

mad
about
you.

We are mad about you
Corporate branding

mad
about
you.

Positioneer jouw organisatie
op onderscheidende wijze

mad
about
you.

Wat is corporate branding?
3 misvattingen en een case

BRAND?

Merk?

BRAND / Merk?

BRAND /Merk

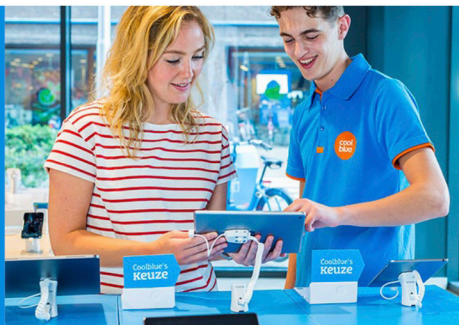


1

~ Ah, is dat
het logo? ~

cool
blue

alles voor een glimlach[®]



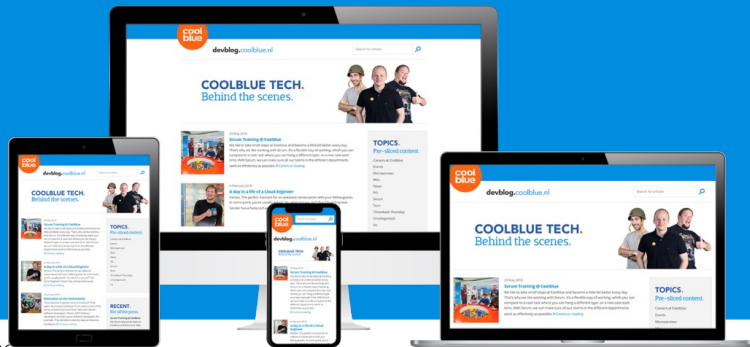
WERKEN BIJ COOLBLUE
Vrienden gezocht.

Wil je weten wat werken bij Coolblue écht zo leuk maakt? Lees dan alles over onze vriendencultuur.

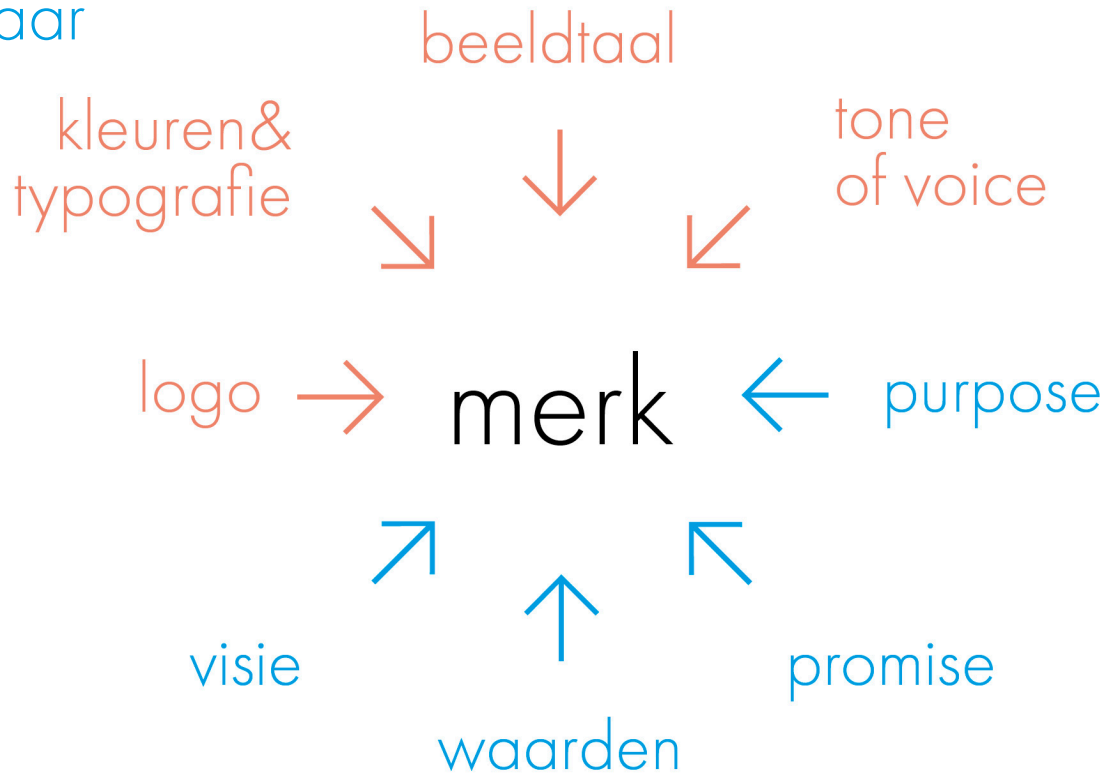
► Lees meer



OPHALEN
Pakketjesparadijs



zichtbaar
onzichtbaar



“A brand is the sum of all expressions by which a company intends to be recognized.”

