



www.oio.nl

Hou je merk sterk

Een merk is kostbaar - je hebt immers heel wat geïnvesteerd om jezelf en je organisatie te maken tot wie je bent en wat het is. Je houdt je merk sterk door aan de volgende punten aandacht te besteden:

Toewijding

Steek je tijd en energie in het opbouwen, uitdragen, waarmaken en onderhouden van je merk? Ben je er trouw aan? Loopt je gedrag ermee synchroon of werk je er juist tegenin?

Helderheid

Wat weet je van je (potentiële) klanten? Ben je in staat, ze helder en duidelijk te vertellen wat je ze te bieden hebt?

Aanpassingsvermogen

Ben je in staat en bereid te investeren in het doorontwikkelen van je merk? Lukt het je, om dat aan te passen aan veranderingen en aan nieuwe mogelijkheden?

Authenticiteit

Straal je ook in en door je merk uit, dat je trouw bent en blijft aan jezelf en waar je voor staat?

Samenhang

Werkt je merk door in al je acties? Zullen klanten, gebruikers en opdrachtgevers in staat zijn om je handelen altijd te verbinden met het merk waar je voor zegt te staan?

Relevantie

Past je merk bij wat huidige en toekomstige klanten, gebruikers en opdrachtgevers nodig hebben?

Maatvoering

Kun je je brand op maat vertellen aan specifieke doelgroepen, en toch de essentie ervan overeind houden?

Onderscheid

En onderscheidt je merk je van anderen? Heb je duidelijk iets anders te bieden, of is het meer van hetzelfde?

Begrip

Zouden je klanten, gebruikers, opdrachtgevers aan anderen kunnen vertellen waar jij voor staat en waarom je je geld waard bent? Dòen ze dat ook: zijn ze voor jou een positief werkende relatie, een doorverwijzer?