



# BRANDING CHECKLIST

Dit is de Copywritecat Branding Checklist voor een ijzersterke Branding. Alles wat je nodig hebt om jouw merk goed op de kaart te zetten vind je in deze checklist. Let's get started!

## Wat is Branding?

Branding is het proces waarbij je de identiteit van je merk ontwikkelt. Het draait om hoe je wilt dat mensen je merk zien, voelen en ervaren.

## Wat is het verschil tussen Branding & Marketing?

Het is nauw met elkaar verweven en overlapt elkaar deels, maar kort gezegd: Branding is wie je bent als merk; je identiteit, hoe je deze vormgeeft en aantrekkelijk maakt voor jouw doelgroep. Marketing is hoe je je bedrijf onder de aandacht brengt.

---

## Logo

**Een logo geeft je bedrijf visuele identiteit. Het zorgt voor herkenning, wekt vertrouwen en maakt je merk onderscheidend.**

- Heb je een eigen logo?
- Is je logo uniek en herkenbaar?
- Is hij goed van kwaliteit als je deze groter schaal op bijv. je website?
- Past het logo bij de merkidentiteit die je wilt uitstralen?

## Kleurenpalet

**Een eigen kleurenpalet maakt je herkenbaar en versterkt je merkidentiteit. Een goed kleurenpalet is essentieel voor een goede merkbeleving.**

- Heb je een consistent kleurenpalet dat je merk vertegenwoordigt?
- Weet je de kleurcodes?
- Zijn de kleuren geschikt voor de emoties die je wilt oproepen bij je doelgroep? (bijv. blauw wordt vaak geassocieerd met medisch, groen met natuur, rood met

sales/acties)

- Gebruik je de kleuren consequent in al je marketingmaterialen?

## Lettertype

**Een eigen lettertype maakt de identiteit van je merk uniek. Het zorgt voor consistentie, visuele herkenbaarheid en een professionele uitstraling.**

- Heb je een specifiek lettertype dat je herkenbaar maakt?
- Is je lettertype goed leesbaar?
- Gebruik je dit lettertype consequent in al je communicatie?

## Fotografie & Beeldbank

**Professionele foto's versterken je merkidentiteit en professionaliteit. Een beeldbank met een voorraad foto's is ideaal om je bedrijf goed neer te zetten.**

- Heb je professionele foto's van jou en je bedrijf op je website?
- Heb je ook andere afbeeldingen die hierbij passen en aansluiten bij je merk?
- Heb je een beeldbank gemaakt van foto's en beelden die qua stijl op elkaar aansluiten?

## Brand Story & Teksten

**Een Brand Story en sterke teksten zijn essentieel om de kern en persoonlijkheid van jouw merk ijzersterk neer te zetten. Ze verbinden emotioneel met je doelgroep, onderscheiden van concurrenten en trekken klanten aan.**

- Heb je een duidelijke en krachtige boodschap?
- Weet je doelgroep op jouw website in de eerste alinea wat je aanbiedt?
- Is het duidelijk wat jou onderscheidt van je concurrenten?
- Roept je tekst meteen een gevoel op waar klanten graag bij willen horen?
- Heb je een overtuigende Brand Story die klanten verbindt met jouw merk?

## Visie

**Een visie is waar je als bedrijf naar streeft op lange termijn. Het geeft richting en trekt klanten/medewerkers aan die zich met de missie kunnen identificeren.**

- Heb je een duidelijk omschreven visie?
- Is de visie kort en krachtig omschreven?

## Missie

**Een missie is de kern van je bedrijf; waarom bestaat het en wat wil je bereiken. Het bindt medewerkers en klanten aan het doel van het bedrijf.**

- Heb je een duidelijk omschreven missie?
- Is de missie kort en krachtig omschreven?

## Tone of Voice

**De Tone of Voice is de stijl waarin je je doelgroep schriftelijk aanspreekt op je website, social media, nieuwsbrieven, blogs etc. Het is belangrijk dat de Tone of Voice consequent wordt doorgevoerd in bijv:**

- De manier van aanspreken: U of JE
- De toon van de schrijfstijl: formeel, speels, zakelijk, vrolijk of vriendelijk
- Woorden die je merk wil vermijden bijv: onwijs of tof
- Het gebruik maken van uitroeptekens
- Het vermijden van lange zinnen
- Het wel of niet gebruik van hoofdletters

Heb jij een eigen, duidelijke Tone of voice die consequent wordt uitgevoerd?

