

adwise

YOUR DIGITAL BRAIN



EVEN VOORSTELLEN



Marieke Bakker

Head of Brand & Experience /
Senior Branding & Content
Strategist



Jeroen Kolkman

Digital Creative /
Senior Animator, VFX artist,
Storyteller & Character Designer



MARIEKE BAKKER

Head of Brand & Experience / Senior Branding & Content Strategist

EVEN VOORSTELLEN

- ❖ 10+ jaar werkzaam in de Digitale Marketing
- ❖ 15 jaar ervaring in Content Creatie, Online Redactie en Dialoog
- ❖ Groeide op in de jaren '80 en '90
- ❖ Altijd al een passie voor de magie van knopjes, vormen en verhalen

EVEN VOORSTELLEN



MARIEKE BAKKER

BRANDING | CONTENT |
CUSTOMER EXPERIENCE |
DIALOGUE | STRATEGY





Kabouters zoeken



JEROEN KOLKMAN

Digital Creative / Senior Animator, VFX artist, Storyteller & Character Designer

EVEN VOORSTELLEN

- ❖ Kind van de jaren '80 en '90
- ❖ Raakte betoverd door de magie van cartoons, comics, films & series
- ❖ Werkte 10 jaar in de TV wereld
- ❖ Maakte de overstap naar Adwise – Your Digital Brain



Ghostbusters





Back to the future





All
Q
IMDbPro
Help
Facebook
Instagram
Twitter
YouTube

Movies, TV & Showtimes
Celebs, Events & Photos
News & Community
Watchlist
Sign in



Jeroen Kolkman

Visual Effects | Miscellaneous Crew

[+ Add or change photo on IMDbPro »](#)

Contribute to IMDb. Add a bio, trivia, and more.
[Update information for Jeroen Kolkman »](#)

[SEE RANK](#)

Quick Links

[Biography](#)
[Awards](#)
[Photo Gallery](#)

[Filmography \(by Job\)](#)
[Trailers and Videos](#)

[Explore More](#)

Known For



Pieter in de Prehistorie
Visual Effects
(2014)



Sluipschutters
Visual Effects
(2015-2017)



Draadstaal
Visual Effects
(2009-2017)



Neonletters
Visual Effects
(2010-2012)

Filmography

[Hide all](#) | [Show by...](#) | [Edit](#)

Jump to: [Visual effects](#) | [Miscellaneous Crew](#)

Visual effects (6 credits) [Hide](#)

Like (Short) (visual effects supervisor) 2018/II

Draadstaal (TV Series) (visual effects artist - 4 episodes) 2009-2017

- Aflevering 1 (2017) ... (visual effects artist)
- Draadstaal (2016) (2016) ... (visual effects artist)
- Episode #6.3 (2015) ... (visual effects artist)
- Moederdag (2009) ... (visual effects artist)

Sluipschutters (TV Series) (visual effects artist - 17 episodes) 2015-2017

- Aflevering 25 (2017) ... (visual effects artist)
- Aflevering 24 (2017) ... (visual effects artist)
- Aflevering 23 (2017) ... (visual effects artist)
- Aflevering 22 (2017) ... (visual effects artist)
- Aflevering 21 (2017) ... (visual effects artist)

Why Ricky Whittle *Really* Needs to Use His Imagination



"American Gods" producer [Neil Gaiman](#), a wild imagination, and some impressive CGI help [Ricky Whittle](#) bring Shadow Moon to life.

[Watch now »](#)

Share this page: [Facebook](#) [Twitter](#) [Link](#)

