

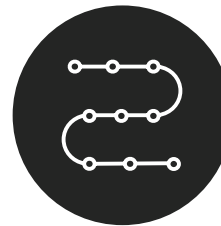
The Three Hour Brand Sprint



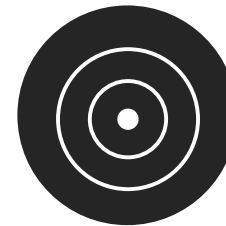
WORKSHEETS VOOR EEN GESLAAGDE
BRANDING SESSIE

Introductie

Wat is de identiteit van mijn bedrijf? Wanneer je de naam van je bedrijf wil bedenken, een logo wil maken, een marketingcampagne wil voeren of de website voor je bedrijf wil maken, stuit je op deze cruciale vraag. Bepalen wie je bedrijf is, is misschien wel het allerbelangrijkste van het starten van een bedrijf. Maar ook voor bestaande bedrijven kan het relevant zijn om stil te staan bij de identiteit van je bedrijf.



20-year-roadmap



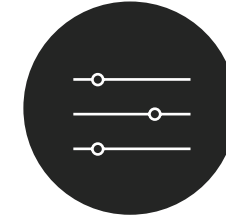
Waarom & wat



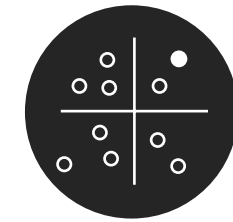
Top 3 waarden



Top 3 doelgroepen



Personality sliders



Competitive
landscape



SESSIEDUUR
3 UUR

Voordat we beginnen...

Wijs een Decider en Facilitator aan

Er zijn twee mensen nodig voor de functies Decider en Facilitator. Die eerste hakt de knopen door, denk hierbij aan de CEO of de manager. De Facilitator stelt de groep in staat om de opdrachten uit te voeren, door de verschillende diagrammen op een whiteboard/flipover bij te houden.

Gebruik een whiteboard of flipover

Verder zijn een whiteboard of een flipover met bijbehorende stiften erg handig om de grafieken overzichtelijk te weergeven en in te kunnen vullen. In sessies als deze is het belangrijk om zo veel mogelijk op te schrijven en te visualiseren zodat iedereen hetzelfde voor zich ziet.

Nodig de juiste mensen uit

Het is belangrijk dat je de oefeningen met de juiste mensen doet. Het spreekt voor zich dat de CEO of de oprichters van het bedrijf erbij zijn, maar ook mensen van marketing- en designafdelingen zijn belangrijk in dit proces.

Houd de tijdsindeling helder

We gaan uit van een drie uur durende sprint, maar je kunt natuurlijk ook een andere tijdsverdeling afspreken. Zorg in ieder geval dat de planning voor iedereen duidelijk is. Hiernaast zie je de planning die wij aanraden.



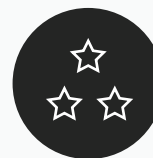
20-year-
roadmap

15 min.



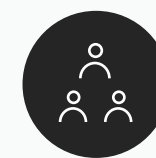
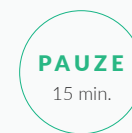
Waarom, &
wat

30 min.



Top 3
waarden

30 min.



Top 3
doelgroepen

30 min.



Personality
sliders

30 min.



Competitive
landscape

30 min.

Note &Vote

Na elke oefening gaan we uitzoeken wat de beste antwoorden zijn. Omdat een lange, chaotische discussie niet constructief is, gebruiken we de Note-and-Vote methode bij elke oefening: een methode om de beste ideeën te kiezen door middel van stemmen.

