
STAP 3 | BRAND BEPALEN

Profiel branding professional

De voorbereidingen zijn gedaan; de ondernemers in uw straat of gebied zijn er klaar voor en hebben er zin in, het doel is duidelijk, alle informatie is aanwezig... u gaat branden! Dat wil zeggen: uw eigen streetbrand bepalen. Onder leiding van een 'ervaren marketing of reclamestrateg'; een branding professional.

Branding is het bouwen van 'een unieke en onderscheidende merkbeleving bij consumenten'. Het is een vak wat u in meerdere gedaanten tegen kunt komen in de marketing-, reclame- en communicatiewereld. Er zijn branding strategen, branding adviseurs, brand designers, brand managers en nog veel meer varianten. Maar wie moet u hebben?

Competenties

Ga voor uw streetbrandingtraject op zoek naar een branding professional die het volgende 'meeneemt':

1. kennis van en ervaring met het ontwikkelen van branding strategieën* voor mensen, organisaties en/of gebieden
2. affiniteit met retail, horeca en dienstverlening
3. strategisch/analytisch denkvermogen
4. 'hands on' mentaliteit
5. overtuigingskracht en sociaal vaardig
6. creatief en nieuwsgierig

7. inspirator en coach

*een branding strategie is veel méér dan een creatief concept, logo of idee. Een branding strategie voor een winkelstraat of –gebied beschrijft de belangrijkste kwaliteiten waarmee zij zich bij haar doelgroep(en) kan onderscheiden van haar concurrenten. Dit noemen we kern- of merkwaarden en positionering. Uit deze positionering – die u ook de 'gewenste identiteit' van de straat of het gebied zou kunnen noemen – zijn de richtlijnen af te leiden voor de inhoud en de zogeheten 'tone of voice' van alle communicatie rond de te bouwen streetbrand. Branding strategie komt tot stand na een grondige analyse van de straat of het gebied, de doelgroep(en), de concurrentie en de context van de markt, de maatschappij en de openbare ruimte. Een goede branding strategie is geloofwaardig, relevant, onderscheidend, actueel en toekomstgericht.