Around The Web

Powered by ZergNet





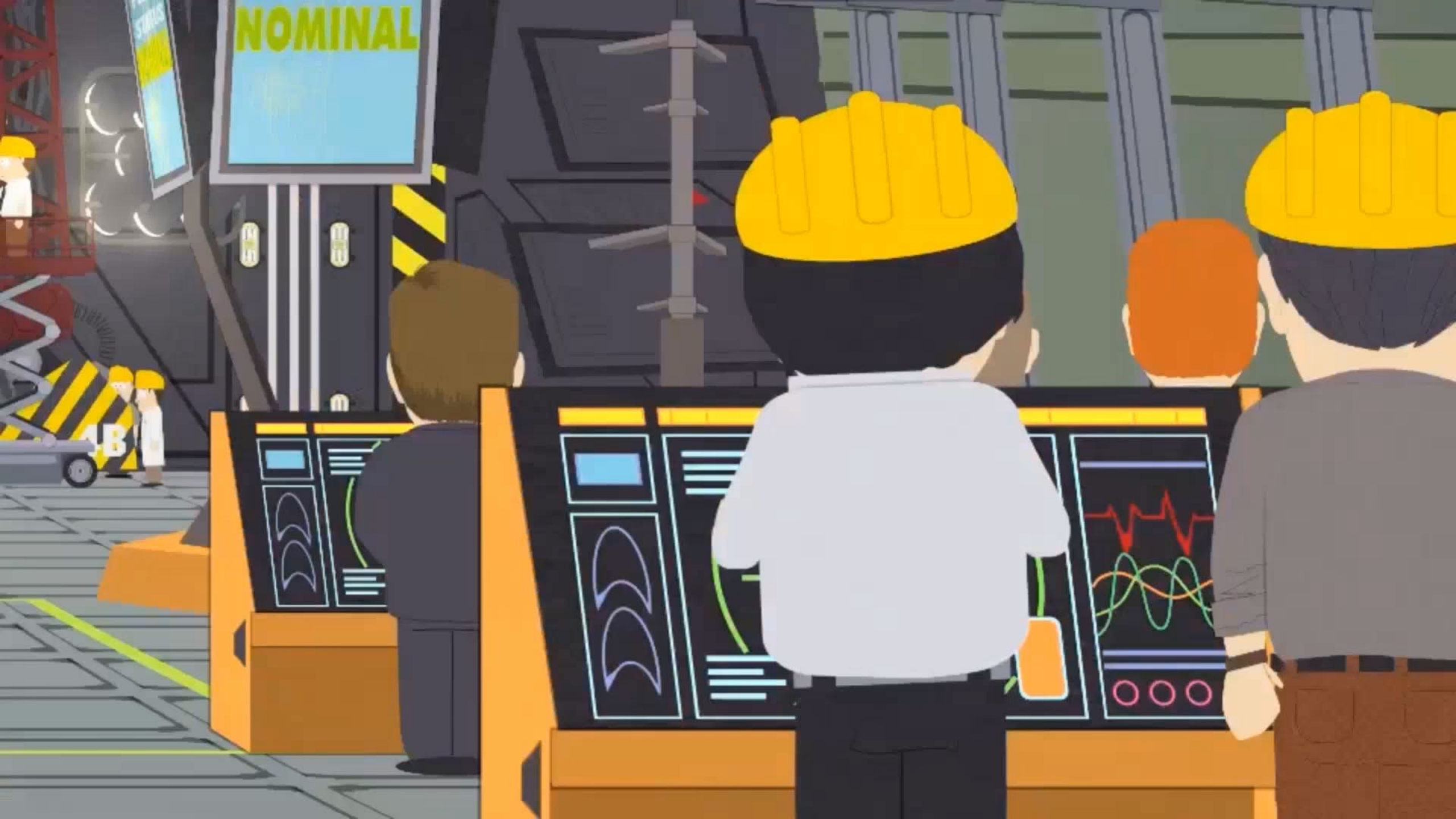

KABOUTERS BESTAAN

De waarde en waarheid van creativiteit.



WIE GELOOFT NIET DAT KABOUTERS BESTAAN?

Kies voor de optie 'Raise Hand' onderin het scherm.





HARDE BEWIJZEN

Uit research blijkt dat kabouters bestaan, omdat:

- #1. Ze maken altijd de helft van je sokken kwijt en ruilen ze om voor niet-passende Tupperware-deksels.
- #2. Ze zijn degenen die altijd je sleutels kwijtmaken.
- #3. Ze zetten 's nachts je wekker uit, zodat jij je verslaapt.

waarom 1 sok kwijt

 [Alle](#)  Shopping  Afbeeldingen  Maps  Nieuws 

Ongeveer 1.240.000 resultaten (0,47 seconden)

sleutels kwijt

 [Alle](#)  Afbeeldingen  Video's  Shopping  Maps 

Ongeveer 2.930.000 resultaten (0,39 seconden)

kabouters bestaan



 [Alle](#)  Afbeeldingen  Shopping  Video's  Maps  Meer [Instellingen](#) [Tools](#)

Ongeveer 110.000 resultaten (0,41 seconden)

HARDE BEWIJZEN

Volgens de zoekresultaten...

14:05



HARDE BEWIJZEN



We vragen het Siri...



WAT IS WAAR?

Wanneer je iets kan zien of voelen.

- *Kleur is interpretable*
- *Een fysieke reactie, wordt door iedereen anders gevoeld*
- *Een meetbaar resultaat?*



WAT IS WAAR?

Welke afspraken maken we met elkaar waardoor iets waarheid wordt?

- *“Een kabouter heeft een rode puntmuts”*
- *“Kabouters wonen altijd in een paddestoel”*





i'm lovin' it[®]

FEED

GET THE WOW

DE KUNST VAN MERKBELEVING IS...



...niet alleen om iets te ontwikkelen, targeten of analyseren, maar er een **ziel in te blazen**. Alleen dan komt een merk, verhaal en product écht tot leven.





WAT TREKT JOUW AANDACHT?



