

Vertelt jouw organisatie nog het juiste verhaal?

Soms groeit een bedrijf sneller dan het verhaal erachter. De website zegt het ene. Sales vertelt het net iets anders. En jij voelt aan alles dat het scherper kan. Klanten snappen ongeveer wat je doet, maar voelen nog niet waarom ze juist bij jou moeten zijn.

Deze checklist helpt je om even scherp te kijken naar jullie merkverhaal.



LEVELS
MARKETING • COMMUNICATIE • CONTENT

Spelregels*

Geef jezelf per vraag een score:

0 = nee

1 = een beetje

2 = ja, helder

*en niet stiekem valsspelen

De basis van je verhaal

SCORE

- ☐ We kunnen in één eenvoudige zin uitleggen wat we doen.
- ☐ We kunnen duidelijk maken voor wie we er zijn.
- ☐ We weten welk probleem of verlangen we oplossen voor onze klant.
- ☐ We kunnen uitleggen waarom ons werk belangrijk is.
- ☐ We hebben helder waar we als organisatie naartoe willen.

☐ SUBTOTAAL

Externe merkbeleving

SCORE

- ☐ Onze website laat goed zien wie we zijn.
- ☐ Onze communicatie past bij onze identiteit.
- ☐ Klanten snappen snel wat ons onderscheidt.
- ☐ Onze boodschap is helder, eenduidig en makkelijk te onthouden.
- ☐ We gebruiken taal die onze doelgroep begrijpt.

☐ SUBTOTAAL

Interne merkbeleving

SCORE

- ☐ Collega's vertellen in grote lijnen hetzelfde verhaal.
- ☐ Iedereen weet waar we als organisatie voor staan.
- ☐ Nieuwe medewerkers begrijpen snel onze koers.
- ☐ Marketing, sales en directie gebruiken dezelfde kernboodschap.
- ☐ Ons verhaal helpt om intern de juiste keuzes te maken.

☐ SUBTOTAAL

Van verhaal naar praktijk

SCORE

- ☐ Onze keuzes passen bij wat we willen uitstralen.
- ☐ Ons merkverhaal helpt bij content en communicatie.
- ☐ Ons verhaal geeft richting aan marketing en zichtbaarheid.
- ☐ We laten in gedrag en uitstraling zien waar we voor staan.
- ☐ Ons verhaal voelt nog steeds passend bij waar we nu staan.

☐ SUBTOTAAL

Eindscore

- 0 tot 10 punten:** Het verhaal zit nog in de mist. Er is vast iets moois, alleen moet je nu nog een beetje turen om het te zien. Tijd om de zaklamp erbij te pakken.
- 11 tot 20 punten:** De basis staat op sneakers. Je verhaal beweegt al de goede kant op. Het loopt alleen wat wiebelig. Met meer focus wordt het meteen steviger.
- 21 tot 30 punten:** Best lekker op weg. Jullie verhaal heeft al vorm. Nu gaat het om aanscherpen, opruimen en zorgen dat iedereen dezelfde route neemt.
- 31 tot 40 punten:** Toppers! Dit is nou een verhaal met richting. Het staat stevig, helpt om herkenbaar te blijven en een stap voor te lopen. Nu vasthouden die lijn.