

# Aviation Valley

Branding t.b.v. krachtenbundeling

Themabijeenkomst BIZ

Maastricht, 13 april 2022



# Programma

- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| 1. Inleiding          | 10' |
| 2. Huiskamervraag     | 15' |
| 3. Onze sterke punten | 25' |
| 4. Hoe verder?        | 10' |

# Nijmeegs-Amsterdamse Maastrichtenaar

- Communicatiestrategie
- Positionering & profilering
- > 25 jaar branding bureaus
- Nu onafhankelijk



# 1. Inleiding





Heel soms even op bezoek



# De waarde van een merk

- **Extern** voegt een merk waarde toe d.m.v. psychosociale betekenis en naamsbekendheid
- **Intern** voegt een merk waarde toe in financieel, strategisch en **(park)management** opzicht



Logo / naam

Huisstijl

Tone-of-voice

Product / dienst

Serviceniveau

Belofte

Cultuur

Kernwaarden

Strategie

# Propositie





# Consistentie



# Synergie



# Branding = business

- Branding = ook BIZ = belangenbehartiging
- Gesprekspartner voor overheden en organisaties die ± 100 bedrijven kunnen helpen met
  - Duurzaamheid
  - Bereikbaarheid
  - Attractiviteit
  - Veiligheid



# Branding = samenwerking

- Een krachtig merk ben je met elkaar
- Hoe gaan we dat vormgeven?

# Branding = eigenaarschap

- 'De' Aviation Valley-toekomst is ook 'uw' toekomst
- Hoe wordt de BIZ een krachtige community?
  - Wat maakt u trots?
  - Welke elementen verbinden ons onderling en versterken naar buiten?

# Teamspirit







# Aviation Valley

a community powered by ambition

Wat betekent  
dat precies?

**Krachtige  
kernboodschap  
nodig**



# Merkpaspoort

1 Identiteit	Visie			
	Missie			
	Ambitie			
2 Merk	Iconen	Kernwaarden	Persoonlijkheid	Pay off
	Archetype			Tone of voice
3 Bewijs	Wapenfeiten	Belofte	Kerndoelgroep	
		Instrumentele voordelen	Emotionele voordelen	
	Grootste valkuil	Ondersteunend bewijs	Stakeholders	

# Merk & de 'Golden Circle'

**Visie**

**Missie**

**Ambitie**



# 2. Huiskamer- vraag



“

Iedereen zei dat het onmogelijk  
was, tot er iemand langs kwam  
die dat niet wist

”

M<sup>K</sup>

# Branding & bedrijventerreinen

- Noem een bedrijventerrein dat in jouw ogen zijn branding goed op orde heeft

# 3. Onze sterke punten

# Iedereen 3' over Aviation Valley

- Steekwoorden op Post-its
  - 3 belangrijkste kwaliteiten
  - 1 fundamenteel verbeterpunt

