

Rebranding Checklist

Loop samen de hele 'klantenreis' door:

Hoe komen klanten met jullie in contact? Welke contactmomenten zijn er daarna?

Wat ontvangt/ krijgt/ ziet de klant zodra jullie gaan samenwerken? En als het project is afgerond?

Tip! Noteer op een post-it de komende periode welke middelen je gebruikt. Plak deze op een zichtbare plek en markeer ze op basis van prioriteit; need to have, nice to have, get rid off.

Juridisch/ administratief

- KvK inschrijving
- Merkregistratie
- Bankrekeningnummers
- Notaris statutenwijziging
- Officiële documenten/ rapportages
- Accounts en lidmaatschappen (VBO, Funda, Nwwi, TMI, netwerkclubs enz.)
- Domeinnaam registratie

Digitaal

- Offertes, facturen en overeenkomsten
- Facturen (en bijbehorende systemen)
- Domeinnaam en website
- Powerpoints/ presentaties/ sjablonen
- Emailadressen (redirect) en handtekeningen
- Inventariseren gevolgen Adwords en SEO
- Social accounts
- E-mail nieuwsbrieven
- Advertenties
- Contactgegevens Google (bedrijf), instellen Search Console en Analytics

Fysieke middelen

- Drukwerk (visitekaartjes, briefpapier enz.)
- Autobestickering
- Bedrijfskleding
- Give-aways (pennen, mokken enz.)
- Offertemappen
- Naambordje pand
- Gevelreclame/ vlaggen
- Te koop borden
- Beursmateriaal (banners, achterwand)

Extra's

- Informeer klanten, financieel adviseurs en relaties enkele dagen vooraf
- Denk ook aan je naamsvermeldingen op externe sites en bij partners
- Zorg dat online reviews niet verloren gaan! Je kunt deze meenemen naar je nieuwe account
- Behoudt je oude domeinnaam, zodat je verwijzingen in kunt stellen (301-pagina's e.a.) en je Analytics gegevens kunt behouden
- Bedenk een lanceringsactie als onderdeel van je marketingcommunicatieplan
- Spread the word: verstuur een persbericht naar lokale media en plaatst een bericht op je LinkedIn-pagina. Misschien zelf met een leuke kennismakingsactie!
- Het duurt even voordat Google de zoekresultaten indexeert. Gemiddeld duurt dit ongeveer 3 tot 4 weken, dat wilt niet zeggen dat je niet vindbaar bent maar dat je in het begin mogelijk lager rankt dan voorheen op de zoekresultaten.

Niet alles hoeft tegelijk

Hou vast aan de 80/20 regel, pak de belangrijkste merkdraagers eerst op en de overige 20% volgt vanzelf.

Opmerkingen

Contact:
www.ideeenfabriek.com
koffiedoen@ideeenfabriek.com