InterBrand

“Your brand is what other people say about you when you’re not in the room.”

Jeff Bezos, Amazon

Een sterk corporate brand is een weergave van de essentie van je business.

helderheid / onderscheidend / inspirerend

2

~ Ah, is dat
dan voor
klanten? ~



WERKEN BIJ COOLBLUE.

Vrienden gezocht.

Wil je weten wat werken bij Coolblue écht zo leuk maakt? Lees dan alles over onze vriendencultuur.

► [Lees meer](#)

AUGMENTED REALITY.

Ik zie ik zie wat jij niet ziet.

➤ Lees meer



eensgezindheid

essentiële antwoorden

focus

keuzes in het hele bedrijf

betrokkenheid

3

~ Ah ok,
maar dat is
toch duur? ~

gevoelsbeleving / experience /
doelgroep bereiken / emoties /
perceptie / ontastbaar / lovebrand
relevantie / conceptueel / verhaal / ...

marketing professionals

$$P = Q \times P - C$$

(PROFIT)

(QUANTITY)

(PRICE)

(COST)

accounting professionals

vereenvoudiging
voorkeur
vertrouwen

Iedereen weet dat het maar om één ding gaat:
het waarmaken van die ene merkbeloofte

De essentie van je business? 3 kritieke vragen

Elke dag worden we met heel
wat vragen geconfronteerd, maar
waar vinden we de antwoorden?

marketing / hr / innovatie / sales / cx support / ...

De essentie van je business

3 kritieke vragen



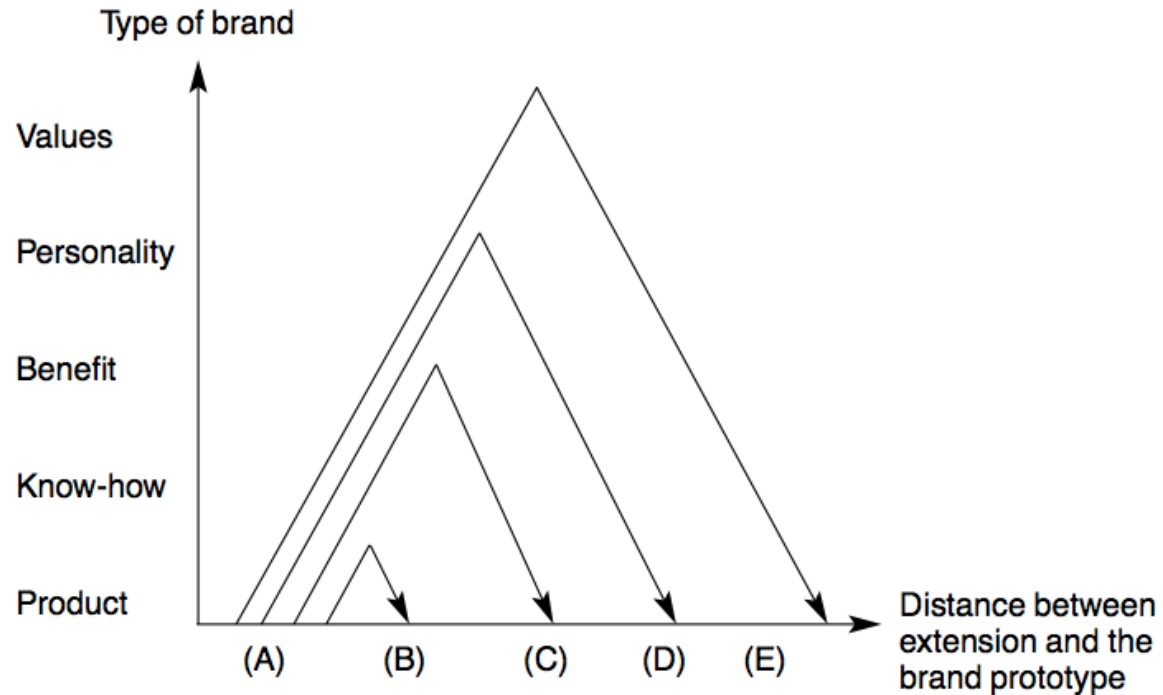
De essentie van je business

3 kritieke vragen



en, en, en, en ook ...

