

PIT-PAPER Brand Drivers

3. Aannames omzetten naar voordelen.

Wat is jouw toegevoegde waarde?

Met deze oefening ga je bewust nadenken over de diverse onderdelen van je bedrijf en welke voordelen je klanten biedt. Door je service onder te verdelen in verschillende voordeelcategorieën, bedenk je er veel meer dan "ik bied kwaliteit, service en persoonlijke aanpak"

Als je nu kijkt naar de aannames (brand drivers) van Pietje, wat zorgt er dan voor dat hij bij jou wil kopen. Welk voordeel kan je hem bieden?

Gropeer de brand drivers vervolgens in categorieën:

Functionele voordelen - wat zit er in de basis van mijn dienst / product

Economische voordelen - bespaart jouw product tijd/ energie / genereert meer omzet

Emotionele voordelen - hoe voelen klanten zich na afname van jouw dienst / product?

Zelf-expressie voordelen - hoe zichtbaar / aanwezig worden klanten door jouw dienst /product?

Voorbeeld Coolblue

Hoe Pietje als potentiële klant de ervaring bij Coolblue ervaart:

Functionele voordelen - "Ik wil vanavond makkelijk online bestellen"

— > website werkt makkelijk op mobiel, ze hebben een groot assortiment.

Economische voordelen - "Ik heb geen tijd om naar de winkel te gaan, kan ik online mijn product wel op tijd krijgen?"

—> voor 23.59 besteld, morgen in huis

Emotionele voordelen - "Als ik bel met mijn vraag, sta ik uren in de wacht" —> als ik bel krijg ik gelijk iemand aan de lijn, grappige video's om het wachten te verkorten

Zelf-expressie voordelen - "Hoe hebben andere het product ervaren"

—> reviews van anderen, bij Coolblue bestellen is fun (wachtvideo's, grapjes op verpakkingen)



Vind je het lastig? Plan een sypegesprek in.

PIT-PAPER Brand Drivers

3. Aannames omzetten naar voordelen.



Groep de brand drivers vervolgens in categorieën:

Functionele voordelen - wat zit er in de basis van mijn dienst / product

Economische voordelen - bespaart jouw product tijd/ energie / genereert meer omzet

Emotionele voordelen - hoe voelen klanten zich na afname van jouw dienst / product?

Zelf-expressie voordelen - hoe zichtbaar / aanwezig worden klanten door jouw dienst /product?

Functionele voordelen - "Ik wi makkelijk / snel / oplossing"

Economische voordelen - "Ik bespaar tijd / krijg meer omzet"

Emotionele voordelen - "Ik heb een gerust / verbonden gevoel "

Zelf-expressie voordelen - "Ik verwerft status / zichtbaarheid met dit product "

 Vind je het lastig? Plan een skypegesprek in.