



Onderneem jij op onderbuikgevoel? Het belang van een sterke merkidentiteit

Tom van Zeeland

DeltaZuid - Artikel 11/2018

Tom van Zeeland



Veel ondernemers opereren vanuit hun onderbuikgevoel. Ze varen er blind op. Sterker nog, daardoor zijn ze vaak succesvol geworden. Maar hoe maak je dit tastbaar? Hoe borg je dat in je organisatie? In dit blog leg ik uit welke voordelen het heeft om dit onderbuikgevoel vast te leggen in een merkidentiteit.

Je identiteit vertelt wie je echt bent. Waar je voor staat. Het is het puurste beeld dat je van je eigen organisatie hebt. Het is dat wat een bedrijf uniek maakt. Het omvat onderdelen als de why, kernwaarden, ambities, cultuur en persoonlijkheid van je organisatie. Een duidelijke identiteit dient als basis voor het merk van je organisatie.

Binnen beginnen is buiten winnen

Je doelgroep baseert zijn keuzes voornamelijk op de grond van positieve associaties die ze hebben met je merk. Door een heldere merkidentiteit, kan je doelgroep die associaties maken en verbanden leggen. Je merk is dus een zeer krachtig en effectief instrument om te connecten met het brein van je doelgroep. Maar naast het creëren van binding met je doelgroep, is het minstens zo belangrijk om voor cohesie te zorgen binnen je organisatie zelf. Want binnen beginnen is buiten winnen.

Een merk bouw je namelijk niet alleen voor je doelgroep. Wanneer je het merkdenken in het hoogste niveau van je organisatie verankert, dient het als een gids voor de meest uiteenlopende beslissingen variërend van marketing en communicatie naar personeel & organisatie en zelfs research en development. Merkgestuurd ondernemen noemen we dat bij DeltaZuid. En het is een oproep aan je hele organisatie om vanuit hetzelfde gedachtegoed aan de slag te gaan om gezamenlijke doelen te bereiken.

Onderbuikgevoel is geen strategie

Een heldere identiteit vertaald naar een krachtig merk is dus belangrijk voor organisaties om duurzaam te kunnen groeien. Veel organisaties hebben dit echter niet helder. De identiteit zit voornamelijk in het hoofd van de ondernemer. Wat ik vaak zie is dat ondernemers beslissingen nemen op basis van onderbuikgevoel. Zij weten namelijk als geen ander welke koers ze willen varen, waar ze naartoe willen. Zij geven richting op basis van hun kennis, ervaring en intuïtie. Maar onderbuikgevoel is geen strategie. Niet op lange termijn in ieder geval.

Laatst nog raakte ik tijdens een netwerkmeeting in gesprek met een buitengewoon succesvol ondernemer met ruim 80 man personeel in dienst. Zijn bedrijf is de laatste tijd uitzonderlijk hard gegroeid. Ik vroeg hem hoe hij zijn klanten selecteert. Zijn reactie? 'Ik voel het of de klant bij ons past!' Zonder twijfel is onderbuikgevoel vaak de beste raadgever. Maar hoe instrueer je mensen hierop? Hoe veranker je een onderbuikgevoel in je organisatie? Er is maar één antwoord. Onmogelijk. Een onderbuikgevoel is simpelweg niet overdraagbaar.

Het Brand Identity Canvas™

Bij DeltaZuid hebben we hiervoor een oplossing. We hebben een methodiek ontwikkeld waarmee we het onderbuikgevoel van de ondernemer(s) weten te vertalen naar een concrete, tastbare en toetsbare merkidentiteit. Een aanpak die je onderbuikgevoel handvatten en richtlijnen geeft om sturing te geven aan je onderneming. Of beter gezegd, sturing te geven aan duurzame groei. We noemen dit het 'Brand Identity Canvas'. Hiermee brengen we alle elementen in kaart die van jouw organisatie een uniek merk maakt.

Stel je toch eens voor dat je onderbuikgevoel geen onderbuikgevoel meer is. In plaats daarvan is het een tool waarmee medewerkers kunnen werken. Sterker nog, hele afdelingen kunnen ermee worden aangestuurd. En nog op lange termijn ook. Binnenkort gaan we dieper in op het Brand Identity Canvas en de verschillende onderdelen ervan.

ONDERNEEM JIJ OP ONDERBUIKGEVOEL? HET BELANG VAN EEN STERKE MERKIDENTITEIT

Heb ik je interesse gekieteld? Mooi. Want een beetje ondernemer in hart en nieren is nu op z'n minst nieuwsgierig geworden. Dus, wanneer plannen we die kop koffie? Even kennismaken, en kijken of het klikt?

Tom van Zeeland

Creative director

040-266 15 25

tom@deltazuid.nl



DELTAZUID®

DeltaZuid

Eindhovenseweg 126a / 5582 HW Waalre

T. +31 (0) 40 266 15 25

www.deltazuid.nl / info@deltazuid.nl
