

Word een inspirerende organisatie.

Hoe je Why en je unieke verhaal ervoor zorgen dat je:

1. Een betere merkpositionering en meer klantloyaliteit creëert.
2. Meer medewerkersbetrokkenheid en een sterke interne cultuur realiseert.
3. Consistente communicatie mogelijk maakt op alle niveaus.

Even voorstellen

Martin Hof

Communicatiestrategeg | writer



Even voorstellen

Expertise

Strategie, conceptontwikkeling, copy.

Employer branding, arbeidsmarkt-, marketing-, corporate- en interne communicatie.

Zorg, business-to-business, financial services, ict, public services, charity, overheid.



Even voorstellen

Achtergrond

Freelance communicatiestrategeg | copywriter

Conceptmaker | copywriter bij
o.a. More, HCM, ASR, Be Positive.

Freelance conceptmaker | copywriter voor
o.a. CDC, BvH, Lowe, Squad, More.



Even voorstellen

Ervaring

Nationaal en internationaal.

Accounts o.a.: Aegon, ASR, Bosch, Combiwel Amsterdam, de Rolf groep, Dierenbescherming, Douwe Egberts, EY, Gasthuis Millingen, Gazelle, Klement Rentmeesters, Livio, Medisch Spectrum Twente, Nederlandse Waterschapsbank, Netwerkstad Twente, Nuon, Profit4Cloud, Sensire, Toyota, Ubbink, Urenco, Vlisco, Volvo, Van Wijnen, diverse Ned. gemeenten waaronder Almelo, Den Haag, Enschede en Weesp.



Je bedrijf in de picture zetten

Zonder aantrekkelijke boodschap kun je **NOOIT** effectief communiceren met je doelgroepen.

- Positionering
- Communicatie



IT'S ON.
TIME TO MAKE THE MAGIC HAPPEN



Je bedrijf in de picture zetten

Positionering

Bepalen wie jouw bedrijf is en waar
jouw bedrijf voor staat.

Op twee manieren:

- **Why-sessie**
- **Interviews (met medewerkers
en/of relaties)**



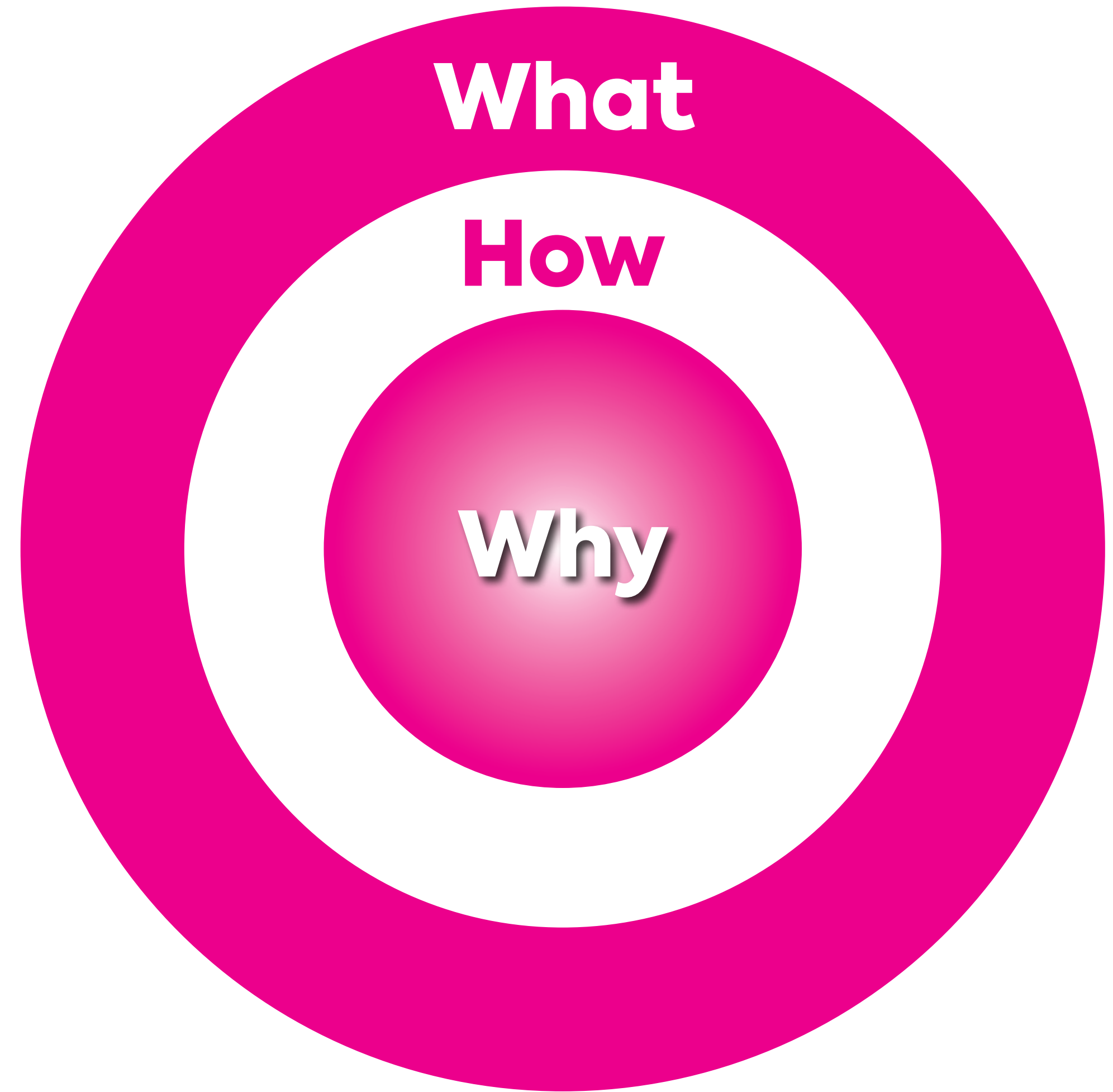
Je bedrijf in de picture zetten

Positionering

De uitkomst maakt duidelijk
WAAROM klanten/relaties graag
jouw producten of diensten
afnemen of zaken met je
willen doen.



The Golden Circle





The Golden Circle

What

Elke organisatie of bedrijf, waar dan ook, kent zijn eigen **WHAT**.
Het zijn de producten of de diensten die ze verkopen.

what





The Golden Circle

How

Een aantal organisaties of bedrijven kennen ook hun **HOW**. Het gaat dan om de dingen die hen speciaal maken en onderscheiden van hun mede-aanbieders (USP's).

HOW



The Golden Circle

Why

Slechts een klein deel van alle organisaties of bedrijven kennen hun **WHY**. Daarbij gaat het niet om geld verdienen, dat is het resultaat daarvan. **WHY** is een doel, een reden om het te doen, of een overtuiging. Het is eigenlijk de essentie van het bestaan van je bedrijf.

why



Waarom is je **WHY** zo belangrijk?

