

## Brand Journey in 8 stappen

### Merkenmanagement is geen sinecure!

In de praktijk passen merken en campagnes zich nogal makkelijk aan, terwijl vaak niet duidelijk is waarom dat gebeurt. De merkcommissarissen pleiten voor een gedegen brand journey.

Merken die opeens bijvoorbeeld het merklogo wijzigen of de slogan.

Ga je dan analyseren wat de aanleiding is, dan is het in bijna alle gevallen de komst van een nieuw reclame- of designbureau of er is een nieuwe marketingbaas aangesteld. Of een combinatie van beiden. Blijkbaar is dat het sein om de bestaande positionering of campagne maar eens flink aan te pakken. Je vraagt je af of de oorspronkelijke positionering en het merkverleden überhaupt wel goed zijn bestudeerd. Of is het een gevalletje *not invented here* en dus tijd voor een radicale wijziging?

### Eindstreep

Merken bouwen vraagt een doordachte strategie én aanpak. Hoe zou het komen dat zoveel merken en producten en diensten de eindstreep niet halen? Het is geen geheim dat 80 tot 90% de finish niet haalt en dus met verlies van veel tijd, energie en investeringen te maken krijgt. In de marketingpraktijk wordt de laatste jaren erg veel aandacht gegeven aan de communicatiekant van een merkconcept. Digitale strategie, content marketing en storytelling lijken de *holy grail* te worden. Als je dat maar voor elkaar hebt, komt de rest vanzelf, zo lijkt het.

Maar juist het opzetten, doorleven en uitwerken van een echt goed doordachte *brand journey* is het meest bepalend voor het duurzame succes van een merk en de organisatie. Ontwikkel daarom altijd eerst een slimme strategie met een propositie die echt goed aansluit bij huidige en toekomstige consumenten/klant behoeften. En werk dat verder uit in de brand journey.



