

Brand voice



Template

Bedrijfsnaam

De basis: waar sta je voor?



Waar geloof je écht in? Wat wil je uitstralen naar de buitenwereld? Welke principes geven richting aan je keuzes, ook als niemand kijkt? Wat zou jouw ideale klant over je moeten voelen of zeggen?

1

Hoe klinkt jouw merk?



Hoe wil je dat klanten zich voelen als ze je teksten lezen? Als iemand een e-mail van je ontvangt, hoe moet die dan klinken? Welk gevoel moet blijven hangen na een gesprek of contactmoment? Hoe klink je momenteel (en is dat bewust zo)?

2

Welke tone of voice past bij jou?



Praat je liever met een knipoog of met autoriteit? Is je toon optimistisch, analytisch, zakelijk of hartelijk? Gebruik je "je" of "u"? Wil je uitleggen of juist prikkelen? Gebruik je humor — en zo ja, wat voor soort?

3

Welke woorden passen wél bij je merk?



Welke woorden gebruik je vaak en met plezier? Welke termen komen terug in klantgesprekken of interne presentaties? Zijn er woorden die jouw visie en energie uitstralen? Welke woorden passen bij hoe jij de wereld ziet?

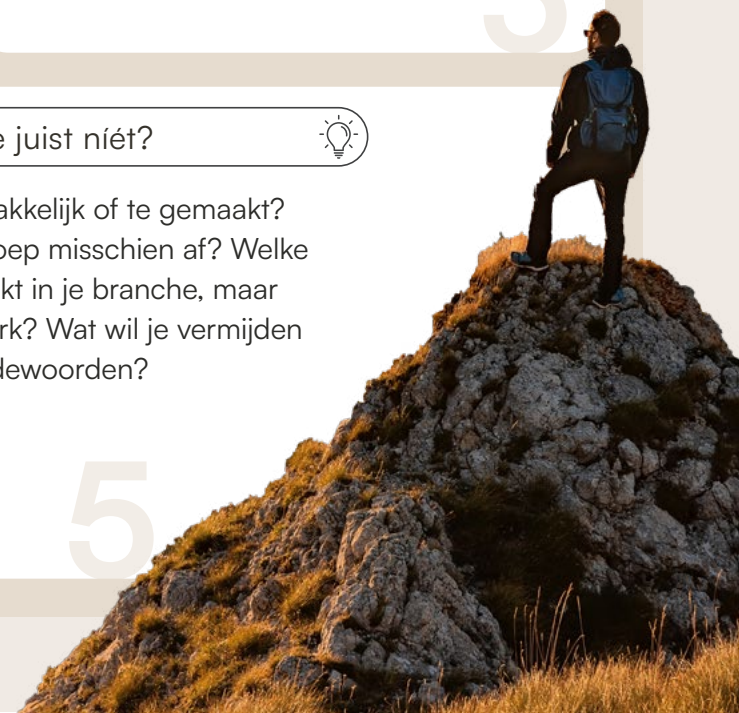
4

Welke woorden gebruik je juist níét?



Welke termen voelen ongemakkelijk of te gemaakt? Welk jargon schrikt je doelgroep misschien af? Welke woorden worden vaak gebruikt in je branche, maar passen eigenlijk niet bij je merk? Wat wil je vermijden qua toon, overdrijving of modewoorden?

5



Brand voice



Template

Bedrijfsnaam

Welke fascinatie-trigger past het best bij je merk?



Wat maakt jouw merk aantrekkelijk of onweerstaanbaar voor klanten?
Wat voelen klanten als ze onze uitingen lezen?

Verras je	→ Innovatie
Raak je	→ Passie
Overtuig je	→ Kracht
Straal je rust uit	→ Vertrouwen
Maak je nieuwsgierig	→ Mysterieus
Straal je klasse uit	→ Status
Of zet je aan tot actie	→ Aansporing

6

Wat zijn typische fouten die je wilt vermijden?



Wanneer klinkt je communicatie onnatuurlijk of geforceerd? Wat heb je eerder geprobeerd dat niet goed werkte? Welke reacties kreeg je op eerdere content waar je niet trots op bent? Waar zie je een inconsistente toon binnen het merk?

7

Hoe pas je de tone of voice aan per kanaal?



Moet de toon op LinkedIn anders zijn dan op Instagram of Facebook bijvoorbeeld? Hoe formeel/informeel mag de nieuwsbrief zijn? Welke stijl verwachten klanten van je op de website of in e-mails? Waar zit ruimte voor nuance per kanaal, zonder de kern te verliezen?

8

Hoe zorg je dat iedereen consistent schrijft?



Heeft iedereen in het team grip op jouw brand voice? Hoe zorg je dat nieuwe collega's snel de juiste toon leren kennen? Tip: ontwikkel een schrijfwijzer als praktische toepassing van de brand voice. Op deze manier geef je jouw team houvast en waarborg je de brand voice ook bij nieuwe campagnes en content.

9

Brand voice



Invuldocument

De basis: waar sta je voor?

1

Hoe klinkt jouw merk?

2

Welke tone of voice past bij jou?

3

Welke woorden passen wél bij je merk?

4

Welke woorden gebruik je juist níét?

5



Brand voice



Invuldocument

Welke fascinatie-trigger past het best bij je merk?

6

Wat zijn typische fouten die je wilt vermijden?

7

Hoe pas je de tone of voice aan per kanaal?

8

Hoe zorg je dat iedereen consistent schrijft?

9

Je merkstem staat als een huis, maar wie zorgt ervoor dat die ook consequent gebruikt wordt?

Ontdek welke aanpak het beste past bij
jouw merk en groeiplannen.

Met de '**Brand voice template**' heb je nu helder hoe jouw merk moet klinken en overkomen. Maar wie gaat die merkstem tot leven brengen?

Ga je een eigen marketingteam opbouwen dat je tone of voice door en door kent? Of werk je samen met een externe partij die alle expertise in huis heeft?

In ons **whitepaper 'Marketing insourcen of outsourcen'** nemen we je mee in de overwegingen en voor- en nadelen van beide keuzes. Zo ontdek je welke route het beste past bij jouw merk én jouw groeiplannen.

[Download de whitepaper](#)