



# Ondernemen = je droom verwezenlijken

---

Frank Cuijpers

**DeltaZuid - Artikel 09/2018**

---

Frank Cuijpers



Wanneer ben je succesvol? Als je op deze vraag snel een antwoord moet geven dan antwoorden mensen vaak; 'Als je veel geld hebt of verdient'. Maar als je veel geld hebt, ben je dan per definitie ook succesvol? Volgens mij niet. Natuurlijk wil je als ondernemer groeien en mooie resultaten boeken. Maar doorgaans is er meer. Geld is vrijwel nooit een doel op zich. En zeg nou zelf. Dat zou ook een moeilijke motivator zijn voor je medewerkers.

**Maar waarvoor doe je het echt?**

Een belangrijke vraag die je jezelf als ondernemer moet stellen is waarom je doet wat je doet. Waarvoor sta je 's ochtends op? Wat is je droom? Deze droom is namelijk je intrinsieke motivatie. Je ziel. En diezelfde ziel vormt het belangrijkste uitgangspunt voor de groei waar veel ondernemers van dromen. Die ziel vormt namelijk de basis voor het creëren van een sterk en uniek merk. Een merk waarmee je jezelf onderscheidt van de concurrentie.

### Het fundament

Als je droom eenmaal helder is, zal je merken dat je deze wilt delen met anderen. En dat is precies het moment waar branding om de hoek komt kijken. Want wie doelgericht onderneemt krijgt met verschillende facetten te maken. Producten of diensten ontwikkelen, mensen aantrekken, de neuzen in dezelfde richting houden. Uiteenlopende zaken die stuk voor stuk energie kosten. Door vanuit een merk te bouwen aan je droom, geef je richting aan je communicatie rondom al die 'uiteenlopende' zaken. Je zult merken dat er samenhang ontstaat.

### Puur ondernemen

Je zal zien dat je vanuit merkgestuurd ondernemen veel keuzes sneller en gemakkelijker kunt maken. En dat is niet alleen handig op het gebied van communicatie. Denk bijvoorbeeld ook aan het aantrekken van personeel, het uitbreiden van je assortiment of dienstenaanbod en het ontwikkelen van nieuwe innovaties. Door vanuit een merk te ondernemen schiet je nooit meer met hagel. En dat is van onschatbare waarde. Denk alleen al aan hoeveel tijdswinst dit je op gaat opleveren!

### Coolblue

Een goed voorbeeld in de B2C markt is het merk Coolblue. Een bedrijf waarbij branding als rode draad loopt door de realisatie van hun droom. Bekijk [hier](#) het verhaal van Pieter Zwart, één van de oprichters. Coolblue erkent branding als een belangrijk onderdeel om 'hun' droom te realiseren. Bedrijven die er klaar voor zijn om vanuit een merk te gaan opereren kun je herkennen aan bepaalde kenmerken:

- Merkverantwoordelijkheid is op directieniveau, de CEO neemt het voortouw
- Het merk wordt erkend als een sleutelement
- Het merk verbindt de organisatiestrategie met medewerkers en klanten
- Branding is geen geïsoleerde activiteit
- Het merk wordt collectief uitgedragen
- Marketinginspanningen zijn nauw verbonden met merkwaarden

Herken jij jezelf of jouw organisatie hierin? Wil je keihard groeien met ijzersterke branding? Ik nodig je graag uit voor een kop koffie. Dan gaan we kijken of het klikt.

## ONDERNEMEN = JE DROOM VERWEZENLIJKEN

---

### Branding innovations

Wij zijn DeltaZuid. Wij bouwen sterke merken. Omdat wij geloven dat je daarmee het verschil kan maken. Dat doen wij voor organisaties én producten. Op basis van beproefde methoden en onbegrensde creativiteit. Wat denk je ervan? Gaan we samen succes boeken?

### Frank Cuijpers

Managing director

040-266 1525

[frank@deltazuid.nl](mailto:frank@deltazuid.nl)



## DELTAZUID®

### DeltaZuid

Eindhovenseweg 126a / 5582 HW Waalre

T. +31 (0) 40 266 15 25

[www.deltazuid.nl](http://www.deltazuid.nl) / [info@deltazuid.nl](mailto:info@deltazuid.nl)

---