



Nh1816 Inspiratiesessie

Lokale positionering



**Doel van
deze dag**

Vraagstukken van deze dag

Wat is positionering?

Waarom is positionering relevant?

Waar zit de kracht van lokaal advies?

Hoe blijf je onderscheidend?

Hoe kan jouw positionering helpen?

Wie zijn jouw influencers?



Positionering

- **Jouw identiteit**

waarden, overtuigingen en unieke kwaliteiten

- **Van buiten naar binnen**

Hoe wil je dat klanten over jouw kantoor denken?

- **Waar sta je om bekend?**

Betrouwbaar, dichtbij, betrokken, deskundig.



Wat betekent
positionering?

Positionering

- **Herkenbaarheid en vertrouwen.**
- **Duidelijk waarom klanten voor jou kiezen**
- **Gericht communiceren**
Je weet wie je doelgroep is en wat hen raakt.
- **Eenvoudiger consistent**
wat je zegt en doet, klanten leren je kennen.



Waarom is het relevant?

Positionering van lokaal advies!

Eigen merk

Persoonlijk
contact

Hoge
klanttevredenheid

Kent de lokale
markt

Persoonlijk
advies

Lokaal
betrokken

Hoog en actueel
kennisniveau

Direct hulp
bij schade

Snel en
Slagvaardig





Positionering samen met Nh1816

Laat zien wie je bent

- als lokaal kantoor:
- een betrokken, betrouwbare partner in de regio.
- Vertel verhalen, en gebruik content als middel

Maak identiteit tastbaar

- Gebruik tastbare coöperatieve activiteiten
- Vertel via Zest Magazine je eigen verhaal

Positionering is chemie!

- Het is niet alleen marketing, het is verhalen delen, verbinding maken en zichtbaar zijn met wat je écht doet.



Wat doet positionering voor je?

De kracht van
een sterke positionering
in het bouwen van vertrouwen
en creëren van merkvoorkeur.