Wat kan ons
geloofwaardig
laten groeien?



Wat kan ons
geloofwaardig
laten groeien?



Wat kan ons
geloofwaardig
laten groeien?



Wat kan ons
geloofwaardig
laten groeien?



Wat kan ons
geloofwaardig
laten groeien?







Rijplezier



Voorsprong



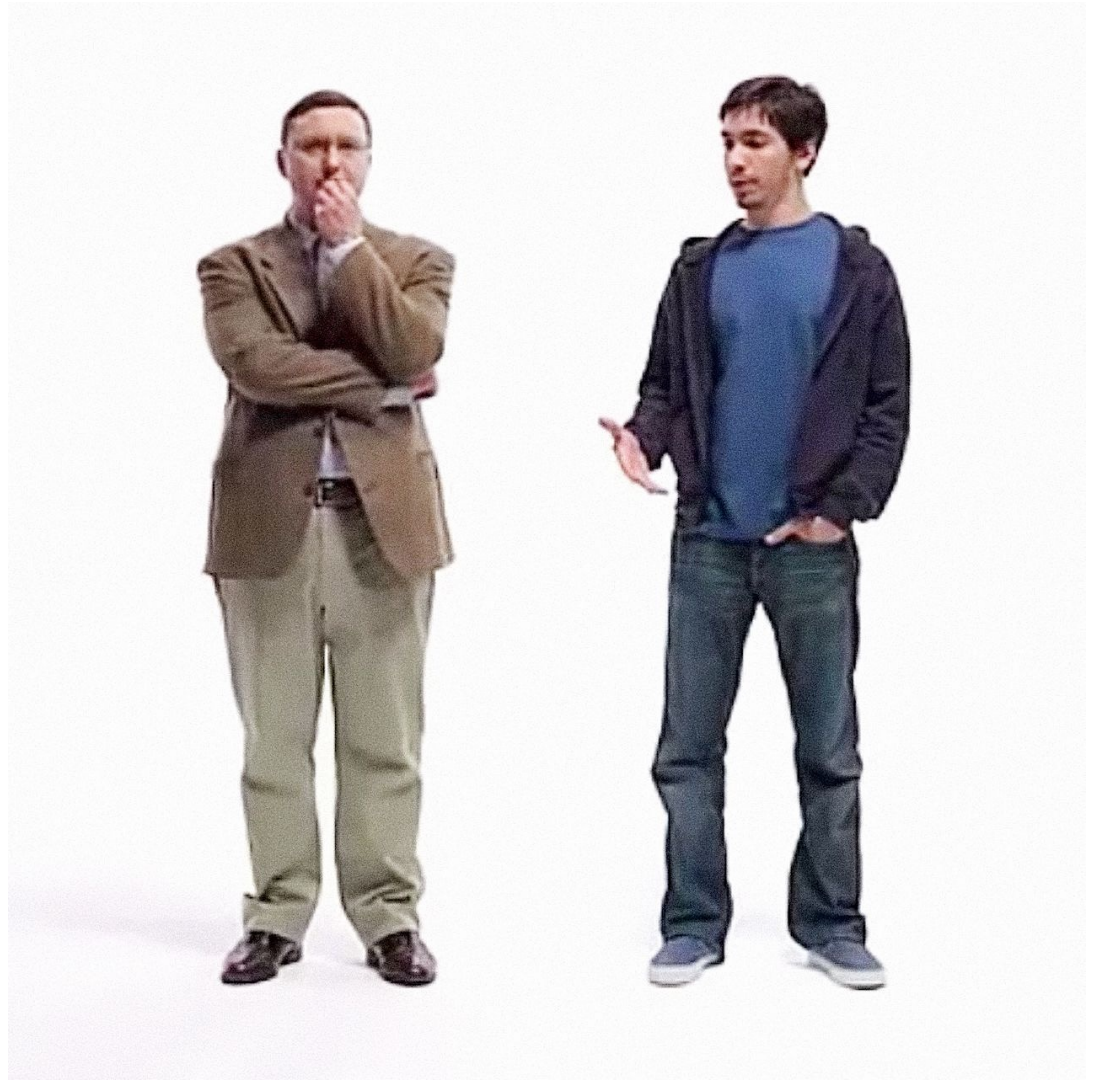
Glimlach

De essentie van je business

3 kritieke vragen



persoonlijkheid & attitude



waarden



“De waarden van een organisatie moeten niet alleen weerspiegelen hoe het bedrijf zaken wil doen, maar ook wat ze bereid is op te geven.”

