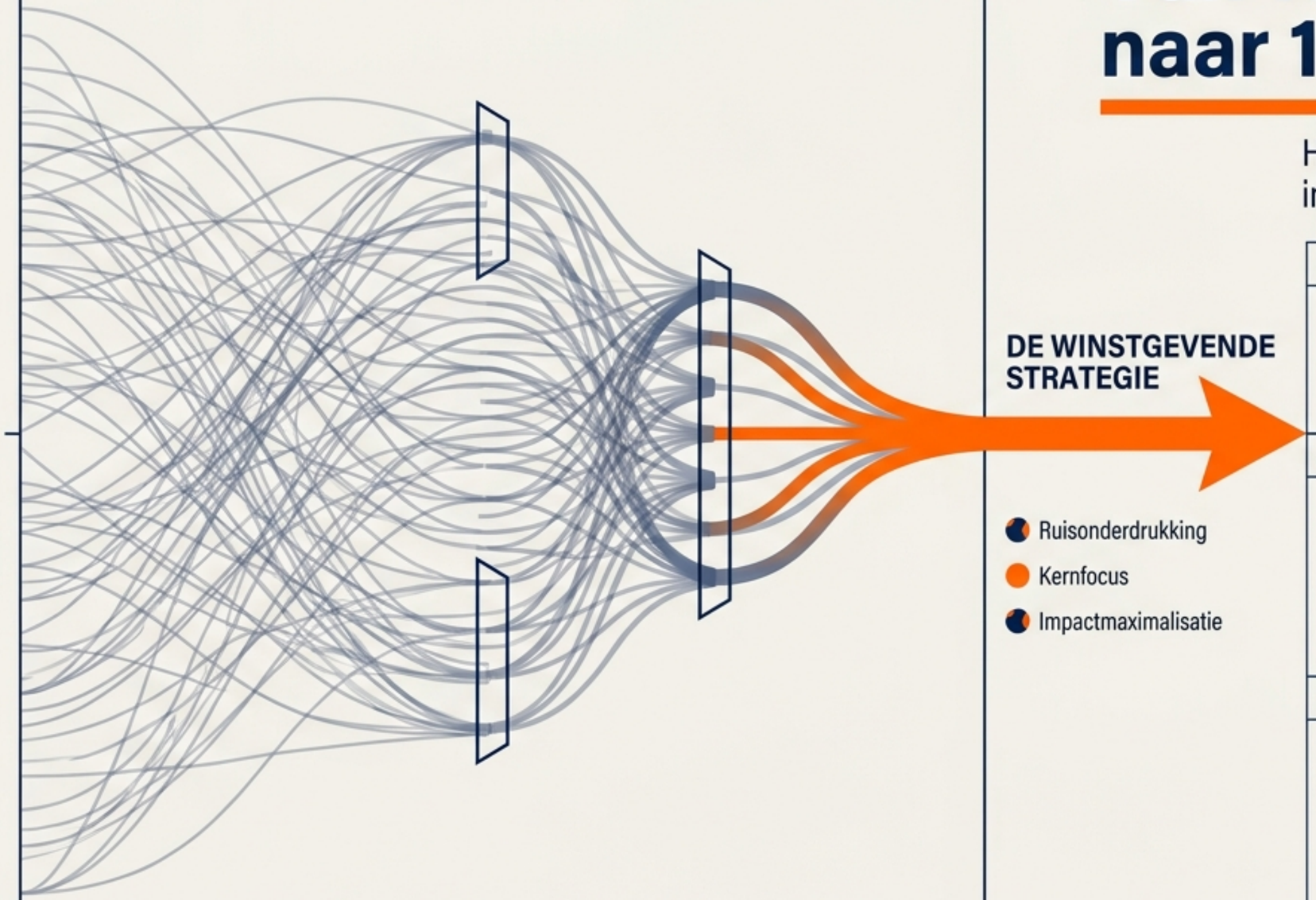
COMPLEXITEIT TOT CONVERGENTIE



Van 101 Merkmodellen naar 1 Juiste Keuze

Het C-Level playbook voor model-selectie, implementatie en meetbare ROI.