Talitha Muusse

Nh1816
Verzekeringen





Gen Z & Marketing



Builders

(1925-1945)
80-100jr



Boomers

(1946-1964)
61-79jr



Gen X

(1965-1979)
46-60jr



Millennials

(1980-1996)
29-45jr



Gen Z

(1997-2012)
13-28jr



Gen Alpha

(2012-heden)
0-13jr

Het kan misgaan

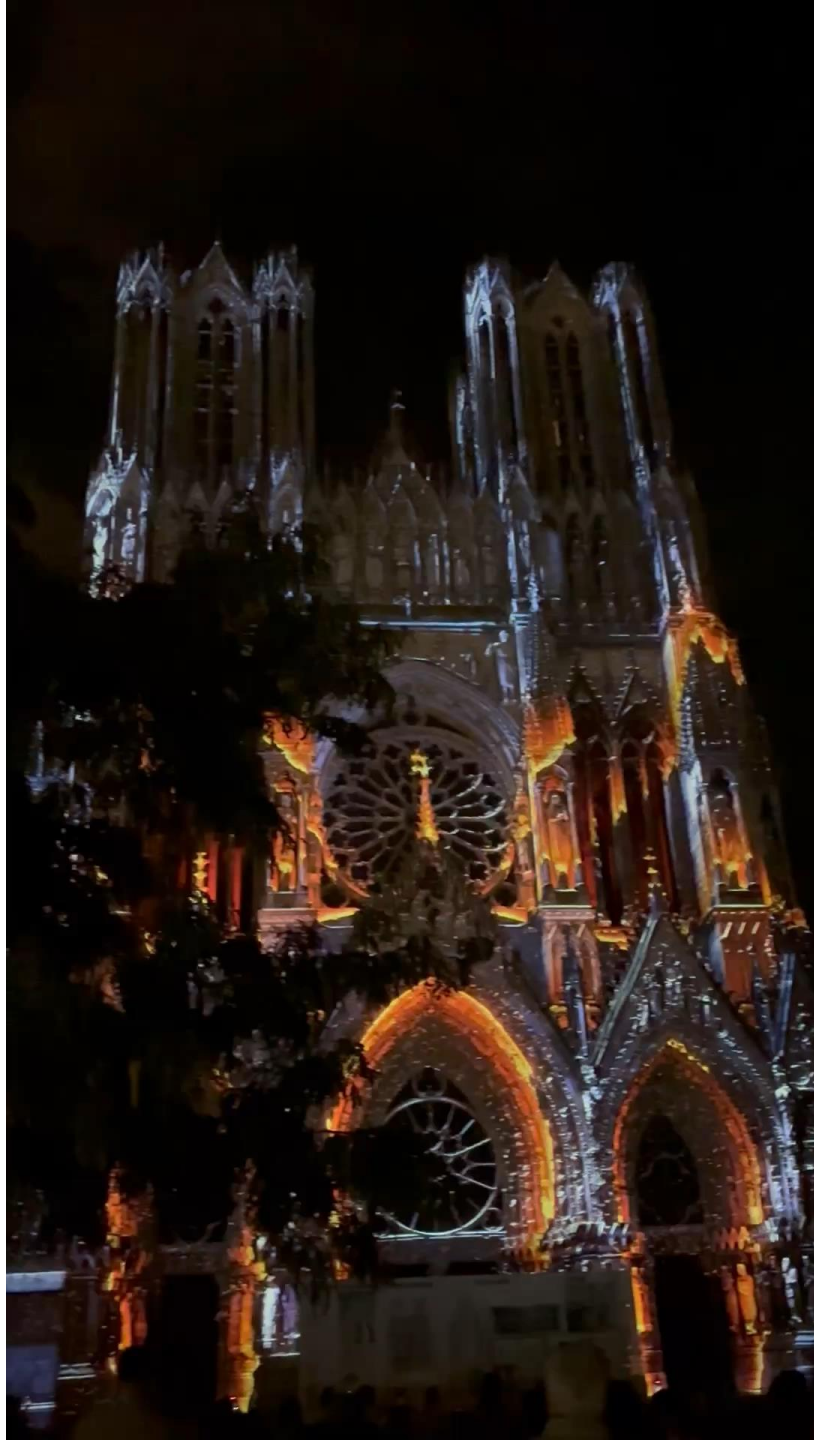


En goed gaan









Nieuwe uitgangspunten

- Internetcultuur van jongeren is leidend
(esthetiek, normen, humor, taal en referenties die ontstaan in de online gemeenschap van jongeren wereldwijd)

- Peer to peer en user-generated

Generatiegenoten beïnvloeden primair elkaar en hun belevingen van de wereld, inclusief jouw product/dienst, zijn motor achter marketing. Klanten zijn ook co-producenten op marketing gebied.

- Social media first, aangevuld met offline acties
- Beeld/video first
- Kleurrijk, positief, humor, ironisch, niet te serieus
- Kwetsbaar, rauw, emotioneel, persoonlijke verhalen, idealistisch

Casus: Douwe Egberts









Goeiemiddag buurtjes, weet iemand wie deze nieuwe buurman is? Hij is ook welkom op de eerstvolgende buurtborrel wmb. Ik app hem even met een uitnodiging.

Gr. Thea C

13:14



4



Kan dit zomaar?? 🤔😂

TikTok
@melleschram

ik ben dus nu op Lowlands





Waar wij in geloven? Dat wat oprecht is uiteindelijk altijd wint.

