

de indruk

Wat levert een rebranding op?

Wat levert een rebranding op?

Impact van Huisstijl op Succes in de B2B-sector

Veel bedrijven vragen zich af wat het échte rendement is van een rebranding of het ontwikkelen van een nieuwe huisstijl. Is het de investering waard? In dit whitepaper gaan we in op de opbrengsten van branding, zowel de zichtbare resultaten als de minder tastbare voordelen, ondersteund door onderzoekscijfers. Daarnaast lichten we de methode en het proces van een huisstijltraject toe. Het doel is om te laten zien hoe een doordachte, consistente merkidentiteit zich terugbetaalt in meer naamsbekendheid, klantloyaliteit en zelfs hogere omzet.

De doelgroep van dit document bestaat uit ondernemers, marketeers, communicatieadviseurs en marketingmanagers in de B2B-sector. Juist in B2B-markten, waar vertrouwen en lange termijn relaties cruciaal zijn, kan een sterke huisstijl het verschil maken. We laten zien wat een sterk merk oplevert en hoe je dat bereikt met een gestructureerd rebrandingtraject.

Het belang van een sterke huisstijl

Een huisstijl is meer dan alleen een logo of kleurenschema. Het is de visuele vertaling van de identiteit van je organisatie. Het bepaalt de eerste indruk bij potentiële klanten en draagt bij aan herkenning en vertrouwen. Onderzoek toont aan dat kleurgebruik een grote rol speelt: door strategisch kleurgebruik kan merkherkenning met wel 80 procent toenemen (Bron: Reboot, 2023).

Consistentie is hierbij essentieel. Wanneer je merkidentiteit consistent wordt doorgevoerd in alle uitingen, van logo en website tot presentaties en e-mailhandtekeningen, creëer je een herkenbaar en betrouwbaar beeld. Die herkenbaarheid is cruciaal: uit onderzoek blijkt dat 75 procent van de mensen een merk herkent aan het logo alleen (Bron: Renderforest, 2022). Andere visuele elementen zoals een kenmerkende stijl of huisstijlkleur dragen ook bij aan merkidentificatie.

Minstens zo belangrijk is de kwaliteit van de huisstijl. Een professioneel ontworpen, aantrekkelijke visuele identiteit wekt vertrouwen. Het omgekeerde is ook waar: liefst 60 procent van de consumenten mijdt een merk als zij het logo onprofessioneel of onaantrekkelijk vinden, zelfs als de producten goede reviews krijgen (Bron: Study by Crowdspring, 2021). Met andere woorden, een verouderd of rommelig logo en design kunnen klanten kosten. Een doordachte huisstijl straalt daarentegen uit dat je bedrijf serieus, betrouwbaar en onderscheidend is.

Een consistent en sterk merk vergroot de kans dat klanten voor jouw bedrijf kiezen en het versterkt vertrouwen en loyaliteit bij bestaande klanten. Bovendien vergroot een heldere merkidentiteit de effectiviteit van je marketinginspanningen: de boodschap komt sterker over, wat leidt tot hogere conversieratio's en meer betrokkenheid.

Opbrengsten van (re)branding: feiten en cijfers

Investeren in branding en een sterke huisstijl is een investering die zich terugverdient. Hieronder staan enkele sprekende cijfers en voordelen op een rij:

- **Hogere omzet door consistentie**

Een consistente merkpresentatie kan de omzet significant verhogen. Volgens onderzoek van Lucidpress leidt consistente branding gemiddeld tot 23 procent meer omzet (Bron: Lucidpress Brand Consistency Report, 2021)

- **Grotere klantenkring en groei**

Bedrijven met een sterke merkidentiteit presteren aantoonbaar beter. Zo kunnen sterke merken drie keer het verkoopvolume behalen van zwakkere merken in dezelfde branche. Klanten zijn zelfs bereid een prijspremie van gemiddeld 13 procent te betalen (Bron: Nielsen Global Survey of Consumer Loyalty, 2019).

- **Meer vertrouwen en loyaliteit**

Bijna de helft van de consumenten is bereid meer te betalen voor merken die ze vertrouwen. Transparantie en authenticiteit spelen hierin een grote rol. 77 procent van de consumenten koopt bij merken die hun waarden delen (Bron: Havas Group, Meaningful Brands Report, 2021).

