

VOORBEELD VOORKEUR VAN EEN LEERMIDDEL

Branding

Bekijk de video over branding of lees de tekst in bijlage 1.

Surf naar <https://www.youtube.com/watch?v=JKIAOZZritk> of scan de QR-code. (video)



Beantwoord de volgende vragen.

1. Wat betekent 'branding'?

.....

.....

.....

2. Waarom is branding zo belangrijk?

.....

.....

.....

Branding – Wat is het en waarom is het belangrijk?

Ieder bedrijf krijgt ermee te maken, maar wat is branding en waarom is het belangrijk? Om de betekenis van branding iets beter te begrijpen gaan we een klein stukje terug in de tijd.

Wat is branding?

De definitie van *branding* is door de jaren heen veranderd. Vroeger werd branding gebruikt om aan te geven welke koe van welke boer was door te brandmerken. Branding werd ingezet om aan te geven dat iets van jou was, zodat stelen minder makkelijk was.

Maar dat was niet de enige oorsprong van branding. Branding werd namelijk ook door invloedrijke families gebruikt door met familiewapens aan te geven dat zij tot een bepaalde familie behoorden (zie afbeelding hieronder).

Later werd branding gebruikt op vaten en kratten drank, om deze makkelijker en efficiënter te kunnen transporteren zonder dat ze geopend hoefden te worden. De branding maakte hier duidelijk welke drank in de vaten of kratten zat. Dit zorgde naast een enorme tijds winst voor betere kwaliteit, maar ook voor betere service.

Branding voor je bedrijf

Tegenwoordig wordt branding nog steeds gebruikt om aan te geven dat iets eigendom is, of dat iets gemaakt is door een bepaald merk (garantie voor kwaliteit). Daar stopt het echter niet. Veel mensen denken dat branding gaat om logo's, huisstijlen, adverteren en marketing, maar er komt veel meer bij kijken. De betekenis van branding voor bedrijven gaat om het omzetten van de waarden van het bedrijf in een visuele (en niet-visuele) identiteit die het merk tot in de puntjes vertegenwoordigt.

Die identiteit wordt grotendeels bepaald door merkwaarden. Merkwaarden zijn het DNA van een merk. Deze waarden komen bij goede branding terug in de uitingen en communicatie van een merk, zodat het echt gaat leven bij de consument/klant. Voorbeelden kunnen zijn:



Starbucks: Gezellig, lekker, kwaliteit



Google: Vriendelijk, betrouwbaar, simpel

Branding komt terug in de advertenties die je plaatst, de e-mails die je stuurt, de communicatie met de klant, gesprekken die je voert op social media, de visuele identiteit (logo, huisstijl, visitekaartje, etc.) en de producten die je verkoopt op bijvoorbeeld je website of webshop.

In deze tijd waar consumenten zoeken naar ervaringen, speelt een goede branding een steeds grotere rol voor het succes van je bedrijf. Wanneer je uniek voor de dag komt, helpt het je als organisatie om herkenbaar te zijn en jezelf te onderscheiden van de rest. Branding kan op die manier (net als een website of een winkel) een middel zijn om je dienst/product te verkopen.

Check onze branding casepagina voor een aantal voorbeelden van bedrijven die hun branding hebben laten optimaliseren.

Branding verbeteren?

Hoe verbeter je als bedrijf je branding? Je zou eens kunnen praten met een bureau dat zich specialiseert in branding en strategie. Specialisten kunnen je helpen om de eerste stappen te zetten, bijvoorbeeld met het ontwerpen van een Brand Book. Hierin staan de basisprincipes en regels van een merk verzameld. Een Brand Book kan als een soort bijbel worden gebruikt om branding door te laten dringen in je hele bedrijf.

Voorbeelden slechte branding

Wanneer je doelgroep je merk niet juist ervaart of wanneer je iets compleet anders uitstraalt, is er sprake van slechte branding. Dat betekent dat jouw doelgroep jouw merk op de verkeerde wijze interpreteert. Dat kan enorm grote gevolgen hebben, bijvoorbeeld klanten die bij jouw bedrijf weggaan of wegblijven. Stel je voor; je begeeft je in het hoogsegment van jouw branche en je wordt ervaren als een low-budget merk. Dat wil je voorkomen.

Een ander voorbeeld van slechte branding is een reclame van Pepsi. In dat spotje kwam de boodschap verkeerd aan bij de doelgroep, ze suggereerden namelijk dat rellen konden worden opgelost met een blikje Pepsi, iets wat verkeerd viel bij de consument:

Daarnaast zorgt slechte branding ervoor dat je merk als onbetrouwbaar wordt gezien, waardoor klanten ongetwijfeld weg zullen blijven. Credibility (geloofwaardigheid) is namelijk één van de belangrijkste factoren voor een succesvol merk.

Slechte branding zorgt voor bad business. Als jouw merk niet op de juiste manier wordt ervaren, betekent het dat jouw klanten naar de concurrent gaan of jouw merk/bedrijf helemaal niet zullen overwegen. Niet omdat de diensten die jij verleent van lage kwaliteit zijn, maar omdat jouw merk verkeerd ervaren wordt.

Bron: Bram. (6 december 2019). *Branding – Wat is het en waarom is het belangrijk?*. Geraadpleegd op 3 maart 2021, van LinkU: <https://linku.nl/goede-branding/>