*“People don’t buy what you do.
They buy why you do it.”*

– Simon Sinek –





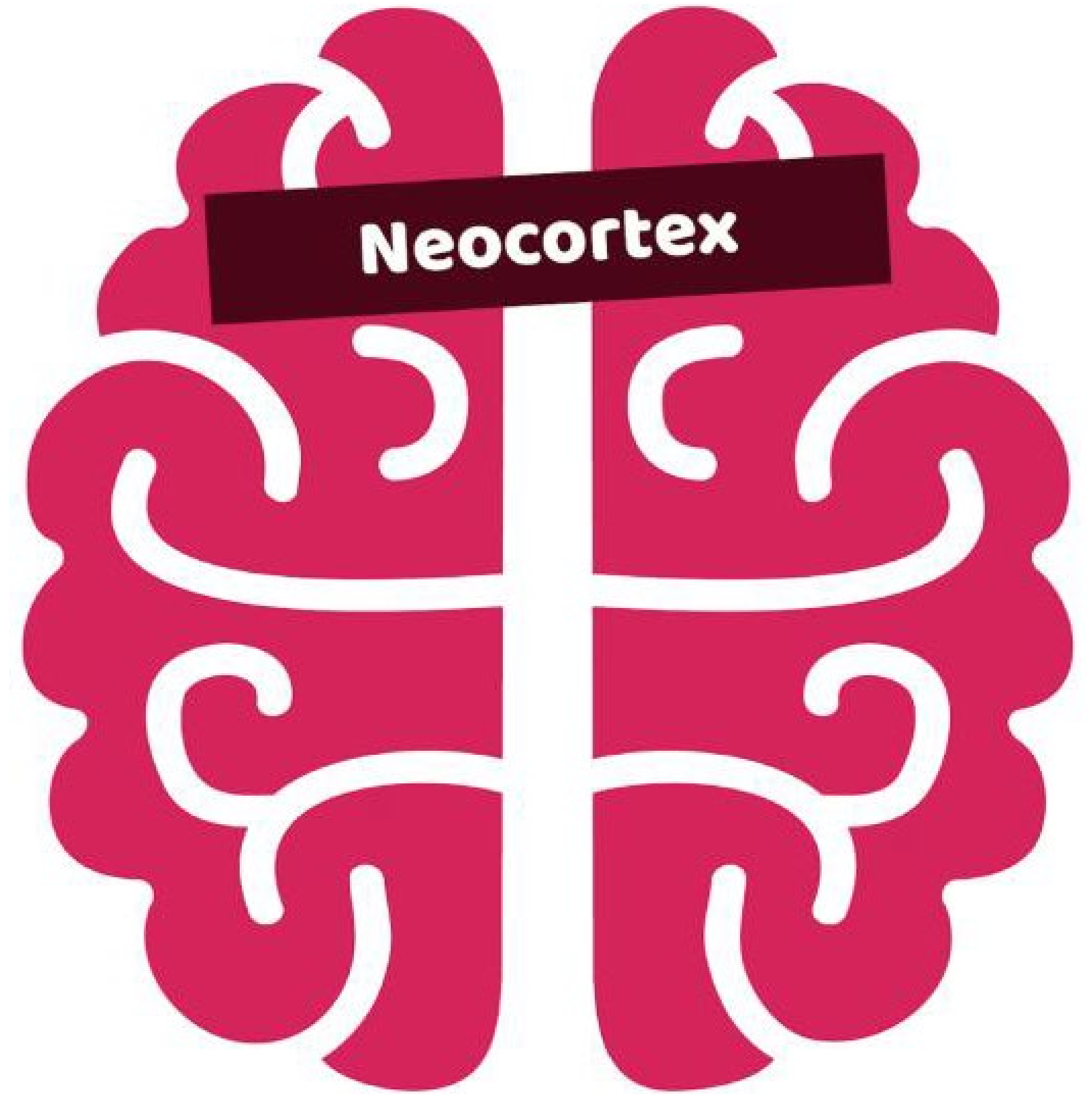


Je **WHY** maakt je onderscheidend
en laat zien waar je voor staat.
Het laat zien **WIE** je als bedrijf bent.