Anders dan anderen = onderscheidend vermogen

DATA VS CREATIVITEIT





• GREGARIOUS GAMES
2029
office party

GREGARIOUS GAMES

LINKER
HERSENHELF

RECHTER
HERSENHELF

- logisch
- tekst
- analistisch
- rationeel
- lineair



LOGICA >< GEVOEL

CREATIVITEIT

intuïtie

simultaan

verbanden

CONTEXT

DATA VS CREATIVITEIT

- Gevoel overwint van logica omdat we het beter kunnen onthouden



We retain information
presented in a story
22 times better than
when information is given through
facts and figures alone.



DATA VS CREATIVITEIT

- Sprookjes / kinderachtige verziensels of slimme storytelling?



DATA

Geloven volledig in data, analyse, regels en targeten

Volgens het boekje

Creativiteit (Brand & Experience) is er niet of bijzaak



DATA



Kabouters bestaan niet!



DATA



Kabouters bestaan niet!

Krachtige data is bewijsbaar

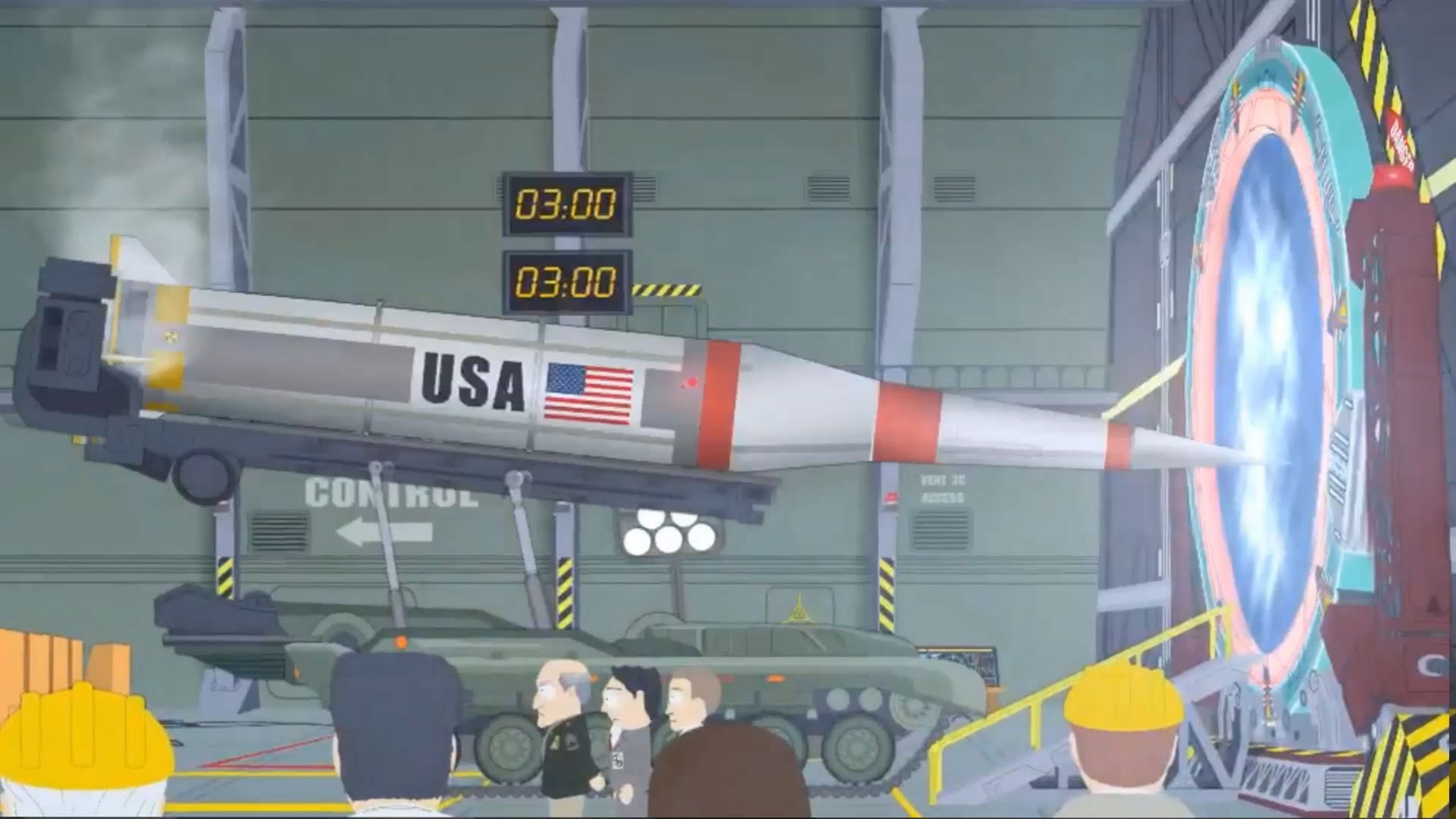


DATA SUPERRAKETTEN

Kabouters bestaan niet!