Over Upfront





Casus: Upfront

- **Het doet ertoe**
- **Veel vrijheid, veel verantwoordelijkheid**

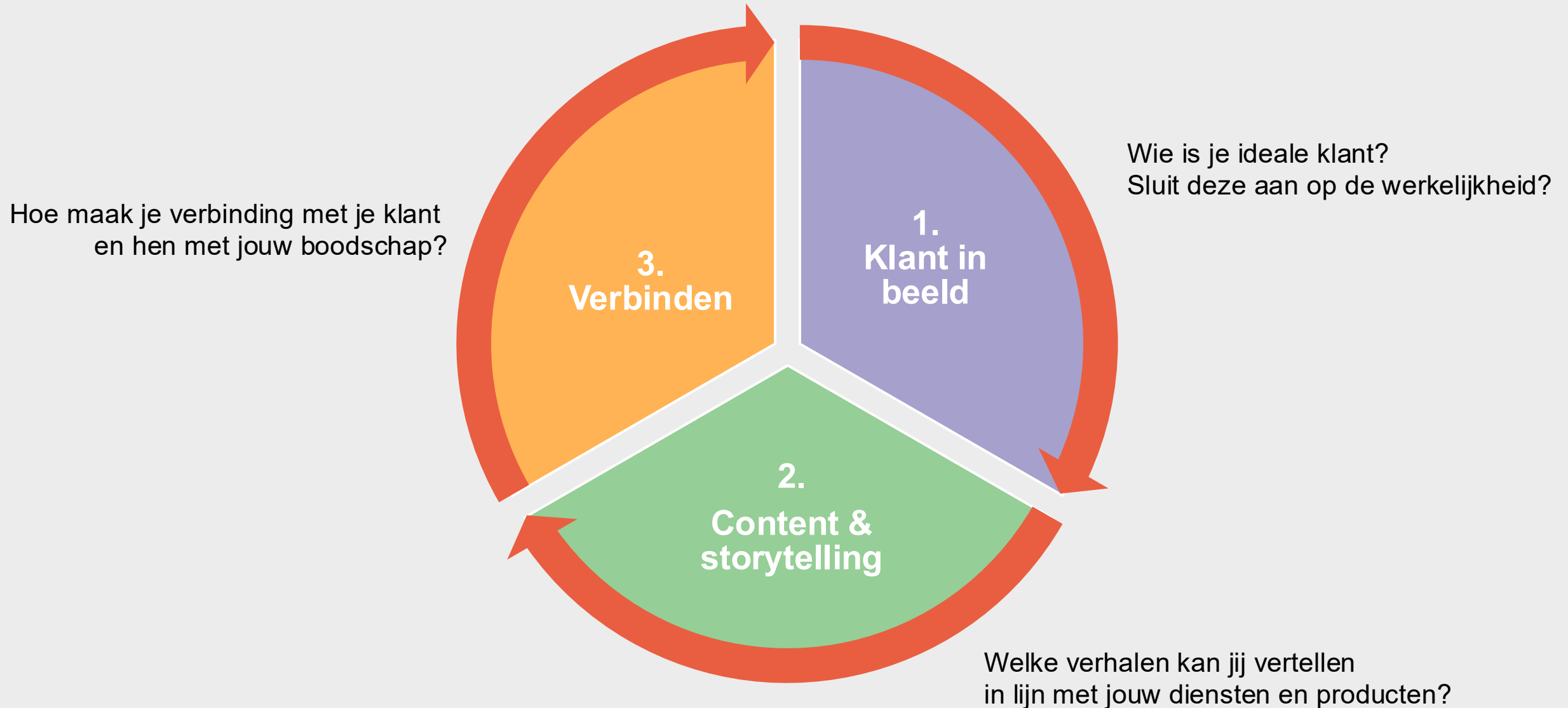
Upfront heeft één geheim, en dat zijn deze mensen die dat werk verzetten. De mensen die hier werken, zijn ongelooflijk getalenteerd, hardwerkend en creatief. Over de jaren heen heb ik gemerkt dat onze beste mensen een diepe voldoening halen uit hun werk, exceptioneel goed doen: perfectie nastreven in hun werk, vereenvoudigen en nauw samenwerken met andere getalenteerde mensen. Ik geloof erin dat een heel team van deze mensen een kans heeft om de wereld te verbeteren. Mijn hoofdtaak is het bouwen, inspireren en leiden van dit team. Naast dat we idealistisch zijn, zijn we ook serieus. Dat klinkt niet zo leuk, maar in de praktijk geeft serieus zijn meer voldoening en zingeving dan plezier najagen op de korte termijn. We spenderen namelijk onze meest waardevolle jaren aan dit werk. Ons werk helpt dagelijks tienduizenden mensen. Dit is belangrijk werk. Dus we kunnen er net zo goed gewoon helemaal voor gaan! :)

Voordat je solliciteert, is het goed dat je weet hoe we werken

Bij Upfront vormen we geen familie. Bedrijven die dit wel tegen je zeggen, vertellen je wat mij betreft niet de waarheid. Zie Upfront eerder als een toegewijd sportteam dat vastberaden is om wereldkampioen te worden. Je komt hier werken omdat je plezier haalt uit je beste werk doen.

