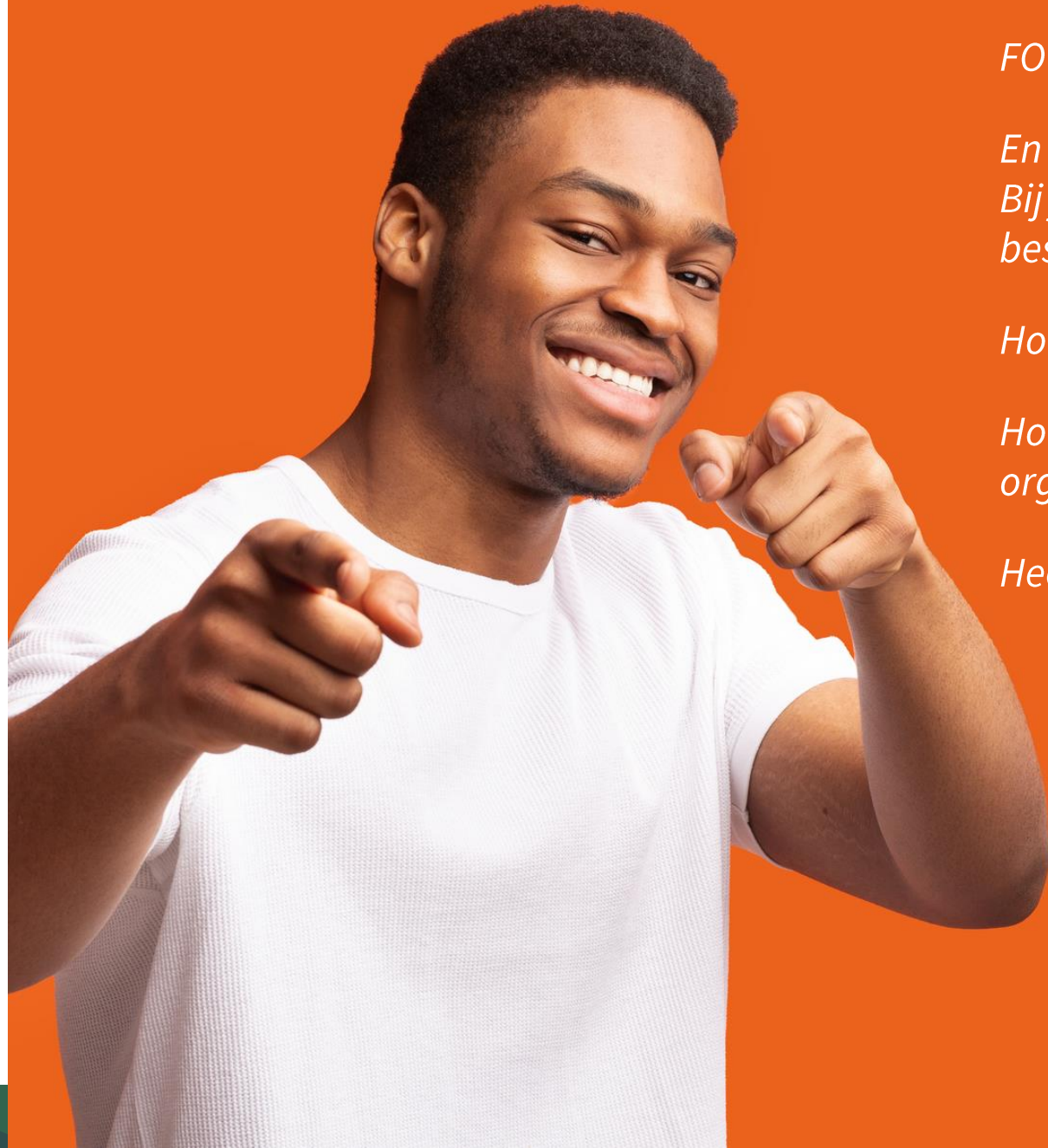
FOOD FOR THOUGHT

Heeft jouw organisatie een uitgesproken merk?

Ken jij dat merk?

Kun jij het merkverhaal van jouw organisatie onder woorden brengen?

Kan ik het merk van jouw organisatie terugzien in jouw gedrag?