Krachtige data is bewijsbaar

Bouwen met al die data en analyse een superraket om op hun
doelgroep perfect mee te bereiken





CREATIVITEIT



Kabouters bestaan toch!





CREATIVITEIT



Kabouters bestaan toch!

Een liedje is in theorie niet meer dan een aantal klanken achter elkaar. Toch kent iedereen de melodie en de naam ervan en brengt het voor iedereen dezelfde emotie. Het bestaat dus toch, ook al is het niet tastbaar.













**CREATIVITEIT
= BELEVING**

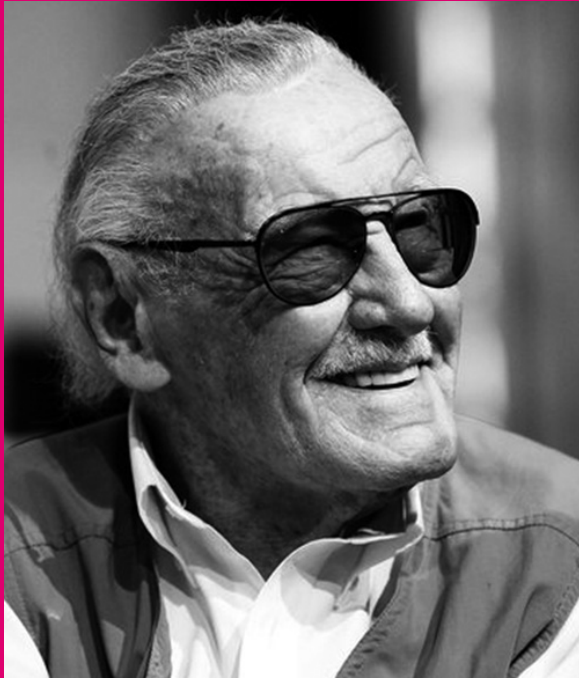


**BELEVING
= VERKOPEN**



MARVEL VS. DC COMICS

Spider-man VS. Superman



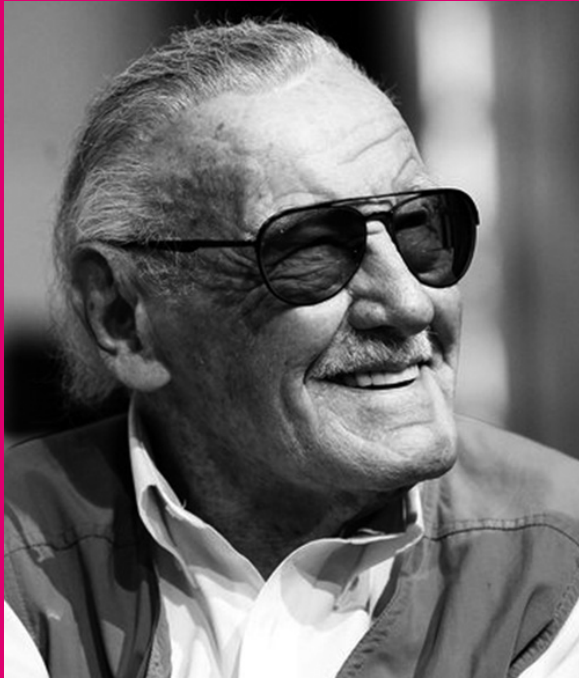
MARVEL VS. DC COMICS

De beleving maakt het verschil.

STAN LEE

Voormalig comic book schrijver, editor, publisher en producer bij Marvel Comics.
Geestelijk vader van o.a. Spider-man, The Hulk, The X-men, Fantastic Four etc. etc.





MARVEL VS. DC COMICS

‘It had nothing to do with anything, except we were putting personality in our books. And we were talking to the reader.’

STAN LEE

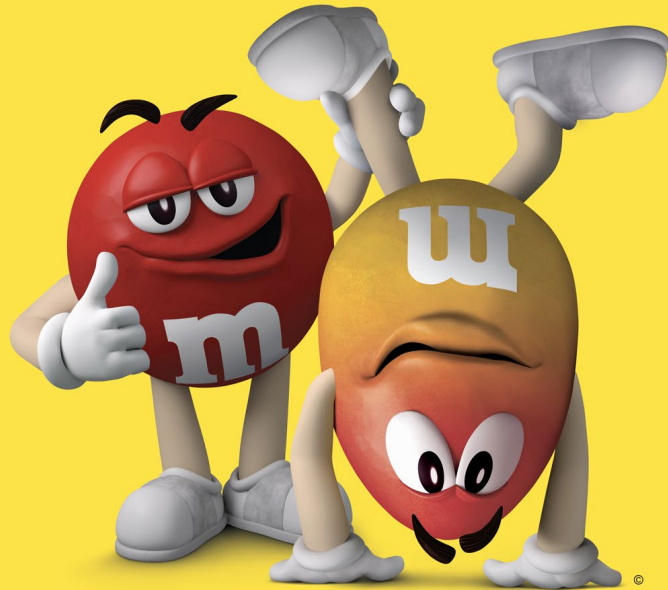
Voormalig comic book schrijver, editor, publisher en producer bij Marvel Comics.
Geestelijk vader van o.a. Spider-man, The Hulk, The X-men, Fantastic Four etc. etc.