DE WINSTGEVENDE STRATEGIE

- Ruisonderdrukking
- Kernfocus
- Impactmaximalisatie

KRITISCHE SELECTIE FACTOREN

- Strategische Fit & Toekomstbestendigheid
- Operationele Haalbaarheid & Schaalbaarheid
- Data-gedreven Validatie & Bewijslast

DE WAARDE VAN FOCUS

GEFRAGMENTEERDE BENADERING	CONVERGENTE AANPAK
✕ Hoge Operationele Kosten	✓ Geoptimaliseerde ROI
✕ Versplinterde Middelen	✓ Gefocuste Investering
✕ Trage Besluitvorming	✓ Versnelde Uitvoering

C-LEVEL ACTIEPLAN

FASE 1: DIAGNOSE & SELECTIE
Identificeer de beste match voor uw organisatie en markt.

FASE 2: GEÏNTEGREERDE IMPLEMENTATIE
Veranker het model in processen, technologie en cultuur.

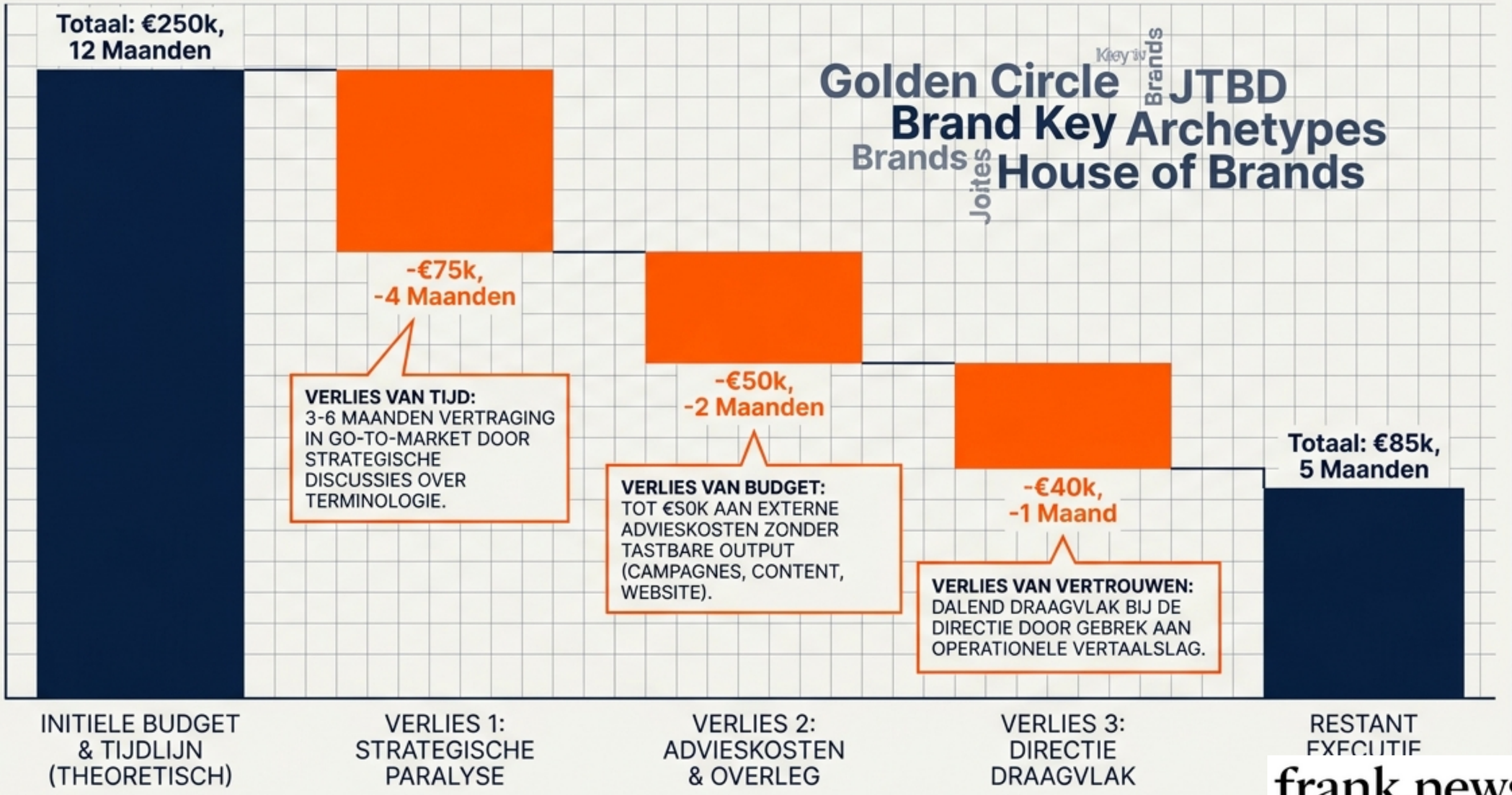
FASE 3: MEETBARE IMPACT & ROI
Bewaak prestaties en optimaliseer voor