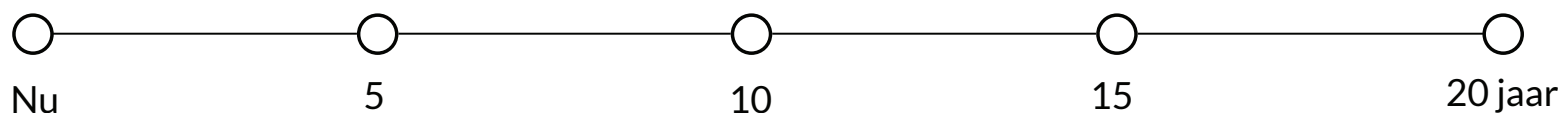
Hoe het werkt

1. Iedereen vult het diagram in
2. Om de beurt leest iedereen hun antwoorden voor
3. De Facilitator noteert de antwoorden op het whiteboard of de flipover
4. Het team bekijkt elkaars antwoorden en schrijft hun favoriete antwoord op
5. Om de beurt leest iedereen hun favorieten voor
6. Er wordt vijf minuten over de favoriete antwoorden gediscussieerd
7. De Decider bepaalt het favoriete antwoord van de oefening

01



15 MINUTEN



20-year-roadmap

In de eerste oefening denk je na over je bedrijf op de lange termijn. Waar sta je nu en waar wil je over, 5, 10, 15 en 20 jaar staan? Probeer je gedachten weg te drijven van waar jullie nu staan en je te focussen op waar jullie naartoe willen. Vul door middel van Note and Vote jouw toekomstbeeld in op de tijdlijn.

*Vergelijk nu iedereen
antwoorden door middel van
Note and Vote*



02

 30 MINUTEN

Waarom, hoe & wat

Dit is misschien wel de belangrijkste oefening van de branding sprint. Hierin ga je nadenken over de intrinsieke motivatie van dit bedrijf en hoe deze motivatie wordt omgezet in jullie producten. Aan de hand van de volgende vragen vul je het diagram in.

1. Wat is het ideaal dat jullie het liefst zouden willen bereiken met jullie bedrijf? In andere woorden: waarom doen jullie wat jullie doen?
2. Hoe willen jullie het 'waarom' bereiken met jullie producten of diensten?
3. Wat doet jullie bedrijf concreet?

*Vergelijk nu iedereen's
antwoorden doormiddel van
Note and Vote*



03

 30 MINUTEN



Top 3 waarden

In de volgende dertig minuten gaan we dieper in op het waarom. Je gaat nu de waardes zoeken die bij het 'waarom' van je bedrijf passen. Vul jouw top drie hiernaast in.

Voorbeelden: eerlijkheid, integriteit, duurzaamheid, betaalbaarheid.



.....



.....



.....

*Vergelijk nu iedereen
antwoorden door middel van
Note and Vote*

04

🕒 30 MINUTEN



Top 3 doelgroepen

Wie is je doelgroep? Nu je de topwaardes van je bedrijf hebt bepaald, moet je weten naar wie je deze waardes moet overbrengen. Bij je doelgroep moet je niet alleen aan het type klant denken, maar ook aan andere personen wiens opinie belangrijk is: concurrenten, de media, de overheid, en ga zo maar door. Bedenk alle mogelijke doelgroepen.



.....



.....



.....

*Vergelijk nu iedereen
antwoorden door middel van
Note and Vote*

05

🕒 30 MINUTEN



Personality Sliders

Nu gaan we nadenken over wat de persoonlijkheid van je bedrijf. Vul de sliders hiernaast in: waar zou je jouw bedrijf plaatsen?

*Vergelijk nu iedereen
antwoorden door middel van
Note and Vote*

Vriend  Autoriteit

Jong & Innovatief  Volwassen & klassiek

Speels  Serieus

Mass Appeal  Elitair

Conventioneel  Rebels

06



Competitive Landscape

Nu we de identiteit van het bedrijf hebben bepaald, rest ons nog één vraag: hoe verhoudt jouw bedrijf zich tot andere bedrijven?

1. Wie zijn jouw concurrenten? Deel ze in in de grafiek hiernaast.
2. Zet nu een stip waar je nu jouw bedrijf zou indelen.
3. Zet nu een ster waar je zou willen dat je bedrijf zou staan. Neem hierin ook mee hoe jij jezelf het beste zou onderscheiden.