CREATIVITEIT VOOR MERKEN

- Bijsturen op beleving
- Verhoging herkenbaarheid
- Positieve associatie = meer binding en vergroot betrouwbaarheid
- Verhoogt de loyaliteit van klanten

 **WE ARE ALL RED**



m&m's

CREATIVITEIT VOOR MERKEN

- Schept duidelijke verwachtingen
- Langer termijn top of mind bij de klant
- Onderscheidend t.o.v. de rest
- Zorgt voor synergie in alle uitingen en kanalen

HET VERSCHIL

DATA = korte termijn race



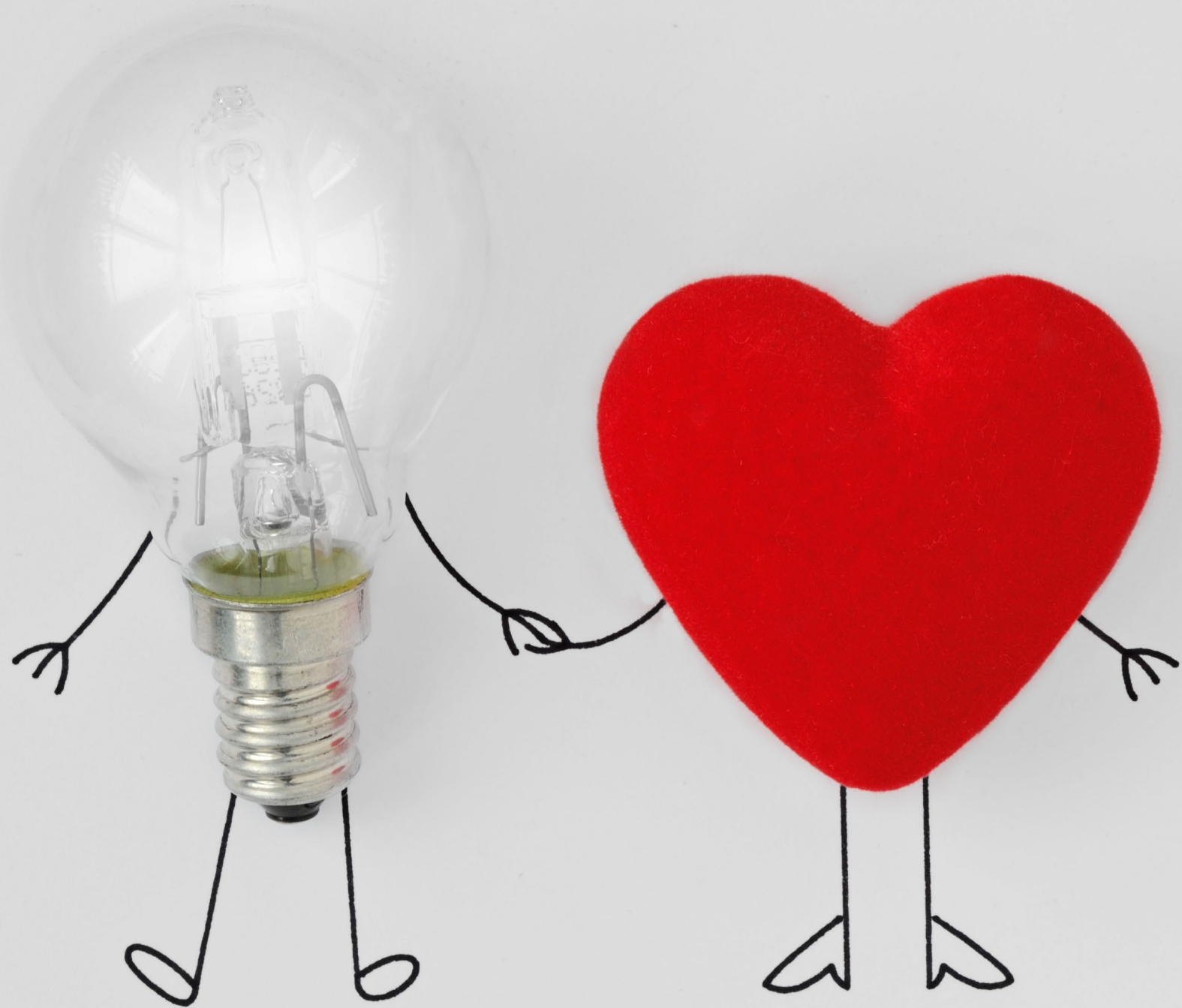
