



BRANDINGBUREAU TOON MAAKT MERKEN BETEKENISVOL

‘ALLEEN EEN MERK DAT RAAKT VANUIT HET HART GEEFT ENERGIE’

Als je met eigenaar Ralph Thijsen praat over het werk van Toon heb je het al snel over de nadruk op missiegedreven ondernemen. Bedrijven helpen om fundamentele keuzes te maken, over het zoeken naar en benoemen van het hogere doel. Over het creëren van duurzaam concurrentievoordeel dat een verandering teweeg brengt bij klanten en medewerkers.

Ralph Thijsen: “Dan kijk je samen met ons niet alleen naar je bedrijf, maar ook naar je omgeving. Naar je betekenis voor jouw klanten, medewerkers en de maatschappij, naar je normen en waarden en naar je overtuigingen. Je hebt het over de lange termijn en de stip op de horizon. Dat maakt van ons een strategisch brandingsbureau met een stevige reputatie in Mid-den-Nederland. Daar past ook onze recente verhuizing bij. Naar een pand dat bij ons past, niet alleen als duurzame werkomgeving, maar vooral ook als een prettige en toegankelijke omgeving voor onze klanten.”

WAT IS BRANDING?

Bij branding heb je het over het bouwen aan een merk. Merken kunnen van alles zijn, denk aan producten, diensten, organisaties of, personen. Ralph Thijsen: “Branding is geen strijd tussen producten of diensten. Het is een strijd om percepties. De klant of medewerker heeft een aantal keuzes in leveranciers en werkgevers, die vaak ongeveer hetzelfde aanbod hebben. De winst wordt behaald door het creëren van merkvoorkeur.”

LOS HET PROBLEEM OP!

Volgens Ralph Thijsen staat het probleem centraal. “Hoe maak je je merk betekenisvol? Los het grote probleem van je klant op! Steek de meeste tijd in het definiëren van het probleem binnen jouw werkgebied, dan is de oplossing zo bedacht. Hij geeft een voorbeeld. “Stel een bedrijf is actief in kantoorautomatisering. De wens van de klant is dat kantoorautomatisering helpt

met efficiënter en prettige werken. Maar zijn angst is dat ICT traag is, altijd lastig, ingewikkeld en duur. Dan zou een oplossing voor het probleem kunnen zijn om voor eenvoud als positionering te kiezen. Op die manier los je dus een herkenbaar categorieprobleem op en presenteer je jouw merk als de perfecte oplossing.”

FUNDAMENTEEL

Bedrijven die kiezen voor een brandingtraject maken een fundamentele keuze. Branding is geen traject dat je er even bij doet, het is niet alleen iets van de afdeling marketing, het is leidend voor alle afdelingen van je bedrijf. “Dat kun je niet half doen en niet voor een

‘HET GAAT OM GELIJK HEBBEN, MAAR UITEINDELIJK OM GELIJK KRIJGEN’

periode van een half jaar. Je kiest bij branding voor de lange termijn en voor duurzame groei. Het is daarom een doorlopend traject, in alle fases van je klanten- of medewerkersreis. Als merk moet je de aandacht van je doelgroep namelijk steeds opnieuw verdienen. Vandaag de dag moet je merk altijd ‘aan’ staan. Daarvoor maken wij de spraakmakende content. Altijd vanuit dezelfde basis, altijd met je merk als vertrekpunt.”

SUCCESVOLLE MERKEN

Branding heeft eigenlijk alles te maken met kiezen, want als je kiest wordt je gekozen en als je niet kiest, word je makkelijk in een hokje waar je misschien helemaal niet thuis hoort. "Wij zijn fan van de één woord positionering, oftewel de essentie van je merk terugbrengen naar één woord. Denk aan bekende merken als Interpolis: transparantie, BMW: rijplezier, Hertog Jan: perfectie, De Bijenkorf: bijzonder of de Efteling: verwondering. Dit is richtinggevend in alles wat ze doen en ook laten."

FAMILIEBEDRIJVEN

Brandingbureau Toon is aangesloten bij VIA, de branchevereniging die de hele marketingketen (media, data, tech en creatie) verbindt. "Daar hoort een strenge ballotage bij, blinkbaar doen we dingen dus goed. Met

'HET IS EEN NETWERK VAN ASSOCIATIES'

dat traject zijn we zelf gestart door in 2018 een duidelijk keuze te maken voor branding, voor met name regionale klanten en vaak familiebedrijven. Waarom? Omdat zij de focus op de wat langere termijn leggen en omdat zij begrijpen wat missiegedreven ondernemen is. Daar hebben we een abonnementsmodel voor bedacht. Onze klanten kunnen voor een vast maandbedrag rekenen op alle ondersteuning die ze nodig hebben, strategisch, maar ook in onderzoek, ontwerp of in content. We



8



'Een merk bestaat alleen in het hoofd van de gebruiker', aldus Ralph Thijsen.

hebben maandelijks contact, maken rapportages, organiseren webinars en straks ook weer bijeenkomsten. Dat werkt voor alle partijen uitstekend."

VERHUIZING

Brandingbureau Toon verhuisde recent naar De Aaldor 20 in Geldermalsen. "Dit pand is naar onze wensen gebouwd en ingericht, met de begane grond als ons klant domein, met bijvoorbeeld meerdere presentatieruimtes en een keuken. Op de eerste etage bevinden zich alle werkplekken. Bovendien hebben we de beschikking over een eigen foto- en filmstudio. Dat werkt in onze digitale beeldwereld veel beter. We zitten hier pas een maand, maar het past ons als een jas. Heerlijk."

Meer weten of een blik werpen op de klantenportefeuille? Kijk op www.toon.nu of bel 088 1979 000.

