



## Hoe gaan we te werk?

Om een sterk merk te bouwen beginnen we met het leggen van de fundering; de **kennis**. Kennis en inzicht in je bedrijf, je product, jezelf, je klant en consument:



Wat is je doel, je purpose, waar staat je bedrijf en merk voor?



Wat zijn de klantenbehoeften die je merk helpt op te lossen?



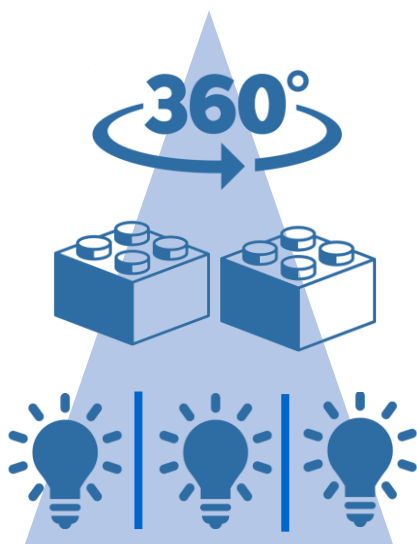
Hoe anders is jouw merk versus je concullega?

Vervolgens definiëren we wat de **unieke** elementen, de bouwstenen zijn waaruit je merk bestaat en hoe die kunnen inspelen op de rationale en emotionele behoeften van je klant. We kijken hoe we die elementen nog herkenbaarder en onderscheidend kunnen maken.

Tenslotte moeten mensen je **kennen** voordat ze je kunnen herkennen en kopen. Welke kanalen passen goed in de reis van je klant om ze op het juiste moment te laten weten wie je bent en wat je voor ze kunt betekenen?



Hierbij kijken we 360 graden, online en offline. Digitaal is wellicht een belangrijk medium voor je. Maar hoe adverteer je effectief op Facebook of komt je product hoog te staan in Google search? Je kan overwegen om tijdelijk de hulp van een digitale expert of creatieve social content schrijver in te huren. Maar hoe geef je de beste **richtlijnen** aan deze mensen? Hoe haal je het maximale uit deze uitgave? Hoe klein die investering ook is. Juist als je wat minder hebt te besteden!



communicatie • richtlijnen

merk • bouwstenen

kennis • fundering

Dit is hoe **KEN•MERK** support met je aan het werk gaat.