

## **Kenniskring merkhierarchie**

Hoe verbind ik het merk van mijn nationale park met de al bestaande merken? En zodanig dat deze elkaar versterken? Dat was het centrale thema van de kenniskring merkhierarchie van dinsdag 2 juli, de tweede in een reeks. Cor Hospes, adviseur op het gebied van merkpositionering, storytelling en content strategieën heeft daar wel een mening over en begeleidde de twee groepen die aan de slag gingen met een campagne voor de Nationale Parken Nieuw Land en Sallandse Heuvelrug.

Voor de opzet van de bijeenkomst was bewust een andere aanpak gekozen. In plaats van ons te buigen over de dilemma's en vraagstukken waar de nationale parken tegenaan lopen ('probleemdenken'), was er gekozen voor een creërende en "leren door doen" aanpak, in dit geval dus het bedenken van een marketingcampagne voor een Nationaal Park. De groepen keken hoe je met thema's en verhalen diverse merken aan elkaar kunt verbinden. Het uitgangspunt is altijd het merk van het gebied, het overkoepelende verhaal. Dit bepaalt het kader en je vertrekpunt. Met welke thema's en verhalen kan je vervolgens je merk laden en welke partijen/producten/merken passen daarbij? Wat is de toegevoegde waarde voor deze partijen? Wat is hun ambitie en wat is hun behoefte? Gelijkwaardigheid is hierbij van belang. Bouw samen aan het verhaal en laat daarbij ieder merk in zijn waarde. En ga uit van de zogenaamde 'coalition of the willing'. Niet iedereen hoeft meteen aan te haken. Als Nationaal Park Nieuwe Stijl moet je ook groeien. Het is daarom niet vanzelfsprekend dat bestaande (sterke) merken in je gebied zich meteen committeren aan jouw merk. Je moet jezelf eerst als het ware bewijzen. Dat doe je niet door stil te zitten, maar juist door in beweging te komen. Ga van start, ga aan de slag.

## **Platform denken**

De dag werd afgesloten met een inspirerende en leerzame presentatie door Cor Hospes over 'platform denken'. Zijn betoog was dat social media hun beste tijd hebben gehad. Wil je echt herkenbaar en vindbaar worden, dan kun je beter je eigen platform inrichten via een site waarop je verschillende partijen met elkaar verbindt vanuit dezelfde boodschap. Zorg voor relevante content en wordt daarin specialist. Een interessant onderwerp om verder over na te denken en misschien zelfs toe te passen. Daarom hier de link naar het boek van Cor Hospes over een contentplatform [https://www.businezz.nl/auteur/110-4666\\_Hospes/100-8305\\_De-power-van-een-contentplatform](https://www.businezz.nl/auteur/110-4666_Hospes/100-8305_De-power-van-een-contentplatform)