CREATIVITEIT = lange termijn beleving





DATA & CREATIVITEIT









DATA & CREATIVITEIT

DATA & CREATIVITEIT = oneindig interessant & relevant

DATA &
CREATIVITEIT

Storytelling en
Personalisatie

Relevante
klantreizen
sturen op
merkbeleving

Resultaat:
visie, omzet
& beleving

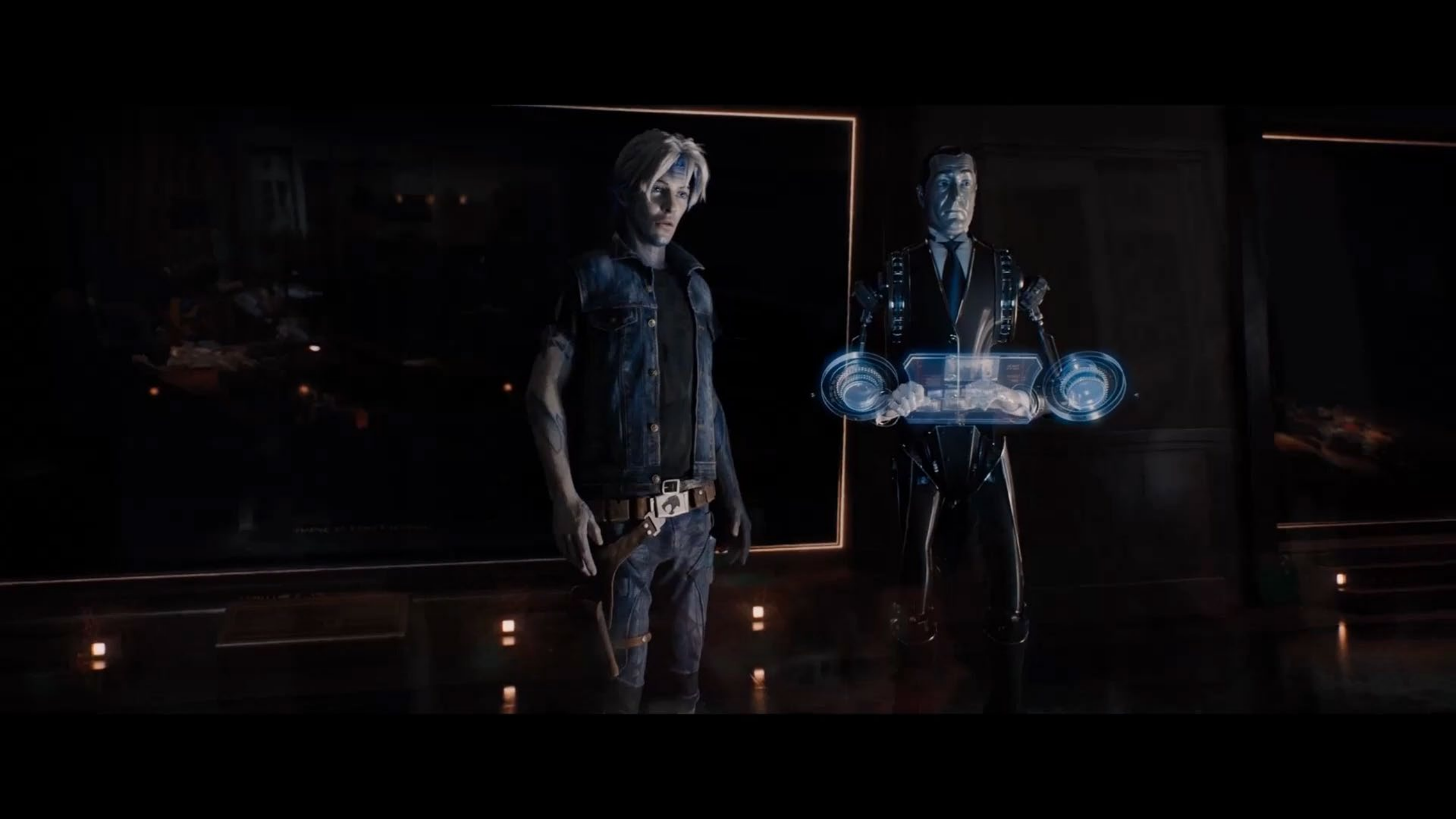
Top of mind bij
klant /
loyaliteit, ook
na campagnes



DOE HET ANDERS



Durf de andere kant op te gaan dan de rest.
Creëer je eigen pad en persoonlijkheid.