frank.news

DE PARADOX VAN KEUZE: WAAROM MÉÉR FRAMEWORKS LEIDEN TOT MINDER EXECUTIE

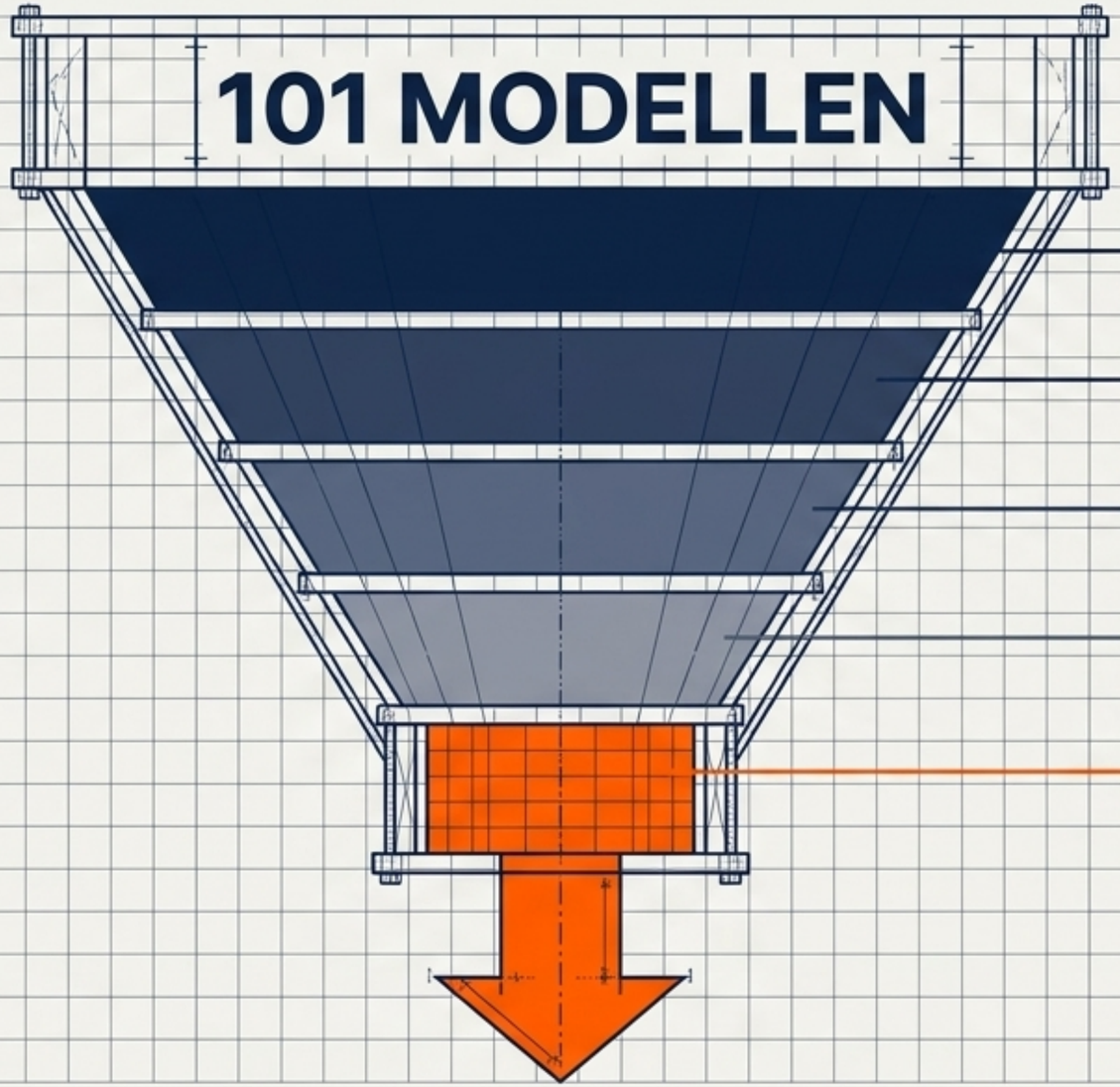
CONTEXT & SAMENVATTING

De markt biedt ruim 101 merkstrategiemodellen. Het aanbod groeit sneller dan het vermogen van marketingteams om ze toe te passen. Een model is een denkkader, geen plan.



