



the
Brand Building
Framework

Een 3-stappenplan om een sterk
en onvergetelijk merk te bouwen.

www.studiosaqia.com | saskia@studiosaqia.com | [@studiosaqia](https://www.instagram.com/studiosaqia)

HEY SOULFULL GAMECHANGER,

Jij hebt iets belangrijks te vertellen, iets wat *diepgang & puurheid* omvat.

Je staat op het punt om een **krachtig merk** te bouwen voor je bedrijf,
en je bent hier op de juiste plek beland om dat te doen.

Het is tijd om afscheid te nemen van een merk dat als losse delen aan
elkaar hangt. Vandaag begin je aan de reis om een betekenisvol merk te
creëren, dat je bedrijf professioneel positioneert. en **meer klanten, omzet
en zichtbaarheid** genereert.

In dit **3-stappen framework** ga ik je voorzien van waardevolle inzichten
en voorbeelden. Je leert precies wat je kan doen om een authentiek merk
te creëren, zodat jij een impact kunt maken op jouw publiek.

Laten we aan de slag gaan en
jouw merkverhaal meer diepgang geven.

Saskia



Een actiegericht *Brand Building Framework* met werkboek en video's voor concrete stappen.

Naast het werkboek krijg je toegang tot **3 aanvullende video's**, waarmee je nog meer waarde uit het framework kunt halen. Begin met het bekijken van de video van hoofdstuk 1 en ga vervolgens terug naar het werkboek om actieplannen uit te werken die bij dit hoofdstuk horen.

Daarna ga je verder naar het volgende hoofdstuk door de tweede video te bekijken, en zo verder. Aan het einde van dit proces heb je 3 video's bekeken en 3 hoofdstukken in het werkboek verwerkt. Bij elk hoofdstuk zijn er ook **extra inzichten en content gedeelt**, denk aan een podcast aflevering of een sociale media post. Om zo nog meer input te geven over het onderwerp. Hierdoor heb je **concrete actieplannen gecreëerd** die je nu verder kunt uitwerken en kunt omzetten in de realiteit. Super veel succes!





Bekijk video 1 *“Omarm jouw visie”*

Duik diep in jouw visie en laat deze overal binnen jouw onderneming terugkomen. Je branding is geworteld in deze visie, maar de echte kracht ligt in de naadloze integratie ervan in alle aspecten van jouw bedrijf. Zo kun je een blijvende impact creëren die mensen echt raakt. Ik help je graag op weg.

[VIDEO 1: OMARM JOUW VISIE →](#)

[VIDEO 1.1: OMARM JOUW VISIE →](#)

Video 1

Wees consistent en breng je visie overal in terug.

✓ Verdiep je merkverhaal:

Ga dieper in op je merkverhaal en ontdek manieren om het authentieker en aantrekkelijker te maken. Identificeer wat jouw merk uniek maakt en hoe je dit kunt overbrengen om een emotionele connectie met je klanten op te bouwen.

✓ Wees consistent in alles:

Zorg voor consistentie in zowel de visuele identiteit als de kernwaarden van je onderneming. Dit betekent niet alleen dat je dezelfde huisstijl moet doorvoeren op je website, sociale media en in je nieuwsbrieven, maar ook dat **de essentie van je merk overal duidelijk naar voren komt**.

Voorbeeld: Mijn sterke verbinding met de natuur komt tot uiting in mijn podcast, waar ik verhalen deel over onze reizen en wandelingen in de natuur. Bovendien compenseer ik de uitstoot van CO₂, tijdens onze rondreis, door bomen te planten. Mijn brandingfoto's worden zelfs in de natuur genomen. Bij elke samenwerking met een Premium Brand klant doneer ik aan het planten van bomen, waardoor mijn betrokkenheid met de natuur consistent wordt doorgetrokken. Overal binnen mijn bedrijf staat dit voorop, bij elke keuze die ik maak.

Dus wanneer ik spreek over consistentie, doel ik niet op het ritmisch plaatsen van sociale media posts of het periodiek uitzenden van podcastafleveringen of nieuwsbrieven. Ik doel op het **creëren van een samenhangend geheel** waarbij zowel de visuele identiteit als de kernwaarden van je merk consequent worden uitgedragen. Dit betekent bijvoorbeeld, zoals bij mij, dat ik mijn overtuigingen en toewijding aan de natuur in alles laat doorschemeren, zelfs in mijn keuze voor gerecycled materiaal voor mijn drukwerk.

