

Inzicht (vanuit consument)



Gewenste uitkomst:

.....
.....
.....
.....
.....

Huidige situatie:

.....
.....
.....
.....
.....

Dilemma/Barrière/Frustratie:

.....
.....
.....

Belofte (vanuit merk)



.....
.....
.....
.....

Bewijs (vanuit merk)



.....
.....
.....
.....

Checklist concept:

Bevat een scherp inzicht:

- Bevat altijd 1 dilemma (niet meerdere) dat jouw doelgroep graag opgelost zou willen zien om de gewenste uitkomst op een betere manier te bereiken.
- Is gebaseerd op wat je écht hebt gehoord van deze doelgroep.
- Bestaat altijd uit vaste elementen die samen een coherent geheel vormen: Gewenste uitkomst + Huidige situatie + dilemma
- Is geschreven in de 'ik-vorm' vanuit het perspectief van de doelgroep. Jouw doelgroep zou dit letterlijk zo gezegd kunnen hebben

Bevat een sterke belofte:

- Focust op één kernvoordeel
- Dat kernvoordeel is een oplossing voor het dilemma uit het inzicht
- Dat voordeel is onderscheidend ten opzichte van alternatieve oplossingen en de huidige situatie
- Appelleert aan de ratio en emotie
- Is geschreven vanuit het merk. In een taal die de doelgroep begrijpt

Bevat overtuigend bewijs:

- Legt helder uit hoe de propositie werkt (Reason WHY)
- Geeft ondersteunende bewijselementen die geloofwaardigheid bieden (Reasons to BELIEVE)
- Onderbouwt wat in de belofte staat, maar herhaalt dit niet.
- Less is more, bevat niet meer dan strict noodzakelijk.
- Is geschreven vanuit het merk. In een taal die de doelgroep begrijpt

Is impactvol:

- Is relevant, geloofwaardig en onderscheidend. Heeft daarmee voldoende potentie om mee aan de slag te willen gaan. Voor jouw merk/business. En voor de doelgroep.
- Heeft een wow factor, zowel voor je merk/business als voor de doelgroep. Het is inspirerend, motiverend, zet aan tot actie.