

# Het hart van je merk

---

Formuleer je reden van bestaan, je visie, missie en kernwaarden om jouw merk een sterke basis te geven.

# Purpose

- ▶ **Wat zijn de redenen dat je als bedrijf bestaat? (*idealen, dromen*)**
- 



## Voorbeelden

---

### **Fitbrand**

Wij bestaan om ondernemers te helpen aan een sterke en eigentijdse merkidentiteit.

### **Tony's Chocolonely**

100% slaafvrije chocolade maken.

### **Casper**

Wij geloven dat slaap de superkracht is achter alles wat mensen doen.

### **Tesla**

Om de overgang van de wereld naar duurzame energie te versnellen.

### **Patagonia**

Bouw het beste product, veroorzaak geen onnodige schade, doe zaken om te inspireren en implementeer oplossingen voor de milieucrisis.

### **IKEA**

Om het dagelijks leven van veel mensen te veraangenamen.

### **Charles Schwab**

Beleggers helpen zichzelf te helpen.

### **TED**

Ideeën verspreiden.

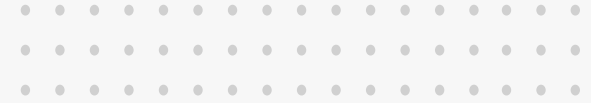
### **Southwest Airlines**

We verbinden mensen met wat belangrijk is in hun leven.

# Visie

## ► Welke toekomst wil je creëren? Hoe ziet die toekomst eruit?

---



## Voorbeelden

---

### **Fitbrand**

Elke ambitieuze ondernemer de kans geven om zijn of haar merk duurzaam te laten groeien.

### **Casper**

We zijn er om het potentieel van een goed uitgeruste wereld te laten ontwakken.

### **Efteling**

De missie en visie van de Efteling zijn samengevat in één woord: Betovering.

### **Microsoft**

Elk individu en elke organisatie op de planeet in staat stellen om meer te bereiken.

### **Netflix**

Het doel van Netflix is om de beste wereldwijde entertainment distributie service te worden.

### **Uber**

Slimmer vervoer met minder auto's en een grotere toegankelijkheid. Vervoer dat veiliger, goedkoper en betrouwbaarder is; vervoer dat meer werkgelegenheid en een hoger inkomen voor de chauffeurs oplevert.

### **Oxfam**

Een wereld zonder armoede.

### **Salesforce**

Wij geloven dat achter ondernemen de gedachte schuilt om de wereld te willen verbeteren en wij werken eraan om ervoor te zorgen dat Salesforce een platform voor verandering is door de behoeften van al onze belanghebbenden - werknemers, klanten, partners, gemeenschappen en het milieu - te behartigen.

### **Alzheimer's Association**

Een wereld zonder Alzheimer.

# Missie

## ► Waarom ben jij hier? Hoe geef jij vorm aan de toekomst?

---



## Voorbeelden

---

### Fitbrand

Wij geven alles voor een sterk merk.

### Casper

We zetten de standaard voor het nieuwe slapen.

### Kromkommer

Redden van alle 'gekke' en 'overgebleven' groenten en fruit die anders verspild zou worden.

### Coolblue

Alles voor een glimlach.

### Nike

Inspirerend en innoverend zijn voor elke elke atleet\* in de wereld.

\*Als je een lichaam hebt, ben je een atleet.

### Yeti

Bouw de koeler die je elke dag zou willen gebruiken.

### Spotify

Onze missie is om het potentieel van de menselijke creativiteit te ontsluiten door een miljoen creatieve kunstenaars de kans te geven om van hun kunst te leven en miljarden fans de kans te geven om ervan te genieten en erdoor geïnspireerd te worden.

### Netflix

We garanderen onze klanten een uitstekende service, onze leveranciers een waardevolle partner, onze investeerders vooruitzichten op een mooie gezonde groei en onze medewerkers een aantrekkelijke impact.

### Dropbox

We zijn hier om de creatieve energie van de wereld te ontsluiten door een meer geavanceerde manier van werken mogelijk te maken.

# Waarden

## ▶ Hoe ga jij je missie, visie en doelen uitdragen?

Je kernwaarden zijn het DNA van je bedrijf. 3-5 zijn een goede start.

## Voorbeelden

### **3SIXTY5**

*Passion is your Drive*

Alles wat we doen is vanuit de passie om mensen te helpen. De cliënt moet dit iedere sessie weer opnieuw merken.

*Deliver Results*

Wij bestaan omdat we resultaat leveren. Wij beschikken over de kennis, vaardigheden, de tools en de drive om mensen te veranderen.

*Learn for Life*

Je staat altijd open voor feedback en persoonlijke ontwikkeling. Mentale en fysieke groei zijn essentieel voor langdurig succes.

*Worldclass*

Wij onderscheiden ons door het constante streven naar perfectie in alles wat we doen. Niet alleen tijdens sessies, maar ook daarbuiten. We doen iets heel goed of we doen het niet.

*Be Proactive*

Bij 3SIXTY5 zijn we altijd sneller, eerder en scherper dan onze cliënten. Proactief zijn in de klantvriendelijk-

heid, benadering, communicatie en service maakt ons onderscheidend en verhoogt onze standaard.

*Your Love is Tough*

We gaan een lange termijn relatie aan met de cliënt. En een zeer intensieve relatie. Wij worden ingehuurd door onze cliënten, omdat wij iets kunnen dat ze zelf niet kunnen.

### **Walt Disney**

- Geen cynisme
- Het koesteren en verbreiden van 'gezonde' Amerikaanse waarden
- Creativiteit, dromen en fantasie
- Fanatieke aandacht voor consistentie en details
- Het bewaren en beheersen van het imago van Disney

Kom je er zelf niet uit met je nieuwe  
concept of de strategie van je merk?

PLAN EEN CALL