Vervolg programma

Break-outs



Schema per groep

Groep 1

11:05 uur

Sessie 1:
Jouw klant in beeld

11:40 uur

Sessie 2:
Content en Storytelling

12:15 uur

Sessie 3:
Verbinden

Groep 2

11:05 uur

Sessie 2:
Content en Storytelling

11:40 uur

Sessie 3:
Verbinden

12:15 uur

Sessie 1:
Jouw klant in beeld

Groep 3

11:05 uur

Sessie 3:
Verbinden

11:40 uur

Sessie 1:
Jouw klant in beeld

12:15 uur

Sessie 2:
Content en Storytelling

Zaal

Sessie 1
Zaal: Roots 1

Sessie 2
Zaal: Roots 2

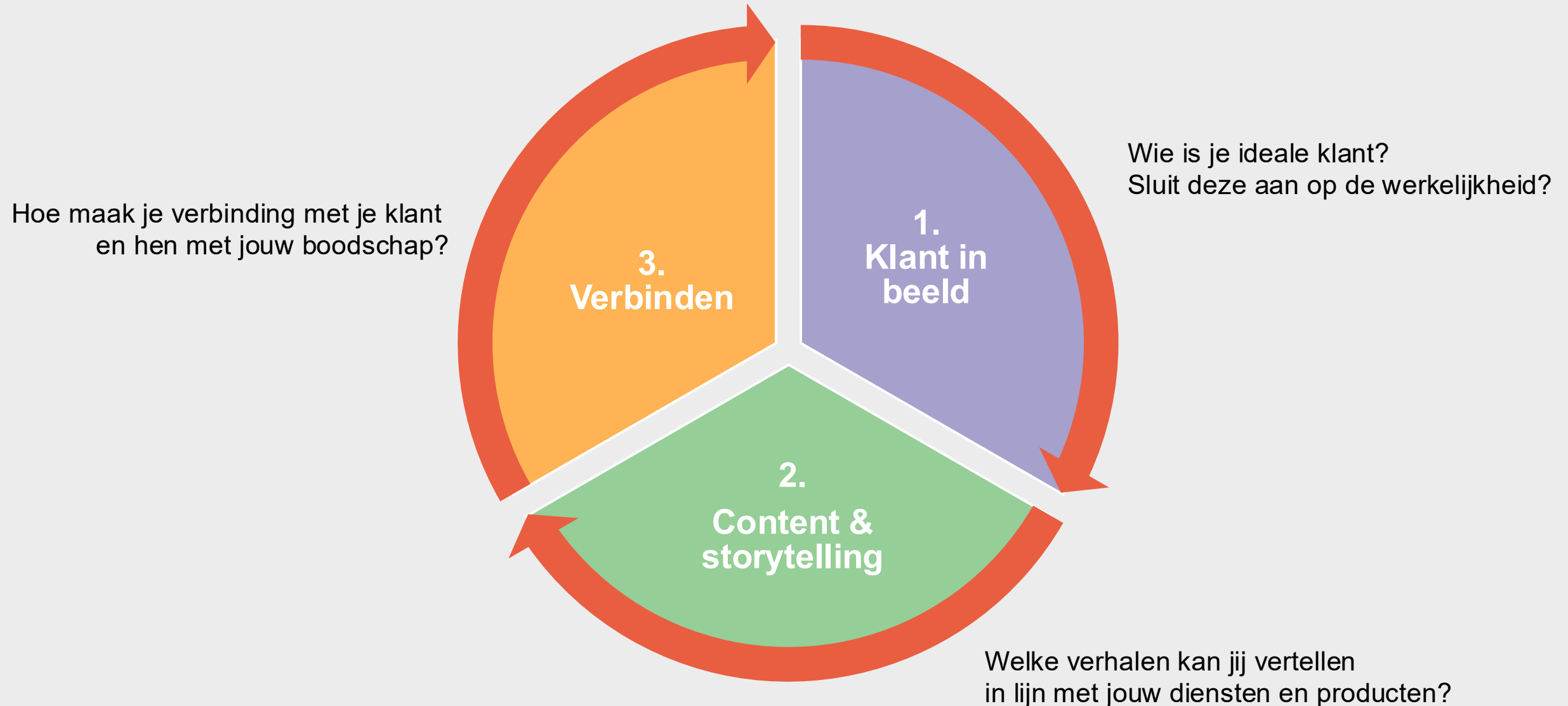
Sessie 3
Zaal: Timber



Nh1816 Inspiratiesessie

Lokale positionering

Samenvatting en terugkoppeling



Bedankt voor je aandacht.

Zijn er nog vragen?