A dark, stylized illustration featuring several brand mascots as superheroes. At the top, a British Airways Concorde is depicted as a superhero with a cape, flying towards the left. Below it, a collection of other brand mascots are shown in various poses, some holding tools like hammers. These include a Heinz ketchup bottle, a Dyson vacuum cleaner, a John Lewis character, and others with less legible labels like 'Hugg & Don' and 'Cadbury'. The background is a dark grey with faint outlines of the characters.

MERK ALS KARAKTER MET EIGEN WIL



MERK PERSONIFICATIE



Niet de smaak van het MT, maar een **eigen** stijl en smaak an sich, die het merk nodig heeft.

Adwise B.V.

Hoofdvestiging

Bestaande handelsnamen

Adwise B.V. | Adwise Internetmarketing | Adv
Netwerklounge | Adwise Exploitaties | Advise

Statutaire naam

Adwise B.V.

KVK 08137396 Vestigingsnr. 000019462

08137396 0000 000019462980 Adwise
Organisatie-adviesbureaus www.adwise.nl

MERK PERSONIFICATIE

Het bedrijf krijgt bij de geboorte een naam:

ADWISE

En een beschrijving van wat je denkt te gaan doen.



MERK PERSONIFICATIE

Maar net als een persoon, groeit en verandert je merk met de jaren.

En krijg je merk meer duiding. Zoals bijvoorbeeld een andere beschrijving (descriptor)



adwise



adwise



a



a



a



a



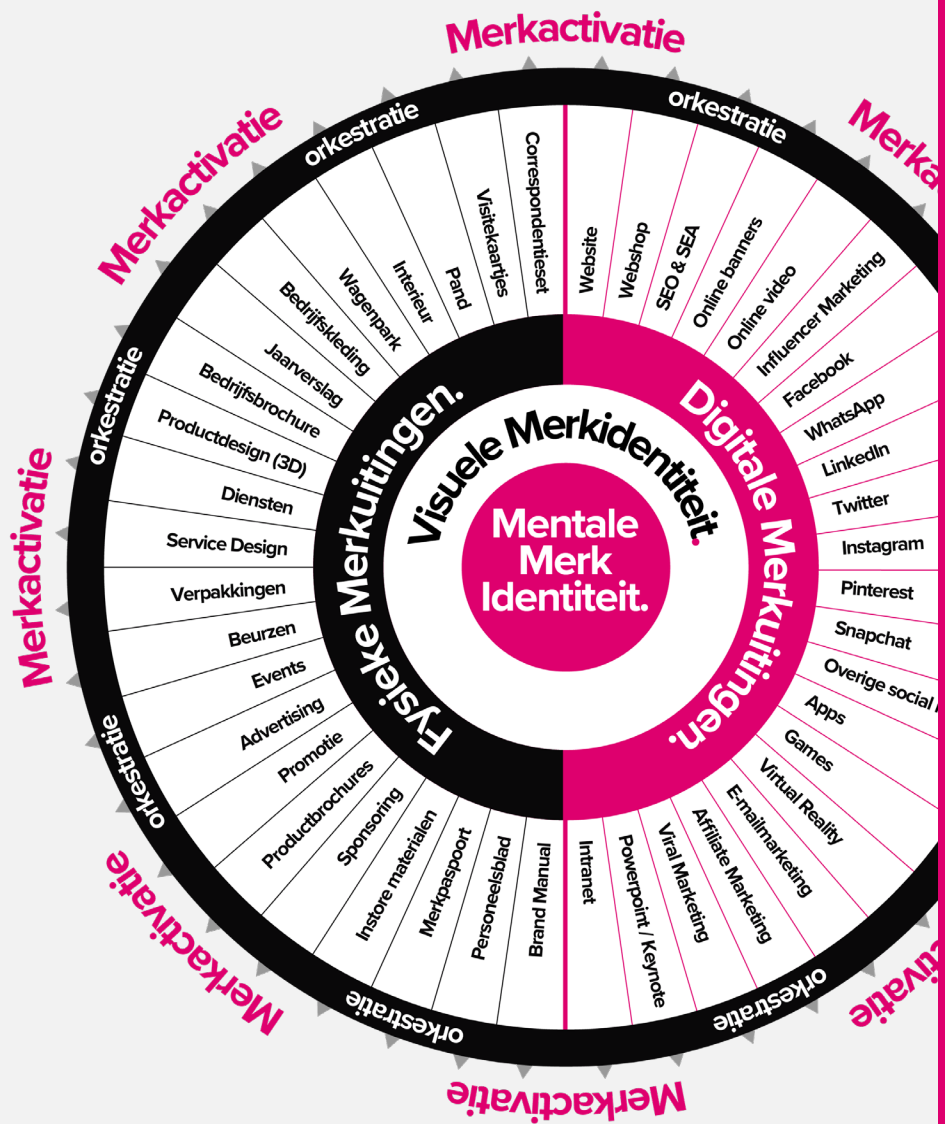
a



a

MERK PERSONIFICATIE

Krijgt een gezicht en kleding, in de vorm van een logo en huisstijl.
Hierin gaan veel bedrijven nog mee.