*Vergelijk nu iedereen
antwoorden door middel van
Note and Vote*

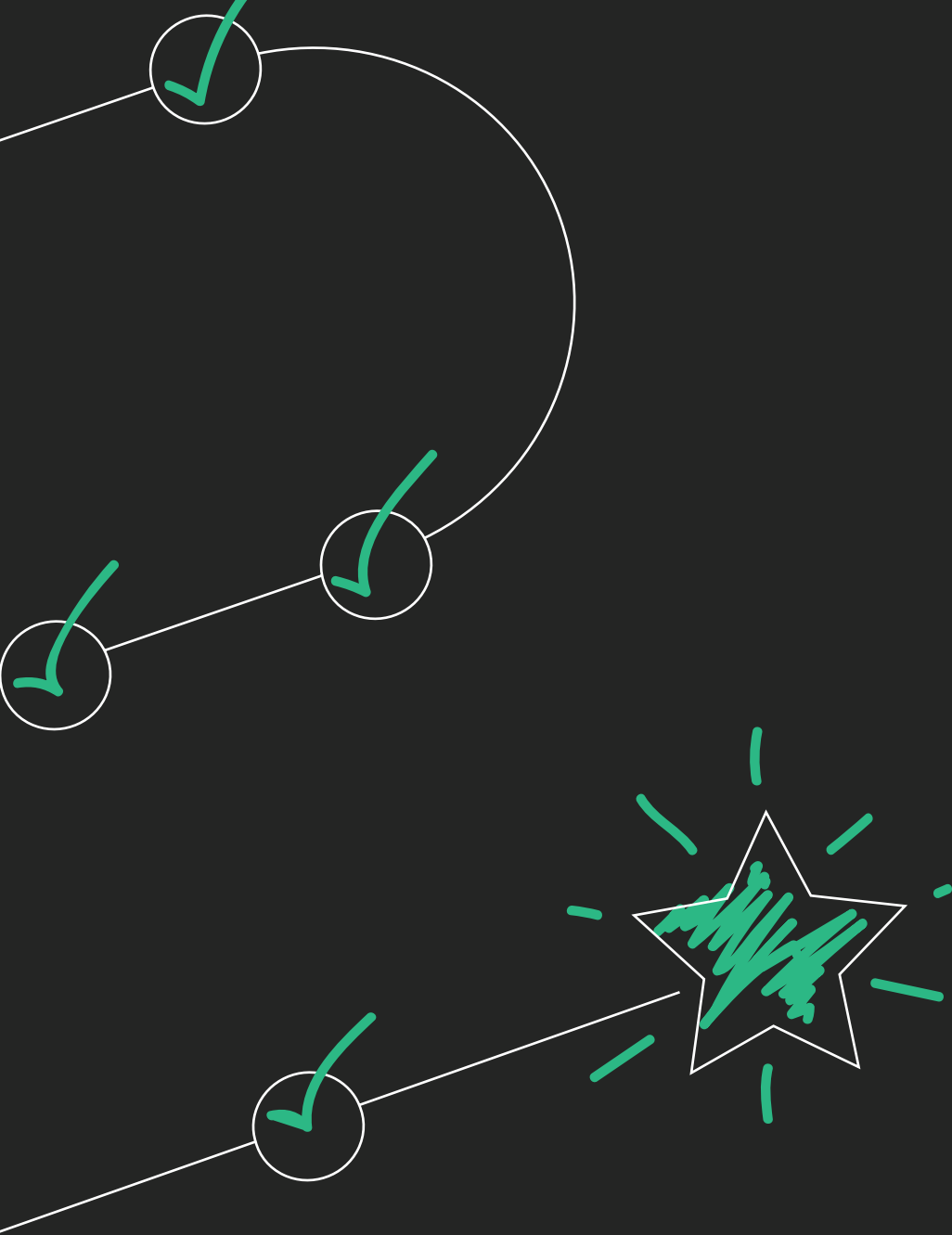
Expressief

 30 MINUTEN

Klassiek

Modern

Gereserveerd



Je bent klaar!

Je hebt nu zes diagrammen die samen een concreet beeld geven over de identiteit van je bedrijf. Bij het maken van grote marketingbeslissingen, zoals de naam van je bedrijf, het logo of de inhoud van een advertentie, heb je een duidelijk overzicht om je te helpen. Daarnaast kunnen

de diagrammen relevant zijn voor nieuwe werknemers of voor samenwerkingen met bedrijven, zodat je altijd en overal de identiteit van je bedrijf kunt uitstralen. De Three Hour Branding Sprint blijft altijd belangrijk: het gaat over wat je doet en hoe je dit doet.