frank.news

HET DECISION FRAMEWORK: IN 5 STAPPEN VAN THEORIE NAAR ROI



1. DIAGNOSE: **Identificeer de kernuitdaging.**
KPI: Strategische prioriteit bepalen

2. MATCH: **Koppel uitdaging aan framework.**
KPI: Shortlist 2-3 modellen

3. ORGANISATIE-FIT: **Toets interne volwassenheid.**
KPI: Go/no-go beslissing

4. IMPLEMENTATIE: **Vertaling naar actie.**
KPI: Projectplan in 2 weken

5. METEN: **Leading & lagging indicatoren.**
KPI: Meetbaar effect in 6 maanden

1 EXECUTABEL PLAN

frank.news

Stap 1: Diagnoseer het werkelijke probleem, niet het symptoom



frank.news

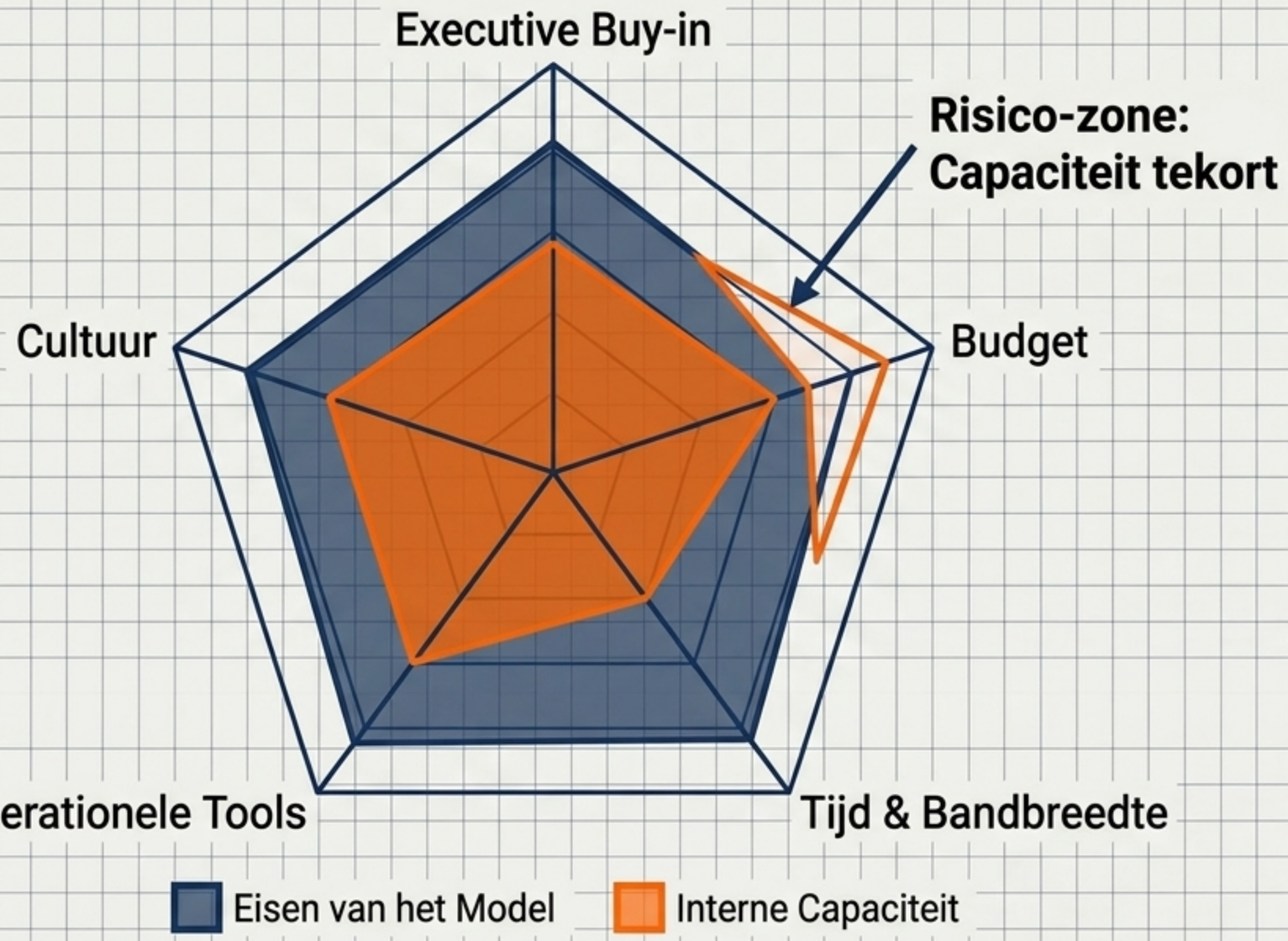
Stap 2: De Match Matrix (Framework vs. Uitdaging)