1. Wat maakt jouw merk uniek en hoe kun je dit nog sterker overbrengen naar je klanten?
2. Op welke manieren kun je een emotionele connectie opbouwen met je klanten door middel van je merkverhaal?
3. Hoe kun je ervoor zorgen dat de essentie van je merk consistent wordt gecommuniceerd op alle kanalen en touchpoints?
4. Hoe kunnen kleine details, zoals de keuze voor materialen of de locatie van brandingfoto's, bijdragen aan het versterken van je merkverhaal en consistentie?
5. Op welke manieren kun je jouw betrokkenheid bij bepaalde waarden of overtuigingen, zoals duurzaamheid of maatschappelijke verantwoordelijkheid, laten zien in je merkervaring

EXTRA INZICHTEN:

PODCAST: MIJN EMOTIONELE REIS >

REIZEN EN WERKEN >

KEERPUNT IN MIJN LEVEN >

VERKOPEN ZONDER VERKOPEN >



Bekijk video 2 *“Durf jezelf tonen”*

Met “jezelf tonen” bedoel ik niet simpelweg het laten zien van je gezicht op sociale media. Wat ik bedoel is het delen van je visie, de kernwaarden van je bedrijf, je unieke eigenschappen en jouw verhaal - datgene wat jou onderscheidt van anderen.

VIDEO 2: DURF JEZELF TONEN →

Video 2

Durf jezelf te tonen als
wie je oprecht bent

✓ Als je een personal brand bent, wees dan persoonlijk:

Wees moedig genoeg om jezelf te tonen zoals je echt bent. **Authenticiteit is cruciaal** bij het opbouwen van je personal brand. Dit betekent dat je de moed moet hebben om je kwetsbaarheid te tonen door zaken te delen die je bezighouden, waar je 's nachts van wakker ligt, waar je in gelooft, waar je voor staat, en persoonlijke verhalen. Het zijn deze kenmerken die je doelgroep herkent, aanspreken en een verbinding mee opbouwen. Het draait om echte persoonlijkheid, niet alleen in het delen van verhalen, maar ook in de gesprekken die je voert met klanten.

VB: Zo heb ik een sociale media post geschreven over mijn angst om ergens anders te gaan slapen zonder mijn partner. Ik ging naar een retreat met overnachting en vond dat ontzettend eng, maar heb het toch gedaan. Het delen van deze ervaring en angsten in een post heeft zelfs tot een nieuwe klant geleid. Ook heb ik een post geschreven over mijn partner die tegen mij zei: "Ik wil je nooit kwijt." Hij zag dat mijn onderneming groeide en was bang om mij te verliezen. Ook dit leverde een nieuwe klant op. Beide intieme verhalen, maar wel vanuit oprechtheid.

Bij de lancering van mijn podcast heb ik een persoonlijk kaartje opgestuurd naar al mijn klanten, zodat zij als eerste naar mijn podcastafleveringen konden luisteren. Ook hierin heb ik gekozen voor gerecycled materiaal en een persoonlijke boodschap geschreven, om de verbinding met mijn klanten te versterken en de Brand Experience te verrijken. En zo blijf ik ook weer on top of mind bij hen, wat kan zorgen voor nieuwe projecten.

In mijn podcast deel ik ook persoonlijke verhalen waarin ik openhartig spreek over mijn eigen ervaringen, zoals mijn tienerjaren waarin ik me onbegrepen voelde en naar een speciale school moest. Nu richt ik me op het verlangen om gezien en gehoord te worden, en ik bespreek hoe ik mijn klanten kan helpen om met hun merk gezien en gehoord te worden. Omdat ik zelf altijd het gevoel heb gehad ongezien en ongehoord te zijn, ben ik nu vastbesloten hier verandering in te brengen, zowel voor andere merken als voor mezelf.