De essentie van je business

3 kritieke vragen



“People don't buy what you do;
they buy why you do it. And
what you do simply proves
what you believe.”

Simon Sinek

De essentie van je business

3 kritieke vragen



~ Ok, maar
werkt het dan
echt zo? ~

FLOWTRACK TRAVEL

nieuwe activiteiten
nieuwe groei

FLOWTRACK surf

Surf holidays in France & Spain
Target group: 16-25y

FLOWTRACK snow

Winter holidays
Target group: Families

**TRIATLON
STAGES**

FLOWTRACK bike

Mountainbike trips
Target group: 35+



FLOWTRACK TRAVEL

FLOWTRACK TRAVEL
snow bike surf



ke
nds

(D)
(D)
(R)



en, en, en, en ook ...

Wat is nu de essentie van
onze business?...

Tijd om even na te denken

De essentie van onze business?

- eenheid brengen in het versnipperde aanbod en activiteiten
 - de uiteenlopende marketing & communicatie acties stroomlijnen
 - één helder merkverhaal, waar iedereen achter kan staan
 - onderscheidend van de andere aanbieders
-
- ...vertrouwen winnen

Remember, een brand is meer dan een logo?



De essentie van je business

3 kritieke vragen



De essentie van Flowtrack antwoorden:





A scenic landscape at sunset with a winding road, mountains, and a white brushstroke graphic. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the scene. The road is paved and leads into the distance, flanked by low-lying vegetation. In the background, there are rolling hills and mountains under a clear blue sky. A white, brushstroke-like graphic of a winding path is superimposed over the sky and mountains.

flowtrack

Destination Feelgood.

- DISCOVER WHAT WE DO -



~ Ah, is dat
het logo? ~



~ Ah, is dat
het logo? ~

een vernieuwde essentie,
vernieuwing van de visuele identiteit

FLOWTRACK TRAVEL
snow bike surf

'what you do'



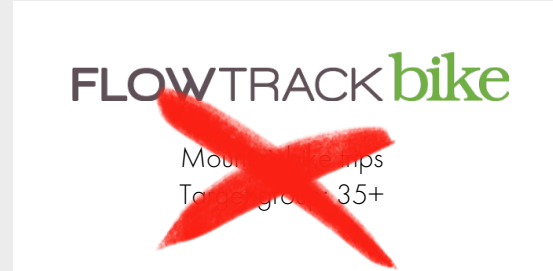
flowtrack

Destination Feelgood.

'why you do it'

~ Ah, is dat
voor klanten? ~

snoeien is groeien,
focus en vernieuwing van het aanbod



~ Ah, is dat
voor klanten? ~

een betere interne werking met crewleden &
duidelijke klanten ervaring

**Real people,
real moments**

**Find your
balance**

**Connect
with people**

**We will
'wow' you**



flowtrack

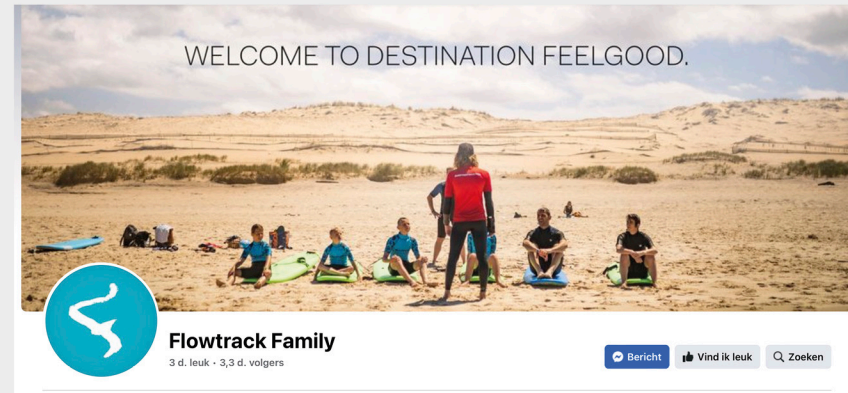
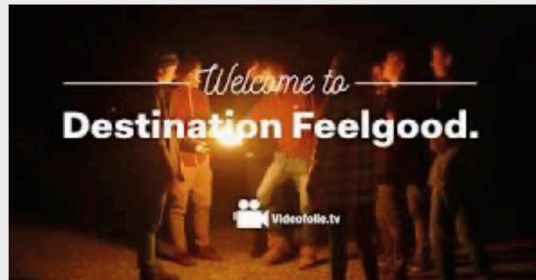
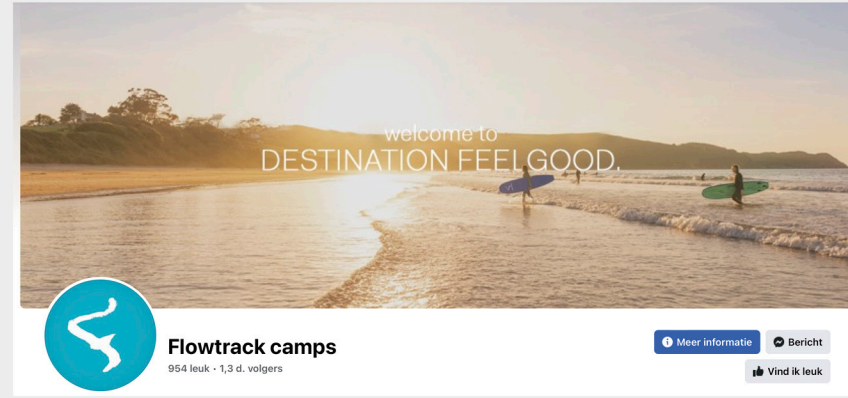
Destination Feelgood.

