

Haal méér uit jouw merk  
met je eigen Merkcommissaris<sup>®</sup>



## De toekomst is nog nooit zo **lastig voorspelbaar** geweest.

Veel traditionele marketingmethoden zijn achterhaald. De ontwikkelingen gaan zo snel dat je als merk binnenkort overbodig bent als je niet tijdig mee verandert. Organisaties van de toekomst gaan dingen anders zien, hebben het lef om veranderingen ook door te voeren, én kunnen snel omschakelen. Beslissingen worden steeds sneller genomen en technologie en data zijn erg belangrijk geworden.

*Maar wie houdt jou op de goede koers?*

### Is dit herkenbaar voor jou?

- positionering te onduidelijk voor de doelgroep
- producten/dienstenportfolio barst uit zijn voegen (en loopt verder weg van de merkessentie)
- uniciteit is achterhaald door inhaalrace concurrentie
- merk(imago) of reputatie is beschadigd geraakt
- vertaling van visie & missie naar merkbeleid hapert
- marketingprogramma rendeert te weinig
- gebruikers zijn in toenemende mate merkontrouw
- organisatie heeft moeite de maatschappelijke trends zoals duurzaamheid e.a. bij te benen
- de bijdrage aan de samenleving verdient bijstelling

## Een goed en consistent gepositioneerd merk maakt **hét verschil!**

Merkmanagement is in veel organisaties in ontwikkeling en vraagt expertise. Daarom is de Merkcommissaris ontwikkeld die als **onafhankelijke buitenstaander**, die binnen de organisatie het integrale merksturings-, merkontwikkelings- en merkbewakingsproces samen met de verantwoordelijken begeleidt en stimuleert.

Ook zien we vaak dat als er een nieuwe marketingbaas komt of een nieuw reclamebureau, dat de positionering van het merk weer een slinger krijgt. (“not invented here”). *Maar zeker niet altijd de goede kant op.*

Het **merkbeleid** staat best vaak onder druk van korte termijnbeleid, verkeerde adviezen, interne politiek of externe belangen. De taak van de Merkcommissaris is te vergelijken met die van een normale commissaris, zij het dat de Merkcommissaris zich helemaal richt op het merk, de strategie en de merkenportfolio.

De partners van de Merkcommissarissen hebben zeer ruime ervaring op het gebied van marketing en merkmanagement. Hun aanpak is altijd gebaseerd op een **nuchtere en no-nonsens aanpak**.



*Een goed merk gaat met zijn tijd mee*

Als merk- en marketing verantwoordelijke is het prettig om met te kunnen sparren met zeer ervaren merk experts over de vele strategische uitdagingen die de organisatie tegenkomt. Uiteraard kijken de Merkcommissarissen samen met jou ook naar andere merken en de concurrentie. Hun inzet is om samen met jou het **merkkompas de juiste kant op te richten**.

Het is altijd prettig om een **gedegen, onafhankelijk en middenlevrij advies** te krijgen. De Merkcommissarissen zullen je altijd het beste advies geven in het licht van de actuele en verwachte marktomstandigheden.

## Wie stelt jou de juiste en dus soms ook lastige vragen? De Merckommissaris, wie anders....

Merkmanagement is bepalend voor het merkbeleid, geeft sturing aan identiteit en de positionering en draagt zorg voor de klanten. Sterke merken helpen mensen in deze lastige tijden een juiste keuze te maken. Het is daarom cruciaal voor elke organisatie en vraagt ook professionele support om daarmee betere resultaten te realiseren. De top van organisaties is zich al geruime tijd bewust van het toenemende belang van **strategisch verantwoord merkmanagement**.

De Merckommissarissen richten zich op brand management, strategie-, marketing- en positioneringvraagstukken voor merken, diensten en cultuur, en andere organisaties. Dat resulteert naar merkpositionering, inzichtgedreven proposities, gerichte marketing(strategie) adviezen en communicatieadvies.



Een selectie van BtB en BtC merken waar wij voor werkten.

## De Merckommissarissen ontwikkelden vanuit de praktijk de unieke **Brand Valuation Motor©**

Deze nieuwe methode van de Merckommissarissen stelt de **juiste merkwaarde** vast d.m.v. een door hen zelf uniek ontwikkeld merkwaarderingmodel waarin de **20 belangrijkste branding, marketing, financiële, commerciële facetten** allen meegewogen worden. Deze integrale benadering met genoemde vier pijlers maakt deze waarderingmethode tot een zeer compleet model, wat erg waardevol is bij merkwaardering, bepalen van goodwill en overnames van bedrijven en merken.

2021 liet een record zien voor overnames van bedrijven en merken. In de eerste helft van 2021 vonden 55% meer bedrijfsfusies en overnames plaats in Nederland in dezelfde periode in 2020. (Bron: M&A). Zelfs in de tweede helft van 2021 groeide dit verder en toonde een flinke stijging van de gemiddelde dealwaarde. Er is veel geld mee gemoeid. Of u nou uw bedrijf wilt verkopen of een bedrijf wil overnemen, de waardebeoordeling van het merk is een cruciaal onderdeel van het aankoop of verkoop proces.

**Maar wordt er wel de juiste prijs voor betaald, weet men wel wat de echte waarde van het merk is?**



Bedrijfswaarde is niet hetzelfde als de waarde van een merk!

Inmiddels zijn een aantal merkwaarderingen uitgevoerd met het nieuwe BVM model:

Sector	Categorie	Leeftijd merk	Omzetrage	BVM© waardering (range)
Levensmiddelen	Zuivel	1987   34 jaar	25-50 Mio	25-50 Mio
Retail	Leisure / outdoor	1977   44 jaar	75-125 Mio	250-350 Mio
Levensmiddelen	Broodbeleg	1962   59 jaar	200-300 Mio	25-50 Mio
Retail	Non food   textiel	1967   54 jaar	500-750 Mio	300-400 Mio
Levensmiddelen	Drinks	2018   3 jaar	1-5 Mio	3-5 Mio

## Welke diensten bieden de Merckcommissarissen

- Merkwaardering met de unieke Brand Valuation Motor© methode
- Positionering, Branding, Purpose en Rebranding vraagstukken
- Critical Friend – sparring & coaching van management, directieleden en teams
- Begeleiding van start ups
- Brand Journey, leer je merk echt kennen

Begeleiding door **Leo van Sister**, merkexpert en strateeg of **Goos Eilander**, merkexpert en onderzoek expert



### Wie zijn de Merckcommissarissen & wat doen zij?

de Merckcommissarissen is een strategisch adviesbureau dat *samen met klanten* aansprekende proposities ontwikkelt. Wij helpen organisaties hun onderscheidend vermogen en concurrentiekracht te ontwikkelen. **Groei van het merk is daarbij leidend.**

Wij helpen organisaties met het maken van de juiste plannen, visie en strategische keuzes op het gebied van branding, marketing, innovatie en communicatie.

#### Maak een afspraak

Goos Eilander en Leo van Sister komen op verzoek bij je langs of ontmoeten je digitaal; maak een afspraak en bel 0655121575 of mail naar [leovansister@demerkcommissarissen.nl](mailto:leovansister@demerkcommissarissen.nl).



BRANDING & MARKETING ADVIES

de Merkcommissarissen® (+31) 06 551 21 575

Baliemolenerf 23

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

2807 DH Gouda