MERK PERSONIFICATIE

Een persoon wil je ook opvoeden en belangrijke waarden meegeven. Dat noemen we de **mentale identiteit**. Het merkinerlijk.

Deze bestaat vaak uit:

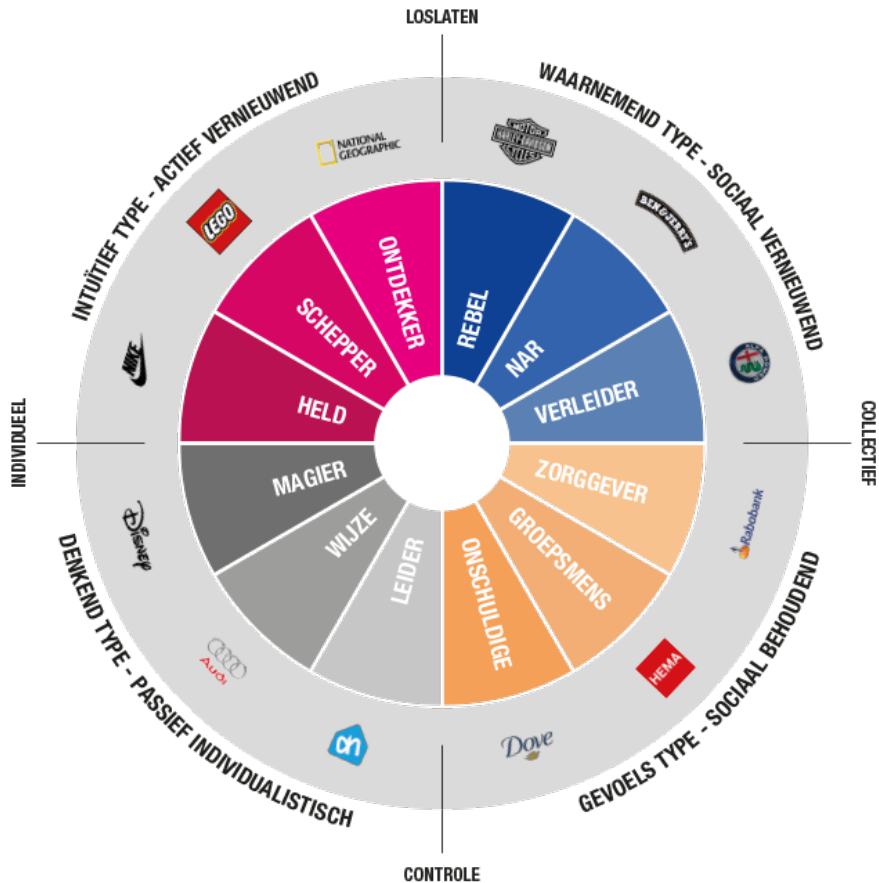
- Purpose/ Why (Golden circle)
- Kernwaarden
- Tone of voice

MERK INNERLIJK BEPALEN

Met archetypen.



ARCHETYPE WIEL



MERK ARCHETYPEN

Door gebruik te maken van het Archetypemodel van Jung, wordt het gemakkelijker een merkpersoonlijkheid kleur te geven.





ONTDEKKER



HELD



**GROEPS
MENS**

REBEL

NAR

MAGIËR

MERK ARCHETYPEN

- Haalt jouw merk betekenis uit het delen van kennis? [DE WIJZE]
- Of zijn jullie voorlopers in de markt, die mensen in staat stellen uit te blinken? [DE HELD]



JE MERK ALS KARAKTER

Geef je merk een brein ÉN hart.

Een intelligente, levendige ziel vol beleving.

Een eigen autonoom karakter, met een groter bereik en invloed dan welk individu binnen de organisatie dan ook.

Het merk is de persoon dat invloed op en verbinding met de klant heeft.

Ook al is het soms niet tastbaar, hij bestaat wel degelijk.

Net als kabouters.



Hoe staat het met jullie merkpersoonlijkheid?

Hoe onderscheidend zijn jullie campagnes?

Hoe creatief durft jullie organisatie te zijn?

— — —

.



adwise

YOUR DIGITAL BRAIN

k.nieuwenhuis@adwise.nl





V R A G E N ?

Hoe staat het met jullie merkpersoonlijkheid?

Hoe onderscheidend zijn jullie campagnes?

Hoe creatief durft jullie organisatie te zijn?

adwise
YOUR DIGITAL BRAIN

