

S K O L O S

Kolos ontwikkelt huisstijlen, bedenkt concepten, schrijft teksten en doet aan grafisch ontwerp. We houden het team klein, de vibes goed en de kwaliteit hoog. De extra mile is standaard en woordspelingen zijn verplichte kost. We bouwen graag mee aan jouw merk.

**AANGENAAM
KENNIS
TE MAKEN**

Kolos BVBA
BE0715 518 916
Maurits Sabbestraat 123
2800 Mechelen (BE)

Sam Coussens
+32 498 36 62 61
sam@kantoorkolos.be

kantoorkolos.be

AANGENAAM KENNIS TE MAKEN

De bedoeling van deze vragenlijst is jouw onderneming helemaal te leren kennen. Enkel zo kunnen we een merkidentiteit ontwikkelen die past binnen jouw verwachtingen en de verwachtingen van jouw sector.

Wat is de naam van je onderneming?

Beschrijf kort je onderneming.

Hoe lang zijn jullie al bezig?

Hoeveel mensen zijn er tewerkgesteld in je onderneming?

Zit er een uniek verhaal achter jouw onderneming, logo of naam?

Hebben jullie een baseline? Zo ja, welke?

Wat zijn jullie USP's?

Waar is nog groeimarge?

Wat moet jouw merk uitstralen?

Geef een aantal adjectieven die je graag met je merk geassocieerd zou zien.

Heb je data/cijfers om te delen? (Google analytics, Facebook advertenties, conversie van je webshop, enquêtes, ...)

Heb je al een marktonderzoek gedaan in het verleden?

Waar zie je je merk over 10 jaar?

MERKIDENTITEIT

Je merkidentiteit definiëren wij als de look and feel, maar ook de intrinsieke waarden die erachter zitten, rekening houdend met de beoogde doelgroep. We geloven oprecht dat deze op een lijn moeten liggen.

Wat is er goed aan je huidige merkidentiteit? Welke elementen wil je behouden?

Wat is er NIET goed aan je huidige merkidentiteit? Welke elementen wil je veranderen?

Naar welke merken kijk je op? Deze merken mogen zowel binnen als buiten je eigen vakgebied liggen. Welke specifieke kwaliteiten vind je sterk?

Is je merkidentiteit eerder krachtig of galant?

Is je merkidentiteit eerder flexibel of procesmatig?

Is je merkidentiteit eerder ingetogen (al dan niet met accent) of kleurrijk?

Is je merkidentiteit eerder conservatief of gedurfd?

Is je merkidentiteit eerder fancy of casual?

Is je merkidentiteit eerder klassiek of modern?

Is je merkidentiteit eerder autoritair of bescheiden?

Is je merkidentiteit eerder edgy of veilig?

Welke kleuren associeer je met je merkidentiteit?

Welke kleuren associeer je absoluut NIET met je merkidentiteit?

Waarom wil je rebranden?

Zal deze rebranding eerder geleidelijk verlopen of direct?

DOELPUBLIEK

Jullie kennen als geen ander het publiek dat jullie vandaag bereiken. Zo niet, dan is dat stap 1 die we moeten nemen. Mogelijks is er ook een publiek dat jullie vandaag niet bereiken, maar in de toekomst wel willen bereiken. Ook dat is belangrijk om in acht te nemen bij een vernieuwing van jullie merkidentiteit.

Hoe ziet je klantenbestand er vandaag uit? Vooral B2C of B2B?

Wat is de leeftijd van je doelpubliek?

Overwegend mannelijk of vrouwelijk?

Woont het doelpubliek in België of elders?

Opleidingsniveau

Vermogen/kapitaal

Welke taal spreken ze?

Begrijpen jouw klanten waarom jouw dienstverlening belangrijk is?

Zo niet, heb je al eerder actie ondernomen om hieraan te werken? En hoe?

Via welke kanalen probeer je je doelpubliek te bereiken?

Is prijs een doorslaggevende factor bij jouw doelpubliek om wel of niet met jou te werken?

Hoe ziet je ideale klant eruit? Beschrijf gerust in adjectieven.

Is er een publiek dat je momenteel nog niet bereikt, maar wel wilt bereiken?

Wat zijn mogelijke incentives voor je doelpubliek om met jou te werken?

Wat zijn mogelijke barrières voor je doelpubliek om NIET met jou te werken?

Welke pijnpunten geven ze aan?

Welke positieve punten geven ze aan?