

Klopt je uiting met je merkkompas?

DE KERN

Je website laat direct zien voor wie je werkt en de toon is helder en direct, precies zoals je kompas belooft. Het grootste gat zit tussen wat je zegt te doen en wat je zegt bewust niet te doen. Daarnaast staat je kernovertuiging uit het merkverhaal nergens op de site, en is er geen klantverhaal zichtbaar op de pagina's die je meestuurde.

TOETSING PER ONDERDEEL

Vier bolletjes: staat er. Drie: grotendeels. Twee: half. Een: nog niet. Geen bolletjes: niet te beoordelen.

Waar je voor staat

Staat de overtuiging centraal, of alleen het aanbod?

WAT KLOPT

Je merkverhaal begint met de overtuiging dat een merk dat klopt van binnen vanzelf zichtbaar is van buiten. Die volgorde, eerst helder en dan pas zichtbaar, zie je terug in de sectie 'Zichtbaarheid wordt steeds belangrijker'.

WAT NOG NIET

Onder 'Marketing in de praktijk' staat 'content en campagnes, maar ook je huisstijl'. In je kompas staat onder Wat wij bewust niet doen dat je geen campagnes levert voordat helder is waar een kantoor voor staat. Voor een bezoeker ziet het eruit alsof hij bij jou los content kan bestellen.

TIP

Zet in je dienstenomschrijving wanneer die communicatie aan de beurt is. Dan verkoop je je volgorde in plaats van losse producten, en dat is nou juist je onderscheid.



Voor wie het is

Herkent de drukke adviseur zichzelf hier?

WAT KLOPT

De openingszin 'MERKPODIUM helpt financieel adviseurs' benoemt de sector meteen. De sectie 'Zichtbaarheid wordt steeds belangrijker' begint bij de klant en niet bij jou.

WAT NOG NIET

De helft van je doelgroepomschrijving mist: dat marketing erbij komt tussen het adviseren door. Een adviseur die tussen twee gesprekken door op je site belandt komt zichzelf nergens tegen.

TIP

Benoem ergens in je eerste alinea de situatie van je lezer, niet alleen zijn beroep. Wie zichzelf herkent leest verder, wie alleen zijn sector herkent klikt weg.



Bewijs

Waaraan zie ik dat je beloftes kloppen?

WAT KLOPT

De logo's van BLGwonen, SNS Bank, Reaal, RegioBank en ASN Bank staan op de pagina. In je kompas staat twintig jaar ervaring in de sector, en die logo's maken dat controleerbaar zonder dat jij het hoeft te claimen.

WAT NOG NIET

De knop 'Lees wat klanten zeggen' suggereert dat er verhalen zijn, maar op de pagina's die je meestuurde staat er geen. Staan ze ergens anders, stuur die pagina dan mee. Praktisch is de enige van je drie kernwaarden die je niet kunt zeggen maar moet laten zien.

TIP

Een klantverhaal met naam en kantoor doet meer dan een logo. Een logo bewijst dat je er gewerkt hebt, een verhaal bewijst wat het opleverde.



Tone of voice

Klinkt het helder, nuchter en zonder vaktaal?

WAT KLOPT

Je schrijft consequent in de jij-vorm, met korte zinnen. 'Zonder verplichtingen, wel met helderheid' is concreet en nergens opgeklapt, precies wat je kompas bij nuchter belooft.

WAT NOG NIET

'Bouwen aan duurzame groei' valt uit de toon. Dat is een belofte over resultaat, terwijl je kompas juist zegt dat je die niet doet. Het is bovendien een zin die elk bureau kan schrijven.

TIP

Laat je openingszin beloven wat je zelf in de hand hebt. Een belofte over andermans resultaat maakt je kwetsbaar, een belofte over je eigen werk is controleerbaar.



Beeldgebruik

Zie je het echte werk en de echte persoon?

WAT KLOPT

Er staan twee foto's van jezelf, een portret en een werkfoto met laptop. Allebei ogen ze als echte foto's en niet als gekocht modellenbeeld. Mensen kiezen voor mensen, en dat gezicht staat er.

WAT NOG NIET

Bij de sectie over de apps staat een foto van een vrouw met een telefoon waarvan het scherm niet leesbaar is. Dat is sfeer en geen bewijs. Je kompas belooft iets tastbaars, en je beeld laat niets tastbaars zien.

TIP

Beeld van je eigen werk overtuigt sneller dan beeld van een situatie. Laat zien wat iemand koopt, want dat is wat praktisch bij jou betekent.



Kleur en typografie

Passen kleur en letter bij helder en nuchter?

WAT KLOPT

Je gebruikt gedempte zandtinten met terracotta alleen voor de knoppen. Dat is rustig en niet opzichtig, en die rust is precies wat nuchter bij jou betekent.

TIP

Zo houden. Hou het terracotta voor knoppen alleen, want een accentkleur die overal opduikt verliest zijn functie.