	Brand Key	CVP	Golden Circle	Archetypes	House of Brands	Brand Funnel	JTBD	Aaker
Positionering	●	●	○	◑	○	◑	◑	
Communicatie	◑		●	●		○		◑
Architectuur	○		◑		●		○	◑
Activatie		◑				◑	●	○

Takeaway: Gebruik deze matrix om direct te filteren naar een shortlist van 2 of 3 kandidaat-modellen.

frank.news

Stap 3: Overleeft het model de interne realiteit?

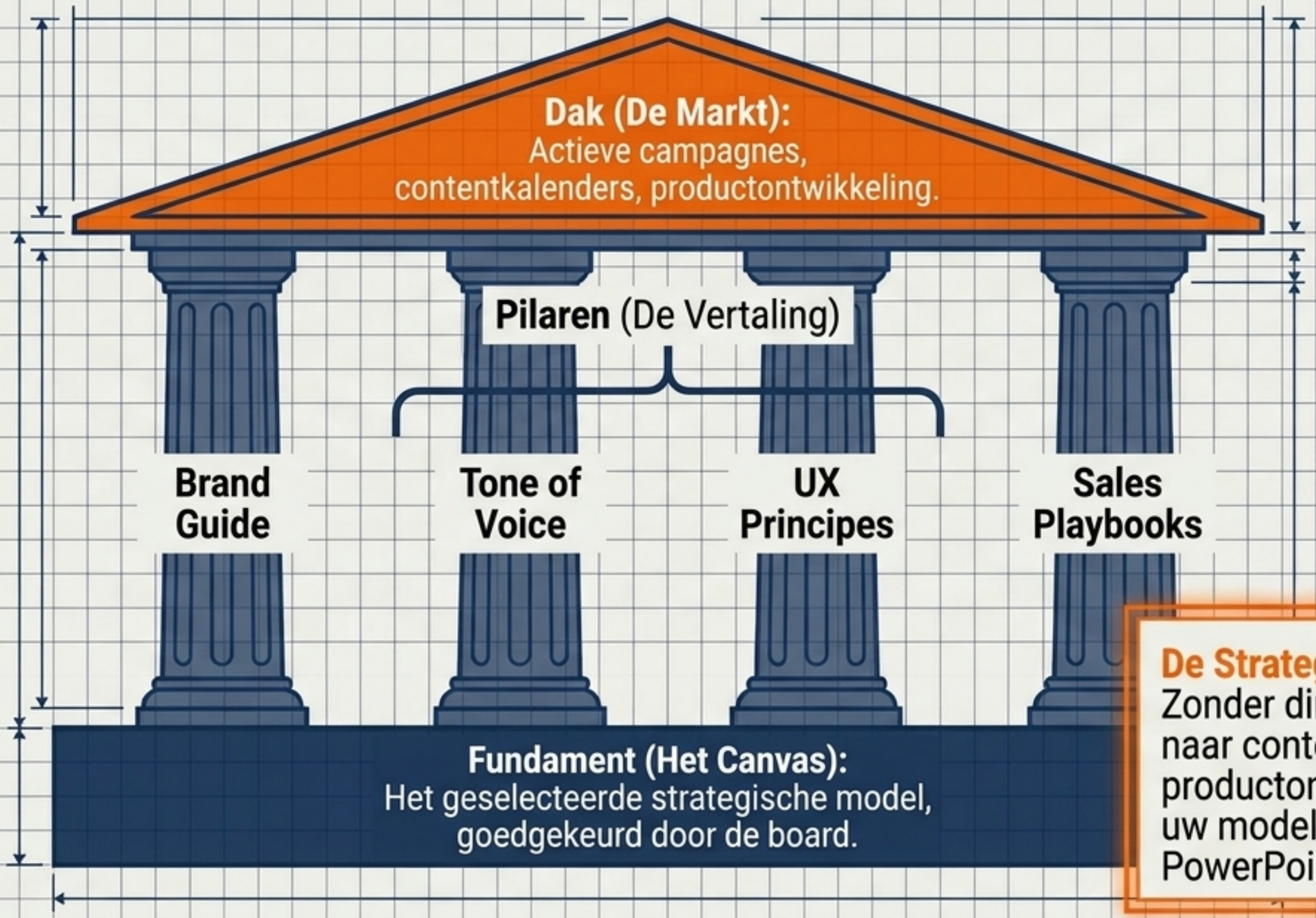


De 5 Toetsingscriteria:

1. Is er C-level steun (voorbij enkel marketing)?
2. Is er dekking voor creatieve doorvertaling?
