

**VAL OP DOOR  
JE TE  
ONDSCHIEDEN**

*@onlinejungle*

**ONLINE JUNGLE**

*Digital Marketing*



## VAL OP DOOR JE TE ONDERSCHIEDEN

**Als ondernemer je onderscheiden van jouw "concurrenten" is misschien wel het allerbelangrijkste. Want waarom zou een potentiële klant voor jou kiezen, terwijl jouw "concurrent" precies hetzelfde doet en misschien wel al veel langer dan jij!**

**In deze freebie geef ik jou tips en tricks hoe jij van jouw bedrijf een onderscheidend sterk merk maakt, waardoor je herkend wordt én je naamsbekendheid vergroot wordt.**

**P.S. Vergeet [@onlinejungle](#) niet te taggen wanneer je met deze freebie aan de slag gaat ;-)** #vindikleuk

**ONLINE JUNGLE**  
*Digital Marketing*

**[WWW.ONLINE-JUNGLE.NL](http://WWW.ONLINE-JUNGLE.NL)**

# 1. PRODUCTEN EN/OF DIENSTEN

**We beginnen bij de basis en dat is het omschrijven van jouw producten en/of diensten. Je kunt dit het beste doen door twee kolommen te maken. Aan de linkerzijde schrijf je jouw producten en/of diensten onder elkaar en aan de rechterzijde wat hier zo speciaal aan is.**

**Je doet dit zodat je een duidelijk overzicht krijgt van jouw producten en/of diensten én om erachter te komen wat jouw product en/of dienst zo speciaal maakt en anders dan jouw "concurrenten".**

**Deze beschrijvingen kun je later ook weer gebruiken voor jouw webteksten en socials! #winwin**



## 2. CONCURRENTIEONDERZOEK

Ik hoor je denken "Concurrentieonderzoek? Het gaat er toch om dat je onderscheidend bent en dat je je concurrenten niet na doet?" Précies. Maar dan moet je wel weten hoe je concurrenten het aanpakken.

Maak daarom een lijst van jouw "concurrenten" en speur hun website en socials af om te zien wat zij goed en minder goed doen, waarbij je continu de volgende vraag in gedachten houdt: "Wat doe ik anders of beter dan zij?".

**!!! Pas bij concurrentieonderzoek daarom goed op dat je je focust op hoe jij je kunt onderscheiden, zodat je je concurrent niet (on)bewust na gaat doen. Zie je concurrenten daarom als een inspiratiebron, waardoor je creatieve brein aangewakkerd wordt om op te vallen.**

Nadat je hun website en socials onder de loep hebt genomen, pak je je omschrijvingen uit de eerste opdracht erbij en vul je deze aan met jouw ondervindingen. Kom je erachter dat er bepaalde zaken totaal niet bij jouw concurrenten voorkomen die jij wel aanbiedt? Onderstreep, markeer, omcirkel,.. deze dan! Het is namelijk belangrijk dat jij deze zaken extra goed gaat belichten, zodat jouw doelgroep snel ziet waarom jouw brand anders is.



# 3. DOELGROEP

Je weet nu hoe jouw concurrenten het aanpakken en daarom precies hoe jij je kunt onderscheiden. Maar naar wie moet jij je gaan onderscheiden en wie is jouw ideale klant om jouw product en/of dienst aan te verkopen? Daarom ga je aan de slag met doelgroeponderzoek om vervolgens jouw perfect customer te formuleren.

Je kunt dit het beste doen door eerst het probleem van jouw doelgroep te omschrijven. Kortom: Wat is het probleem van jouw doelgroep waar ze jouw producten en/of diensten voor nodig hebben om het op te lossen? En wie is deze groep waar jij het probleem van op kunt lossen? Doe vervolgens onderzoek wie last heeft van dit probleem en wie jij dus kunt gaan helpen.

Nu je een beter beeld hebt van jouw doelgroep, ga je aan de slag met het omschrijven van jouw ideale klant. Je doet dit door een persona op te stellen van jouw perfect customer. Beschrijf jouw ideale klant daarom door de volgende vragen te beantwoorden:

- Hoe oud is hij/zij?
- Wat is zijn/haar beroep?
- Hoeveel geld verdient hij/zij?
- Waar woont hij/zij?
- Familie gezin situatie?
- Wat is er bijzonder aan hem/haar?
- Waar is hij/zij online te vinden?
- Leest hij/zij kranten, magazines (offline)?
- Wat zijn zijn/haar hobbies?
- Waarom besloot hij/zij om jouw product aan te schaffen of gebruik te maken van jouw dienst?
- Waarom zou hij/zij besluiten om jouw product niet aan te schaffen of geen gebruik te maken van jouw dienst?
- Hoe spreek je hem haar aan? (Voornaam en je of meneer/mevrouw en u?)



Last but not least: Geef hem/haar een naam om er écht een persoon van te maken.

Je denkt nu misschien "Wat een werk!", maar je krijgt nu een goed beeld van jouw ideale doelgroep, waardoor je weet waar je hem/haar kunt bereiken en aan kunt spreken.