- **Sterkere merkwaarde**

Merkwaarde is een belangrijk immaterieel bezit. Vandaag de dag bestaat bij bedrijven op de beurs gemiddeld 90 procent van de totale waarde uit immateriële activa zoals merk en reputatie (Bron: Ocean Tomo Intangible Asset Market Value Study, 2020).

- **Langetermijngroei en concurrentievoordeel**

77 procent van de marketeers zegt dat branding cruciaal is voor toekomstige groei (Bron: Circle Research, B2B Branding Research Report, 2020). Organisaties die merkgericht werken, groeien gemiddeld 2,4 keer sneller in merkwaarde dan hun concurrenten (Bron: Interbrand Best Global Brands Study, 2021).

De effecten van branding groeien vaak exponentieel over de lange termijn. In het eerste jaar merk je wellicht vooral verbetering in zichtbaarheid en herkenning. Maar op termijn wordt je merk een vertrouwd gezicht in de markt. Dat verlaagt acquisitiekosten en verhoogt klantwaarde.

Aanpak van een huisstijltraject

Bij De Indruk geloven we dat een sterke huisstijl begint met een helder verhaal en eindigt met consistente merkbeleving op ieder kanaal. Daarom hanteren we een vaste aanpak die ruimte laat voor creativiteit én grip houdt op het proces:

01 Kick-off

We starten met een sessie waarin we jouw merkverhaal, kernwaarden en doelgroep scherpstellen. Dit vormt de basis voor een visuele identiteit die klopt bij wie je bent en wat je wilt uitstralen

02 Huisstijl design

Op basis van de inzichten uit de kick-off creëren we één of meerdere visuele concepte. Deze concepten versterken jouw merkidentiteit en maken direct zichtbaar waar je voor staat.

03 Stylescape

Het gekozen concept vertalen we door naar een visuele stijl. Denk aan kleurgebruik, typografie, fotografie en toepassingen op verschillende middelen. Je krijgt zo een totaalbeeld van hoe jouw merk eruit gaat zien in de praktijk.

04 Huisstijlhandboek

Alle stijlregels, kleuren, typografie en richtlijnen leggen we vast in een overzichtelijk handboek. Zo zorg je dat iedereen binnen én buiten je organisatie de stijl op een consistente manier toepast.

05 Middelen

Tot slot passen we de nieuwe stijl toe op de middelen die jij nodig hebt. Van templates en presentaties tot visitekaartjes, social posts of signing. Alles in lijn met jouw nieuwe merkidentiteit.

Een doordacht huisstijltraject bij De Indruk levert niet alleen een krachtig logo op, maar een complete visuele identiteit die jouw merk herkenbaar, professioneel en toekomstbestendig maakt.



Conclusie

Een rebranding levert concrete resultaten op:

- ✓ Meer zichtbaarheid
- ✓ Klantvertrouwen
- ✓ Omzetgroei
- ✓ Merkwaarde

Maar alleen als het goed wordt aangepakt. Een sterke huisstijl is geen luxe, maar een strategische investering in de toekomst van je bedrijf.

Wil je weten wat een nieuw merk voor jouw organisatie kan betekenen? Neem contact met ons op. We denken graag met je mee.

Bronnen

1. Reboot (2023). "How Color Impacts Brand Recognition."
Geraadpleegd via: <https://www.rebootonline.com/blog/impact-of-color-on-marketing>
2. Renderforest (2022). "Logo Statistics: How Logos Influence Brand Recognition."
Geraadpleegd via: <https://www.renderforest.com/blog/logo-statistics>
3. Crowdspring (2021). "The Impact of Design on Customer Trust and Brand Loyalty."
Geraadpleegd via: <https://www.crowdspring.com/blog/logo-trust-statistics>
4. Lucidpress (2021). "The Impact of Brand Consistency." Brand Consistency Report.
Geraadpleegd via: <https://www.marq.com/blog/brand-consistency>
5. Nielsen (2019). "Global Survey of Consumer Loyalty." Nielsen Company.
6. Havas Group (2021). "Meaningful Brands Report 2021."
Geraadpleegd via: <https://www.meaningful-brands.com>
7. Ocean Tomo (2020). "Intangible Asset Market Value Study."
Geraadpleegd via: <https://www.oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study>
8. Circle Research (2020). "B2B Branding Research Report." B2B Marketing & Circle Research.
9. Interbrand (2021). "Best Global Brands Study 2021."
Geraadpleegd via: <https://interbrand.com/best-global-brands>