3. Kunnen we 20-40u strategietijd vrijmaken?
4. Zijn de benodigde templates aanwezig?
5. Past het abstractieniveau bij het team?

frank.news

Stap 4: Het Implementatie Design (Van Model naar Praktijk)



De Strategische Les:
Zonder directe koppeling naar content, media of productontwikkeling, blijft uw model een PowerPoint-exercitie.

frank.news

Stap 5: Sturen op Leading & Lagging Indicators

Leading Indicators (De eerste 90 dagen)

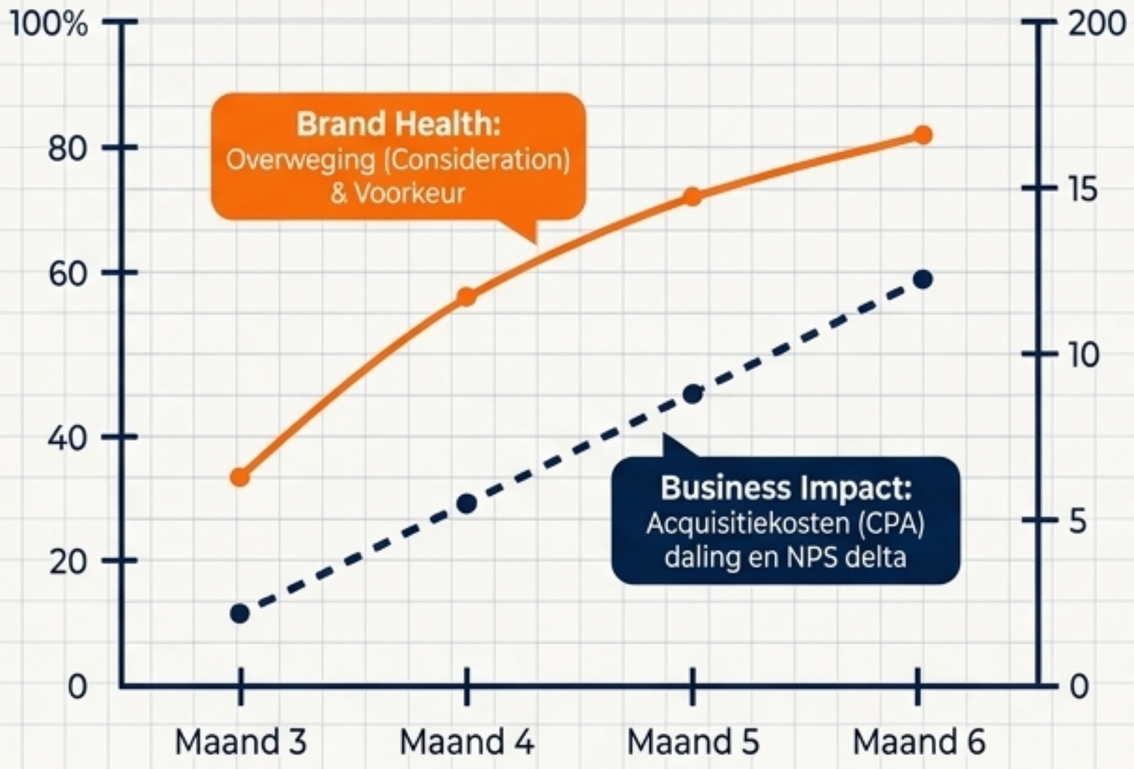


Interne Adoptie:
% van sales/marketing materialen on-brand (Doel: >80%)

