

factor
tachtig
maakt je merk

GEEF JE MERK KARAKTER

Altijd herkenbaar met een archetype

Waarom doe je wat je doet? De eerste vraag die je aan jezelf stelt als je aan je merk bouwt. Heb je je merkwaarden eenmaal op een rijtje? Tijd voor de volgende stap: je 'why' zichtbaar maken. Zowel intern als extern. Hoe zorg je dat je herkenbaar bent voor je doelgroep en al jouw uitingen dezelfde tone-of-voice hebben? Met een archetype! Er zijn er twaalf. Herken je jouw merk al?



CREATOR

Deze creatieve schepper is origineel, intuïtief en creëert graag een ideaal. Hij verbaast ons telkens weer en is een rasechte artiest.

💡 Apple, Google, Lego



EXPLORER

Ontdekken. Reizen. Altijd op zoek naar avontuur. Hij is ervan overtuigd dat het leven meer te bieden heeft dan wat hij tot nu toe heeft ervaren.

💡 Land Rover, Breitling



OUTLAW

Dit rebelse type heeft lak aan alle regels. Het verstoren van de gevestigde orde is het enige dat telt.

💡 BNN, Harley Davidson



JESTER

De hofnar a.k.a. de joker gaat voor fun en plezier. Hij is de cabaretier onder de archetypes. Zijn motto: je leeft maar één keer.

💡 Ben&Jerry's, Amstel



LOVER

The lover, oftewel de minnaar, is een echte verleider. Hij creëert passievolle ervaringen die voor langdurige relaties en herinneringen zorgen.

💡 Dior, Alfa Romeo, Magnum



CAREGIVER

Deze beschermer maakt van de mens zijn prioriteit. Hij biedt je altijd een luisterend oor, een helpende hand of een sterke schouder.

💡 Amnesty International, Volvo



EVERYMAN

De gewone man (of vrouw) onder de archetypes. Hij is de goede buur die altijd voor je klaarstaat.

💡 Hema, Ikea, Opel



INNOCENT

Deze onschuldige leeft het leven zoals het zou moeten zijn. Puur. Perfect. Zorgeloos.

💡 Spa, Zwitsal, Dove



RULER

De heerser is altijd op zoek naar structuur, veiligheid en orde. Hij houdt er niet van de controle te verliezen.

💡 Mercedes, Albert Heijn



SAGE

Dit wijze archetype is altijd bezig met ontwikkeling. Hij wil de wereld om zich heen begrijpen.

💡 Dyson, Audi



MAGICIAN

De tovenaars doet zijn naam eer aan: hij zorgt ervoor dat onmogelijke dingen werkelijkheid worden.

💡 War Child, Red Bull



HERO

De held begrijpt tegen welke uitdaging je aanloopt. Hij is doelgericht – gaat altijd voor resultaat – en legt de lat telkens een stukje hoger.

💡 Accenture, Nike

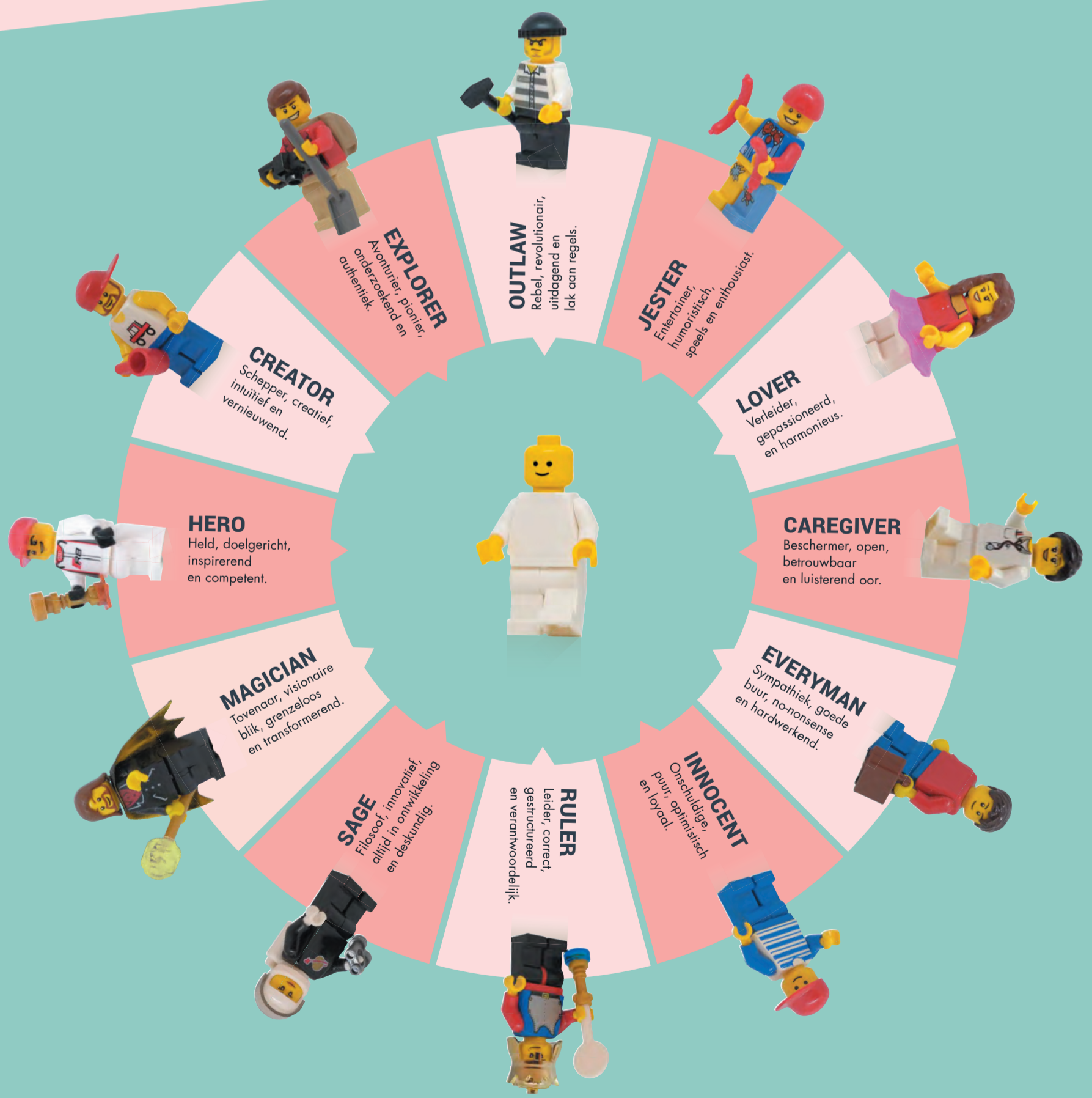
Meer weten? Bekijk de blog: f80.eu/archetypes

**factor
tachtig**
maakt je merk

EEN HERKENBAAR MERK

Creëer karakter met een archetype

Verras jij vaak anderen met je creatieve ideeën? Of ben je meer het type goede buur die altijd voor anderen klaarstaat? Loop je warm voor structuur en orde of ga je juist voor vrijheid en het onbekende? Wat je merkwaarden ook zijn, zorg dat je in al je uitingen herkenbaar bent voor je doelgroep. Hoe je dat doet? Met een archetype. Welke past bij jouw merk?



Meer weten? Bekijk de blog: f80.eu/archetypes