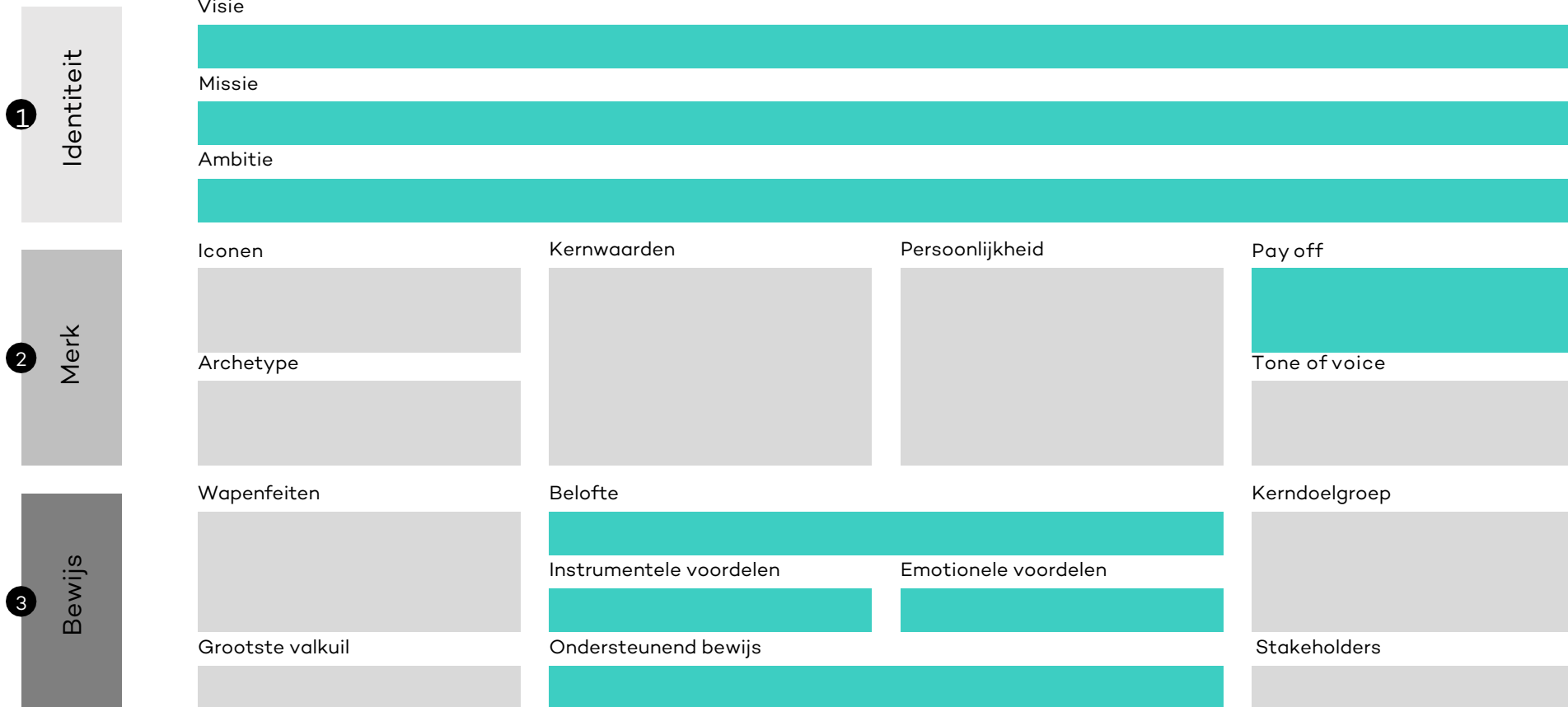


# 4. Hoe verder?

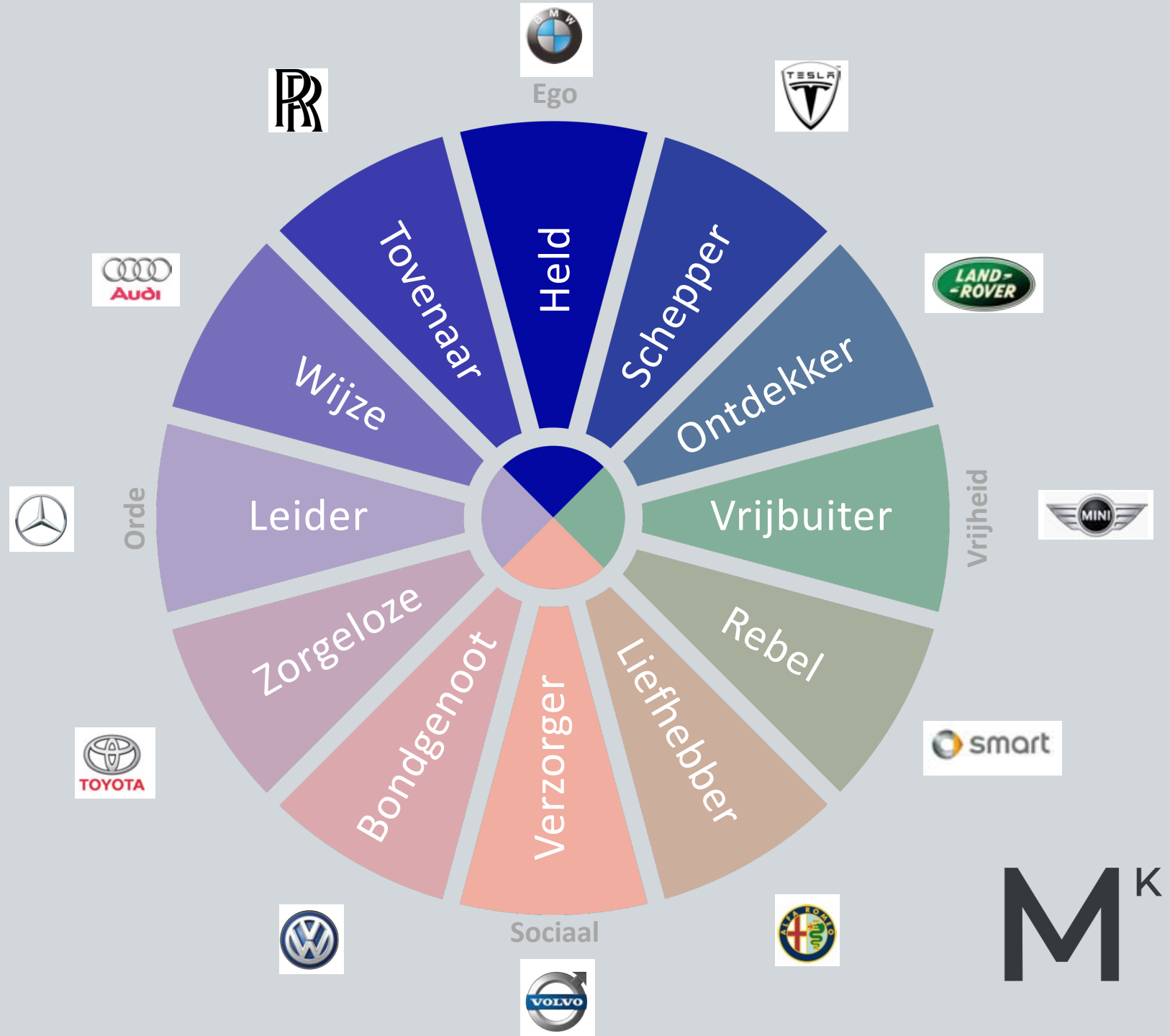
# Basisstrategie

- Hoe leert onze omgeving onze ambitie kennen?
- En waarom zou men daarin moeten geloven?

# Merkpaspoort



# Merk-archetypen





# Aanpak

- |              |                        |                            |
|--------------|------------------------|----------------------------|
| 1. Overzicht | onderzoek & analyse    | 2 <sup>e</sup> helft april |
| 2. Inzicht   | strategie & advies     | begin mei                  |
| 3. Uitzicht  | communicatie & creatie | 1 <sup>e</sup> helft mei   |

**Dank voor jullie  
tijd en aandacht**

**M<sup>K</sup>**