Campagne Snelheid:
Tijd-tot-livegang van nieuwe uitingen (Doel: 30% sneller door kaders)

Boodschap Consistentie:
Uniformiteit over kanalen heen

Lagging Indicators (Maand 3 - 6)



frank.news

De ‘Big 5’ Gedecodeerd: Kernmechanismes voor de Nederlandse Markt

Golden Circle	Brand Key	Jobs-to-be-Done	Archetypes	Customer Value Prop
Waarom	Wat	Hoe	Wie	Waarde
Doel: Purpose	Doel: Positionering	Doel: Innovatie	Doel: Karakter	Doel: Activatie
Killer Vraag: Wat is onze bestaansreden los van winst?	**Killer Vraag:** Wat is ons unieke voordeel vs. alternatieven?	**Killer Vraag:** Voor welke 'klus' huurt de klant ons in?	**Killer Vraag:** Als ons merk een persoon was, hoe gedroeg het zich?	**Killer Vraag:** Welke pijn nemen we direct weg?

frank.news

Bewezen in de Praktijk: **De Nederlandse Context**

Coolblue

Model: Jobs-to-be-Done

Uitdaging: Frictie in klantreis.

Resultaat: Extreem hoge NPS door obsessieve focus op ‘de klus’ (bezorging/installatie).

Rituals

Model: Archetypes

Uitdaging: Prijsconcurrentie in retail.

Resultaat: Premium beleving door de ‘Magiër/Lover’ identiteit perfect te executeren.

Tony’s Chocolonely

Model: Golden Circle

Uitdaging: Apathie bij consument.

Resultaat: Categorie-groei door 100% focus op de ‘Waarom’ (slaafvrij).

Picnic

Model: CVP

Uitdaging: Gevestigde supermarkten.

Resultaat: Marktaandeel door frictieloze waarde (gratis thuisbezorgd, lage prijzen).