## Kernwaarden

**Kernwaarden bepalen waar je als bedrijf voor staat en en onderscheiden je van de concurrent. Denk bij kernwaarden aan bijv: klantgericht, holistisch, innovatief etc.**

- Heb je duidelijke kernwaarden die je merk vertegenwoordigen?
- Welke waarden staan bij jou centraal en waar communiceer je dat?

## Slogan/Tagline

**Een goede slogan vat de kernboodschap van je bedrijf samen in één krachtige zin. Het onderscheidt je merk en blijft hangen bij klanten.**

- Heb je een pakkende slogan?
- Ondersteunt deze slogan jouw merk en boodschap?

## Website

**Een website bepaalt de eerste indruk van je bedrijf. Een goede site heeft een professionele uitstraling en leidt bezoekers naar de juiste knoppen. Een overzichtelijke en gebruiksvriendelijke website bevordert conversies.**

- Is je website professioneel en aantrekkelijk?
- Is de tekst kort, krachtig en overtuigend voor je doelgroep?
- Is hij SEO-geoptimaliseerd?
- Heeft je website een duidelijk menu?
- Past het design bij je merkidentiteit en spreekt het je doelgroep aan?
- Is je website overzichtelijk en zie je in één oogopslag wie jij bent en waar je voor staat?
- Is je website makkelijk te navigeren?
- Zijn de belangrijkste informatie en call-to-actions/boek nu-knoppen duidelijk zichtbaar?
- Is je website geoptimaliseerd voor mobiele apparaten?
- Laadt je website snel en zonder technische problemen?

## Social Media

**Een bedrijf kan niet zonder social media. Je hebt het nodig voor je zichtbaarheid en interactie met je doelgroep. Kies je kanalen zorgvuldig en wees daar consequent aanwezig.**

- Zijn je social media profielen volledig ingevuld, up to date en professioneel?
- Gebruik je consistent je branding (logo, kleuren, tone of voice) op al je profielen?
- Zijn je captions in dezelfde tone of voice als je website?
- Heb je een contentstrategie die aansluit bij je merkidentiteit?
- Post je regelmatig en zorg je voor interactie met je volgers?
- Reageer je snel en persoonlijk op reacties en berichten?

## Doelgroep

**Weten wie je klanten zijn is essentieel. Door inzicht te krijgen in hun wereld kun je daarop inspelen met passende diensten voor een sterkere klantenbinding.**

- Ken je jouw ideale klant door en door?
- Weet je wie jouw gemiddelde klant is qua leeftijd, budget, interesses?
- Bekijk je al jouw content door de ogen van deze ideale klant?
- Kan deze klant zich identificeren met jouw merk?

## Kort samengevat:

En hierbij nog kort samengevat de belangrijkste punten voor die ijzersterke Branding.

- Duidelijke merkidentiteit – Kernwaarden, missie en visie.
- Consistente visuele elementen – Logo, kleurenpalet, lettertype.
- Professionele afbeeldingen – Hoogwaardige foto's en beeldbank.
- Onderscheidende slogan – Korte, krachtige boodschap.
- Aantrekkelijk webdesign – Gebruiksvriendelijk en professioneel.
- Gerichte doelgroep – Inzicht in klantprofielen en behoeften.
- Sterke Brand Story & teksten – Authentiek en overtuigend merkverhaal.
- Consistente communicatie – Eenduidige boodschap in alle uitingen.

## Tot Slot

De kracht van een sterk merk zit hem in consistent zijn in je Branding en natuurlijk zichtbaar zijn op een manier die past bij jou en jouw doelgroep. Branding is een continu proces, dus blijf scherp en zorg dat jouw merk up to date blijft. Als alle elementen van je Branding goed op elkaar zijn afgestemd en je dit consequent doorvoert heb je een ijzersterke merkidentiteit!



### Feedback of vragen?

Wil je hulp bij het neerzetten van jouw merk dan help ik je graag! Stuur een mail naar [info@copywritecat.nl](mailto:info@copywritecat.nl) en dan neem ik contact met je op!