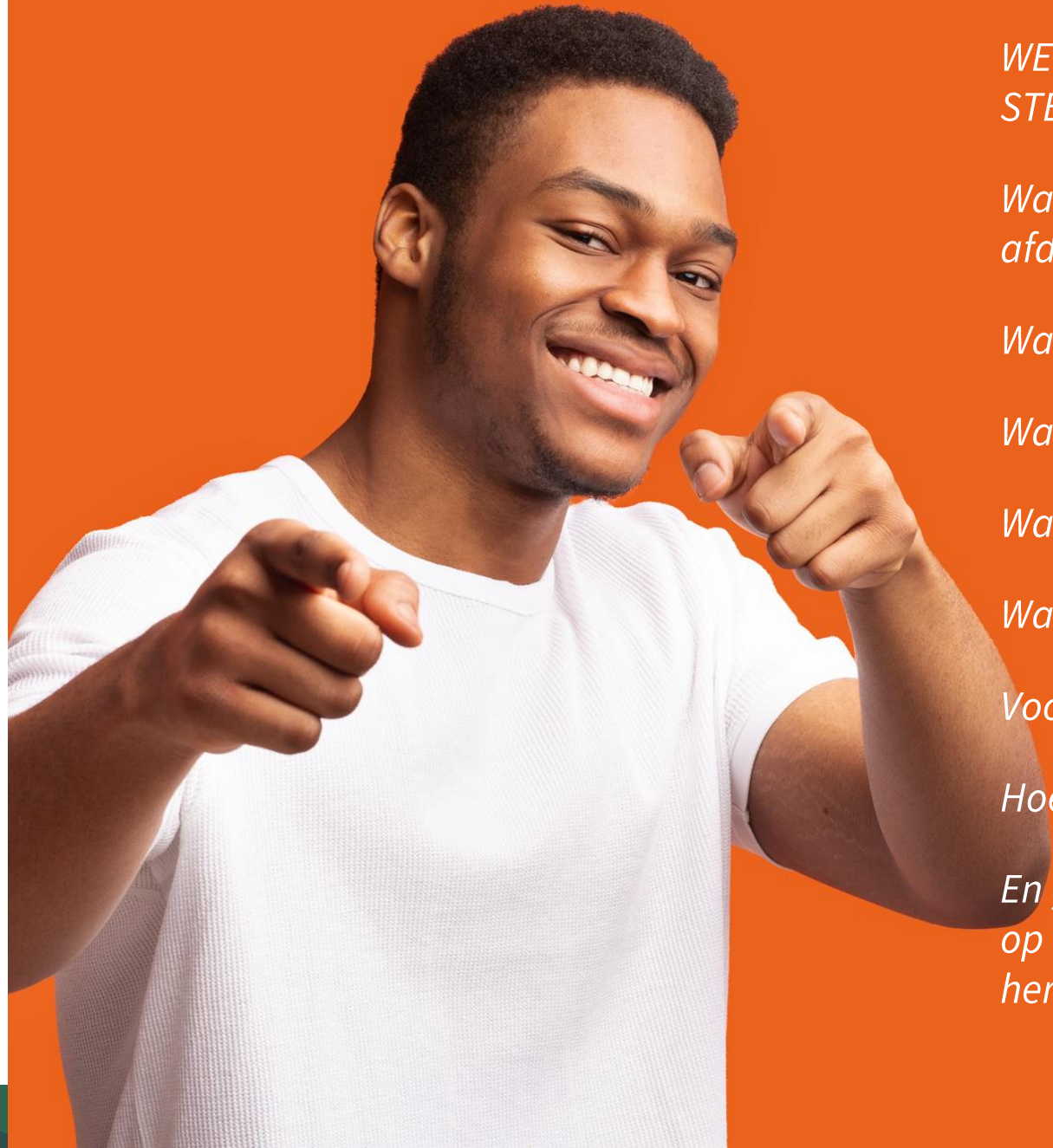
FOOD FOR THOUGHT

*En als je het 'dichter bij huis' zoekt?
Bij je eigen afdeling,
bestuurskantoor, ...*

Hoe ziet het er dan uit?

*Hoe profileert die zich binnen de
organisatie?*

Heeft die dan ook een eigen merk?



WELKE VRAGEN KUN JE DAARBIJ STELLEN?

*Wat is het karakter van onze
afdeling, ons bestuurskantoor, ...?*

Waarvoor bestaan wij?

Wat is onze missie?

Wat willen wij?

Waar zit onze kracht?

Voor wie zijn wij er?

Hoe blijven wij relevant?

*En geven wij uiting aan 'ons merk'
op een consistente, eenduidige en
herkenbare manier?*



Date : _____

AGENDA

1. Een merk: wat is dat eigenlijk?
Het merk als mens?
- 2.
3. Wat zijn de eigenschappen van
sterke merken?
Wat kun jij hiermee?
- 4.
5. Hoe zit het dan met de
'harde kant' van ons werk?

Technologie
Procedures
Regels
...

Menselijkheid



Hoe kun je technologie ontwikkelen en gebruiken die ook menselijke ervaringen creëert?





Hoe behoud je de
menselijke maat
gegeven regels,
procedures en
verantwoordings-
plicht?

A young girl with braided hair, wearing a red dress with white polka dots, is holding a light blue sign. The sign has the text 'GELIJKE COMPENSATIE VOOR ALLE OUDERS' written on it. She is standing next to an adult wearing a red dress. The background is a bright, outdoor setting, possibly a beach or park.

**GELIJKE
COMPENSATIE
VOOR ALLE
OUDERS**

A yellow sticky note with a white border and a slight shadow, tilted at an angle. The text is written in a red, cursive font.

Is jouw
oorspronkelijke
vraag ook
beantwoord?



+ *Bedankt voor je aandacht!*

Claudia Smit

T: 06 28 65 35 56

claudia.smit@vbent.org



Vragen





Bedankt voor uw aanwezigheid

Klantendag Cogix | Claudia Smit | 19 mei 2021