



Corporate Brandstation-methodiek

Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

Waarom Corporate branding?

Corporate branding leidt ertoe dat de aantrekkingskracht van een organisatie groter wordt, de reputatie verbetert en het onderscheidend vermogen toeneemt. Ook vergroot corporate branding de trots en tevredenheid onder medewerkers.

Onze methodiek

Bureau Buhrs werkt bij het positioneren van organisaties volgens de Brandstation-methodiek. De vier figuren in het logo symboliseren de vier essentiële 'stations' die bezocht moeten worden om te komen tot een goede positionering. Samengevat bestaat de methodiek uit de volgende stappen:



Stap 1 Vaststellen opgave positionering: Via deskresearch, startgesprek en/of interviews starten wij met het vaststellen van de opgave voor de organisatie.

Stap 2 Invullen positioneringsdriehoek:

- De organisatie: missie, visie, identiteit en cultuur.
- Het speelveld; de kracht van de organisatie tav vergelijkbare organisaties. Wat is je kracht? Op welke (maatschappelijke) thema's moet je je laten zien?
- De doelgroepen: wat verwachten je klanten en stakeholders?



Na het invullen van de positioneringsdriehoek is het duidelijk wat de sterke en zwakke punten van de organisatie zijn, wie de (potentiële) doelgroepen en stakeholders zijn, waar de organisatie staat in zijn speelveld en waarin de organisatie onderscheidend is. Op basis hiervan stellen wij samen een positioneringsrichting voor.

Stap 3 Invullen van de brandbox: Na de keuze voor de positionering vullen wij de positionering tot in de essentie in en maken wij er een 'merk' (brand) van. Het resultaat is een uitgebreide merkbeschrijving.



Stap 4 Invullen communicatiecirkel: Op basis van de gekozen positioneringsrichting en de uitgewerkte brand werken wij een visueel campagneconcept uit. Daarna (ast) wordt de communicatiestrategie voor de lange en korte termijn uitgestippeld. Onderdeel van de strategie is vaak ook een voorstel voor een organisatiestructuur.



Stap 5 B = Bewijs, Beleid, Bouwen: In deze fase gaat het om het optimaal ontwikkelen van beleid en producten die passen bij de positionering van de organisatie en dit actief uitdragen om de positionering steeds weer te bewijzen. Hierbij hebben wij ook aandacht voor de interne doorvertaling van de positionering.



Geïnteresseerd in wat corporate branding kan betekenen voor uw organisatie?

Neem contact met ons op voor meer informatie of een (vrijblijvend) gesprek:

Bureau Buhrs | A Lab | Lab.205 | Overhoeksplein 2 | 1031 KS Amsterdam |
Postbus 3322 | 1001 AC Amsterdam | www.bureaubuhrs.nl |
info@bureaubuhrs.nl | 020-6325805