
STAP 3 | BRAND BEPALEN

Checklist brandcriteria

Feiten bespreken, ideeën uitwisselen, discussiëren, brainstormen, binnen en buiten de kaders denken... Tijdens de brandingworkshop(s) gebeurt er van alles. Alle output gaat na afloop mee met de branding professional en hij of zij gaat er namens u 'chocola van maken'. Maar hoe checkt u nu zelf of de streetbrand die eruit komt rollen van goede kwaliteit is?

Een krachtig (street)brand is in een paar woorden - die emoties oproepen die met uw straat of gebied zijn verbonden - te vatten. Let op; deze woorden hoeven niet hetzelfde te zijn als uw pay off, slogan, claim of uitsmijter. Maar uw promotie-uitspraken zijn er uiteraard wel op gebaseerd.

Een goed (street)brand is

1. Geloofwaardig
2. Betekenisvol
3. Onderscheidend
4. Ervaringsgericht
5. Authentiek
6. Doelbewust
7. Herkenbaar
8. Meetbaar
9. Te onthouden
10. Aantrekkelijk

Criteria voor een goed (street)brand

1. U beleeft een duidelijke emotie aan de brand. Bijvoorbeeld vrijheid (Harley-Davidson), eenvoud (HEMA), veilig (Volvo) of luxe (Cartier).

2. U gelooft wat u ziet, leest of hoort. Uw waarneming klopt met de belofte van de brand.
3. U hecht waarde aan de brand; hij is relevant en leeft. U zegt bijvoorbeeld: 'Ik ga morgen winkelen in het Fashion and Museum district.'
4. U ervaart kracht en focus in het design van de brand.
5. U vindt de brand herkenbaar en aantrekkelijk.
6. U wilt zich profileren of associëren met de brand.
7. U kunt niet precies zeggen uit welke tijd de brand is

Tip → Geloof u zelf in de beloften die uw brand oproept?

Praktisch

8. Alle - maar ook alleen - ondernemers in uw straat of gebied kunnen de streetbrand gemakkelijk gebruiken en toepassen.
9. De streetbrand is beschermd maar aanpassingen zijn mogelijk.