**Feel the energy,
share the vibe**

**Go with the
good flow**

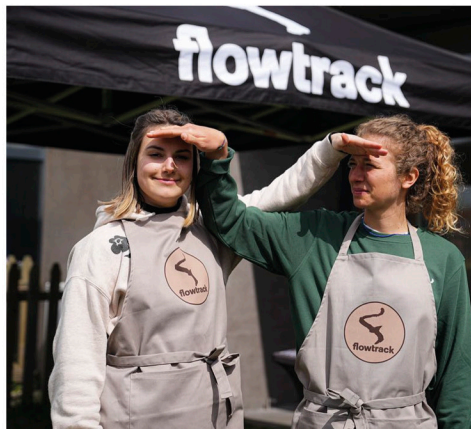
~ Ah, is dat voor klanten? ~

een duidelijke personality & stroomlijning van marketing- en communicatie ideeën



~ Ah, is dat voor klanten? ~

een uniforme beeldtaal & duidelijke doelgroep focus



~ Ah, is dat
duur? ~



~ Ah, is dat
duur? ~

een sterk merk werpt zijn vruchten af!

winter



zomer



Positioneer jouw organisatie
op onderscheidende wijze

3 kritieke vragen
3 lessen voor vandaag

1.

Een merk is meer dan een logo, het is een weergave van de essentie van je business.

2.

Een sterk merk leidt en verbindt een organisatie in al haar beslissingen.

3.

Een sterk merk zorgt mee voor meer omzet en winst.

A photograph of three people standing in front of a brick wall. On the left is a woman with curly blonde hair, wearing a pink long-sleeved top and dark jeans, with her arms crossed. In the center is a man with glasses and a light blue button-down shirt, wearing dark trousers. On the right is a woman with straight blonde hair, wearing a white button-down shirt and blue jeans, with sunglasses hanging from her shirt. The text 'Thank you, we are mad about you' is overlaid in white on the image.

Thank you,
we are mad about you

A photograph of three people standing in front of a brick wall. On the left is a woman with curly blonde hair, wearing a pink long-sleeved top and dark jeans, with her arms crossed. In the center is a man with glasses and a light blue button-down shirt, wearing dark trousers. On the right is a woman with straight blonde hair, wearing a white button-down shirt and blue jeans, with sunglasses hanging from her shirt. The text "we keep it personal," is overlaid in white across the middle of the image.

we keep it personal,

A photograph of three people standing against a brick wall. On the left is a woman with curly blonde hair, wearing a pink long-sleeved top and dark jeans, with her arms crossed. In the center is a man with glasses and a light blue button-down shirt, wearing dark trousers. On the right is a woman with straight blonde hair, wearing a white button-down shirt and light blue jeans, with sunglasses hanging from her shirt. The text 'go for love over looks,' is overlaid in white across the middle of the image.

go for love over looks,

A photograph of three people standing in front of a brick wall. On the left is a woman with curly blonde hair, wearing a pink long-sleeved shirt and dark jeans, with her arms crossed. In the center is a man with glasses and a light blue button-down shirt, standing with his hands on his hips. On the right is a woman with straight blonde hair, wearing a white button-down shirt and blue jeans, with her hands in her pockets. The text 'not the b#llsh!t, just the expertise' is overlaid in white on the image.

not the b#llsh!t,
just the expertise



Evert-Jan De Kort
madaboutyou.eu

mad
about
you.