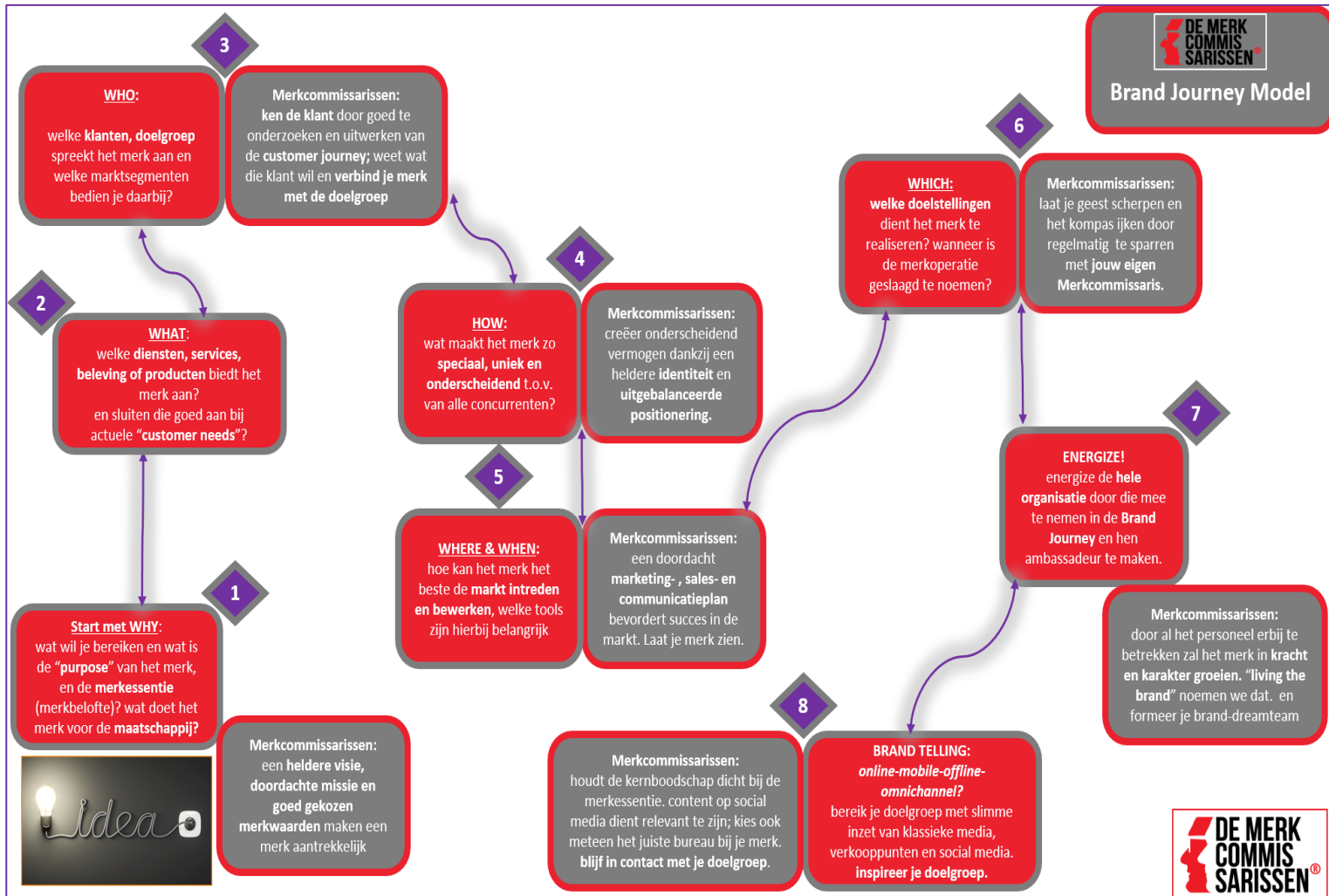
## Merkpropositie

Natuurlijk is communicatie rondom je merk en concept ook sterk bepalend voor het succes ervan. En daarbij is de content en keuze van communicatiekanalen zonder meer belangrijk. Zonder een directe koppeling naar de aantoonbare unieke merkpropositie is het echter los zand in de oceaan van communicatie die consumenten overspoelt en is gedoemd om te verdwijnen.

Het beste is om vanuit een heldere aansprekende visie en een geweldig idee de strategie en positionering uit te bouwen naar een uitvoerbare en aansprekende marktintroductie. Alleen de WHY is zeker niet voldoende. Alle relevante strategische elementen zijn gebundeld in dit nieuwe Brand Journey Model (zie hieronder). De merkeloofte (WHAT) staat centraal in de marketing en communicatie en vormt de verbinding tussen het merk en de doelgroep. Als je een gedegen *brand journey* bouwt is de kans ook veel groter dat je tegelijk een merkorganisatie bouwt. Met een goede merkorganisatie is de kans vele malen kleiner dat bij de komst van nieuwe mensen en bureaus de merkpositionering meteen overboord gaat. Dat bepaalt ook de merkkracht. Het is altijd goed om de conditie van het merk en de achterliggende organisatie regelmatig te inventariseren en te bepalen of *de brand journey* nog intact is.

## Bouw je Brand Journey in 8 stappen

De merkcommissarissen hebben vele organisaties, overheden en ondernemers geholpen om vanuit een heldere visie en een geweldig idee de strategie en positionering uit te bouwen naar een uitvoerbaar en aansprekende marktintroductie. Die ervaring hebben we nu gebundeld in ons **nieuwe Brand Journey Model**. Mocht je hierover vragen hebben of onze hulp willen inzetten, neem dan contact met ons op.



**Leo van Sister & Goos Eilander, de Merkcommissarissen® | haal méér uit je merk!**

Merkcommissarissen begeleiden en ondersteunen organisaties, overheden, MKB, startups, 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.** (BrandFuel24, 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](mailto:leovansister@demerkcommissarissen.nl)

E: [gooseilander@demerkcommissarissen.nl](mailto:gooseilander@demerkcommissarissen.nl)

Website: [www.demerkcommissarissen.nl](http://www.demerkcommissarissen.nl)

Blog: **Brand Journey model** | de Merkcommissarissen© | *Haal méér uit je merk!*