frank.news

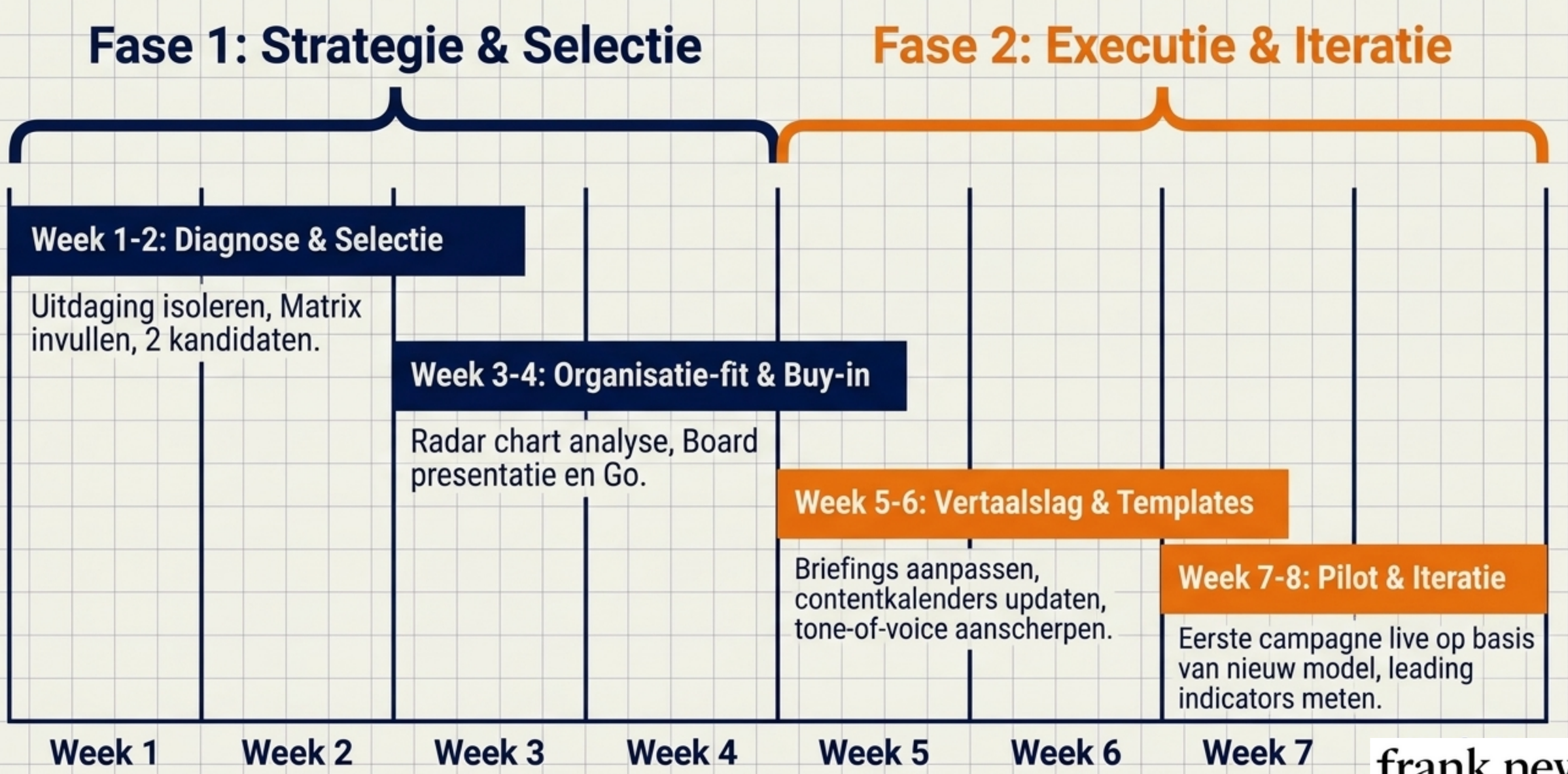
De Strategische Valkuilen: Waarom 80% van de implementaties faalt

Model-hopping na elke hype	Kies en committeer voor **minimaal 3 jaar**.
Academische complexiteit	**Jip-en-Janneke** taal voor de **hele organisatie**.
Alleen door Marketing ingevuld	**Mandaat** van CEO en buy-in van **Sales/Product**.
Stoppen bij het PowerPoint canvas	**Gedrag** en content direct **aanpassen** aan de **keuze**.

Referentie Adformatie: Geloofwaardigheid = Consist

frank.news

De 8-Weken Sprint: Van Ruis naar Executie



frank.news

De Business Case: Resource Allocatie & ROI Tracking

Fit Score

8/10

Model vs Uitdaging

Adoptie

100%

Van key-stakeholders getraind

Impact

+15% ↑

Merkoverweging in H2

Resource	Investering	Verantwoording
Intern	20-40 uur strategentijd	Cruciaal voor eigenaarschap en board-buy-in
Extern	€15.000 - €50.000	Afhankelijk van bureau-scope en creatieve executie
Tools & Assets	€2.000 - €10.000	Voor operationele templates, brandbooks, workshops

frank.news

Jouw Operationele Gereedschapskist



1. De Diagnose Checklist

Een 20-vragen assessment om de exacte merkuitdaging feilloos te isoleren voordat externe bureaus worden ingevlogen.



2. Stakeholder Alignment Template

Een kant-en-klaar slide-format om buy-in van de CEO en Sales Director te garanderen (geen jargon, alleen business impact).



3. Het Effectiviteits-Meetplan

Het dashboard framework om leading en lagging indicators over 6 maanden systematisch te tracken.

frank.news

Executive Summary & Actieplan

De 5 Takeaways

1. Begin altijd bij de uitdaging, niet bij het model.
2. Interne organisatie-fit is bepalend voor succes.
3. Simpliciteit en consistentie winnen van academische perfectie.
4. Vertaal het canvas direct naar content, media en product.
5. Meet leading indicators vanaf dag 1, itereer elk kwartaal.

Jouw Volgende 3 Stappen

- ☐ Vul de Diagnose-tool in voor het einde van deze week.
- ☐ Plan een stakeholder-sessie in binnen 14 dagen.
- ☐ Selecteer één pilot-merk of -product voor initiële implementatie.

frank.news