# 5. VISUELE MERKIDENTITEIT

Nu je weet hoe jouw concurrenten het aanpakken, hoe jij je kunt onderscheiden, wie jouw doelgroep is en waar je hem/haar kunt bereiken én aan kunt spreken, is het de hoogste tijd om dit door te trekken naar jouw visuele merkidentiteit. Jouw visuele merkidentiteit maakt het plaatje compleet om een sterk onderscheidend merk neer te zetten. Deze visuele uitingen worden óveral doorgetrokken. Dus niet alleen op je website, maar ook op je social kanalen én je offline uitingen.

1. Stel een kleurenpallet op van 2-5 kleuren die je gaat gebruiken in je uitingen en noteer hier de kleurcodes van.
2. Kies jouw lettertype en noteer hier de fontnamen van. (Kies max. 3 lettertypes die elkaar complementeren)
3. Heb je al een logo? Omschrijf je logo, waarom heb je voor dit logo gekozen en waar en hoe mag je logo gebruikt worden?
4. Ga vervolgens aan de slag met een moodboard. Het is namelijk niet alleen belangrijk om consistent te zijn qua kleuren en lettertypes, maar ook qua fotografie en illustraties. (TIP: Handig hierbij is om een besloten Pinterestbord aan te maken, waar je niet alleen reeds gemaakte illustraties en foto's van jouw brand aan toe kunt, maar ook inspiratiepins. Gebruik deze Pins puur ter inspiratie en gooi er altijd je eigen sausje overheen.)

Hou bij het opstellen van jouw merkidentiteit weer continu in gedachten hoe jij je kunt onderscheiden ten opzichte van jouw concurrenten. Vind je de kleuren combinatie geel met roze van jouw concurrent mooi? Kies dan tóch voor een andere combi!

**TIP:** Om jouw visuele uitingen goed door te trekken is het handig om een Canva account aan te maken. Hierbij kun je namelijk sjablonen aanmaken die je continu weer kunt gebruiken voor jouw verschillende uitingen. Het handige hierbij is dat je jouw lettertype en kleuren toe kunt voegen, waardoor jouw uitingen consistent doorgevoerd kunnen worden. Belangrijk hierbij is dat je je aan je sjablonen houdt! Gebruik daarom niet continu een ander sjabloon, want zo zul je nog niet herkend worden.



# 6. WEES CONSISTENT



**Consistentie is KEY! Door consistent te zijn en je te houden aan aan jouw merkidentiteit, zul je zien dat je een sterk merk neerzet. Hiermee wordt het totaalplaatje van jouw bedrijf bedoeld, dus zowel de producten en/of diensten die je aanbiedt, maar ook de doelgroep die je wilt bereiken, je boodschap, je tone-of-voice en je look & feel.**

**Zorg er daarom voor dat de keuzes die jij maakt voor de lange termijn werkbaar zijn, zodat jouw doelgroep ook écht een goed en eenduidig beeld van jouw merk of organisatie krijgt.**

**Maar blijf verrassen en wees origineel! Want door jouw doelgroep te blijven verrassen zorg je ervoor dat je naamsbekendheid vergroot wordt en je top-of-mind blijft.**

## **Doe dit door:**

- ...je teksten eventueel nét even anders te schrijven dan anderen**
- ...een rubriek te introduceren waarbij je bijvoorbeeld iedere week antwoorden geeft op bepaalde vraagstukken (uiteraard voorzien van een originele naam!)**
- ... foto's te laten maken op een originele locatie die jouw merkverhaal juist weer versterkt**
- ...jouw klanten een origineel cadeautje op te sturen dat weer bij jouw merk past**
- ...je kantoor zo in te richten dat jouw merkidentiteit op een originele manier doorgevoerd wordt**
- ...een toffe originele marketingactie te starten waarbij je opvalt en misschien zelfs wel viral gaat!**

**Óf totaal iets anders waarmee jij je kunt onderscheiden en anderen nog niet aan gedacht hebben. Want hoe origineler hoe beter!**

**Dat was 'm dan! Mijn tips om ervoor te zorgen dat jij een sterk merk neer kunt zetten door juist te focussen op hoe jij je kunt onderscheiden. Zodra je dit allemaal in hebt gevuld heb je de basis gelegd voor een brandbook, waarna je aan de slag kunt met een marketingplan.**

**Ben je enthousiast geworden, maar kun je nog wel wat hulp gebruiken? Boek dan nu een Coffee Consultancy, waarbij wij samen aan de slag gaan met jouw brandbook! Gebruik de kortingscode 'daretobedifferent' in de online-jungle.nl webshop en ontvang 10% korting. (Deze korting geldt tot 1 september 2020)**

**Wil je liever dat wij aan de slag gaan met jouw brandbook of marketingplan. Stuur dan gerust een DM'tje @onlinejungle**

*Liefs,  
Vyella*



**WWW.ONLINE-JUNGLE.NL**