1. Wat zijn enkele persoonlijke ervaringen of uitdagingen die je hebt overwonnen en die resoneren met je doelgroep?
2. Hoe kunnen jouw unieke achtergrond, interesses of passies bijdragen aan een diepere verbinding met je publiek?
3. Welke successen of minder successen uit je eigen leven hebben waardevolle lessen opgeleverd die je kunt delen met je doelgroep?

EXTRA INZICHTEN:

PODCAST: VAN DOM NAAR ONDERNEMER >

MIJN ANGSTEN >

OPEN GESPREK >

MEZELF TONEN VOND IK MOEILIJK >

IK VOEL ME DOM >



Bekijk video 3 *“Een blijvende indruk”*

Investeer in jouw Brand Experience om het gewenste effect te bereiken. Alleen op deze manier kun je diepgaande verbindingen tot stand brengen en klanten verliefd laten worden op jouw merk. Zo zullen ze keer op keer terugkomen, en wie weet, misschien zelfs anderen meebrengen.

VIDEO 3: EEN BLIJVENDE INDRUK →

Video 3

Creëer een memorabele Brand Experience

✓ **It's all in the Brand Experience:**

Zorg voor een consistente en **positieve merkervaring op alle brand touchpoints**, dit zijn alle aanrakingspunten waarmee je publiek in contact komt met je merk, waarbij je klanten zich gewaardeerd en gehoord voelen. Integreer verrassende elementen in de klantreis, zoals gepersonaliseerde geschenken of speciale attenties, om de band met je klanten te versterken.

Luister actief naar feedback en **pas je merkervaring voortdurend aan** om de behoeften en verwachtingen van je klanten te overtreffen. Door te focussen op de complete merkervaring, vanaf het eerste contact tot na de aankoop, kun je je onderscheiden door een onvergetelijke en betekenisvolle relatie met je klanten op te bouwen.

VB: Bij elk Premium Brand traject stuur ik mijn klanten een speciaal samengesteld geschenk, zorgvuldig uitgekozen op basis van hun behoeften. Daarnaast nodig ik hen ook uit voor een gezamenlijke lunch om de samenwerking te vieren. Dit geeft ons de gelegenheid om elkaar beter te leren kennen, hun uitdagingen en doelen te bespreken, zodat ik mijn service nog beter kan afstemmen op deze behoeften. Ik streef er altijd naar om mijn klanten te verrassen en hun verwachtingen te overtreffen. Het gaat erom dat ze meer krijgen dan ze verwachten, en dat hoeft vaak niet ingewikkeld te zijn.

Maar ook de beleving maakt deel uit van de geautomatiseerde processen binnen mijn bedrijf. Ondanks de automatisering blijft het persoonlijke contact behouden. Zo ontvangt iedereen die de gratis Brand Quiz invult, nog voordat de automatisering begint, een persoonlijke videoboodschap. Op deze manier blijf ik persoonlijk betrokken en wil ik de ervaring die ik overal toepas, waarbij ik mijn persoonlijkheid laat zien, voortzetten. Het is van essentieel belang dat ze mij ook leren kennen, omdat het toevertrouwen van branding aan iemand gebeurt met wie je een goed gevoel hebt. **Vergeet niet ... mensen kopen van mensen.**

1. Op welke manieren kun je onvergetelijke momenten creëren tijdens de klantreis, zodat klanten zich speciaal en gewaardeerd voelen?
2. Hoe kun je technologie en automatisering gebruiken om de Brand Experience te verbeteren, terwijl je toch het persoonlijke contact behoudt?
3. Hoe kun je storytelling gebruiken om de Brand Experience te verrijken en klanten te betrekken bij je merkverhaal?
4. Op welke manieren kun je emotionele verbindingen creëren met je klanten tijdens elke interactie met je merk, om zo een blijvende indruk achter te laten en loyaliteit op te bouwen?

EXTRA INZICHTEN:

GEWOON MOOI >

CLAIM JE PLEK >

ZET IN OP CASES >

DE VERANDERING >



Ontdek nog *meer*
boeiende tips in mijn
podcast *Beyond Branding*

Laten we samen de grenzen van jouw merk verkennen
en een verhaal creëren dat de juiste impact heeft voor
wie het bedoeld is. Stap binnen in de wereld van bezieling
en betekenisvolle merktransformatie

[BELUISTER OP SPOTIFY →](#)