Neocortex

- Rationeel en analytisch denken
- Taal

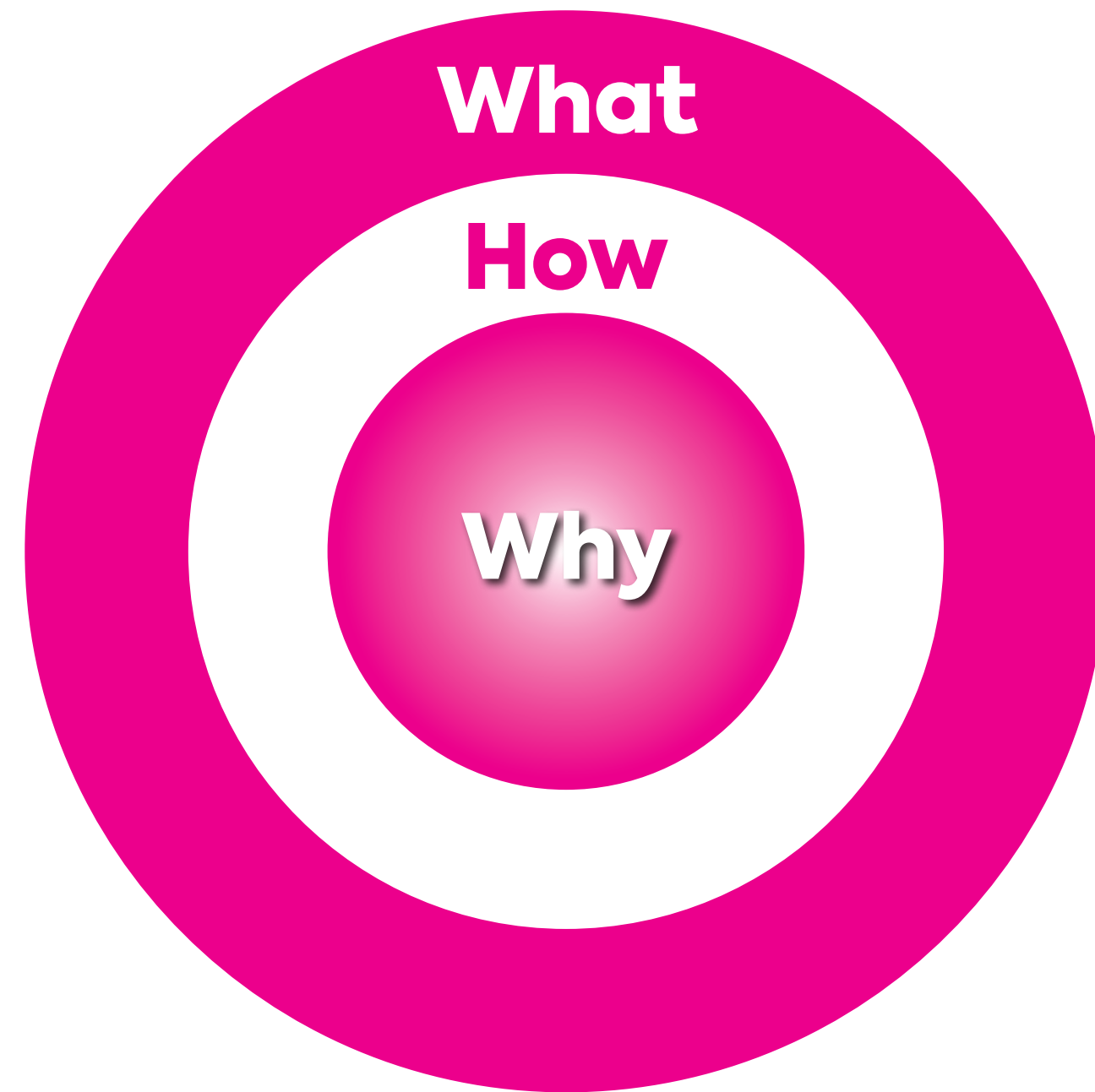


Limbic Brain

- Specifieke emoties zoals vertrouwen en loyaliteit
- Alle menselijk gedrag
- Het nemen van beslissingen



The Golden Circle vs The Human Brain





Je **WHY** maakt op een uitnodigende manier duidelijk waarom klanten en prospects bij jouw bedrijf moeten zijn.

Je **WHY** laat zien waarom het zo fantastisch is om bij jouw bedrijf te werken waarom de ideale kandidaten bij jouw bedrijf moeten solliciteren.

Je **WHY** overtuigt op inspirerende manier waarom het zo belangrijk is dat jouw bedrijf bestaat.





Storytelling maakt gebruik van de kracht van verhalen en verbindt.

De corporate story, persoonlijke verhalen van medewerkers en van klanten.
Elk verhaal moet aansluiten bij de **WHY** van de organisatie en moet zorgen
dat er een band ontstaat met de doelgroep.





Je succes wordt bepaald door je **WHY** en door de manier waarop je deze overbrengt. Niet door de hoeveelheid middelen of techniek.





Je unieke verhaal. Je succes.

www.hallofflame.nl