

MERKSTRATEGIE

KAPMES BRANDING

CHECKLIST

BOUW EEN MERK DAT KLOPT

Deze checklist helpt je stap voor stap om je branding te versterken met een doordachte merkstrategie.

Elk onderdeel laat je kritisch kijken naar waar je merk vandaag staat én wat er nodig is om het te laten groeien.

Check de statements eerlijk af, ontdek waar je merkstrategie al goed zit en waar nog werk aan de winkel is.

Tel je checkmarks en aan het einde weet je precies welke acties je moet ondernemen om een merk te bouwen dat klopt, van binnen en van buiten.

1. MERKINZICHT

BEGRIJP WAAR JE NU STAAT

- Ik heb geen idee hoe anderen mijn merk écht zien — intern noch extern.
- Ik weet niet waarin we ons écht onderscheiden van concurrenten.
- Onze communicatie voelt vaak random en mist geloofwaardigheid.

2. DOELGROEP

KEN WIE JE WILT RAKEN

- We praten over onze doelgroep, maar we snappen ze niet écht.
- Geen idee welke kanalen of signalen hen aanzetten tot actie.
- We houden eigenlijk geen rekening met hun leefwereld.





3. MERKFUNDAMENT

LEG JE STRATEGISCHE BASIS

- We hebben geen heldere missie, of niemand leeft ernaar.
- Er wordt geen rekening gehouden met een algemene geen visie bij keuzes of innovatie.
- Onze waarden zijn vaag of vrijblijvend.
- We positioneren ons zoals iedereen.
- Wat we beloven is onduidelijk, te breed of ongeloofwaardig.

4. MERK PERSOONLIJKHEID

GEEF JE MERK KARAKTER

- Ons merk voelt kleurloos of verwarrend qua persoonlijkheid.
- Onze toon verandert elke communicatieuiting afhankelijk van de verantwoordelijke
- Klanten weten niet wat ze kunnen verwachten in stijl of gedrag.

5. VERTELMODEL

VERTEL WAAROM JE ERTOE DOET

- We hebben geen eenduidig verhaal dat onze communicatie draagt.
- Marketing, sales en het team vertellen elk iets anders.
- Wat we vertellen raakt niet of wordt snel vergeten.

6. ACTIEPLAN

MAAK HET MERK WERKBAAR

- Onze merkstrategie blijft steken in theorie.
- Niemand weet wie waarvoor verantwoordelijk is.
- We meten niets, dus we weten niet of we vooruitgaan.

BONUSSTATEMENT

- Als ons merk morgen verdwijnt, zou niemand het merken.

Ontdek hieronder jouw resultaat en actiepunten



JOUW RESULTAAT EN ACTIEPUNTEN

Aan de hand van het aantal bevestigende checks zie je hoe wankel je merkstrategie vandaag is. Hoe hoger je score, hoe meer nood aan verbetering.

18 - 21

ONZICHTBAAR OF STUURLOOS MERK

Je merk mist richting. Hoog tijd voor herpositionering vanaf de basis.

- Organiseer een volledige merkscan (intern + extern)
- Overweeg externe begeleiding om de herstart gefocust aan te pakken

8 - 12

GOEDE BASIS, MAAR INCONSISTENT

Je communicatie mist samenhang.

- Workshop ontbrekende delen van je merkfundament (bv. merkbeloofte of kernwaarden)
- Stel een praktische implementatiegids op voor alle interne teams

13 - 17

FRAGMENTARISCH MERK

Je merkstrategie is deels aanwezig, maar voelt versnipperd en onduidelijk.

- Start met de kern: (her)formuleer missie, visie en positionering
- Bepaal wie je doelgroep écht is en hoe je hen raakt

< 8

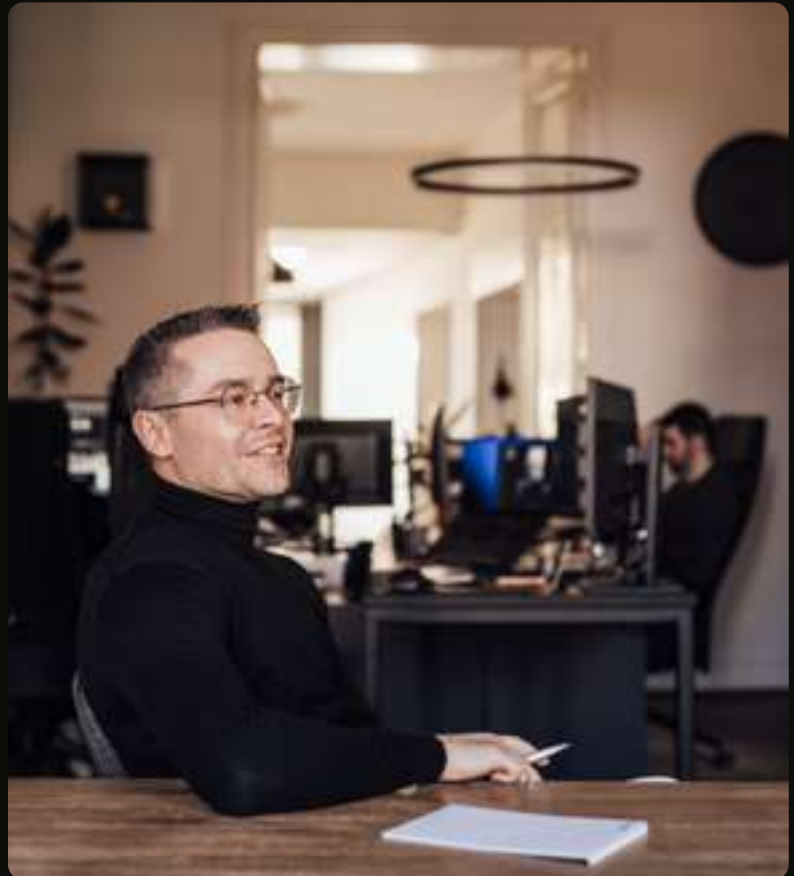
STERK MERKFUNDAMENT

Je merkstrategie staat stevig.

- Monitor periodiek of je merkstrategie nog klopt én leeft
- Meet merkimpact via KPI's zoals herkenning, conversie en merksentiment

DIRECT STARTEN MET DE STRATEGIE VAN JOUW MERK?

Plan via de knop een verkennend gesprek in.



KAPMES BV

info@kapmes.be
+32 471 29 44 23

Spoorwegstraat 24,
3500 Hasselt
0699.542.026

