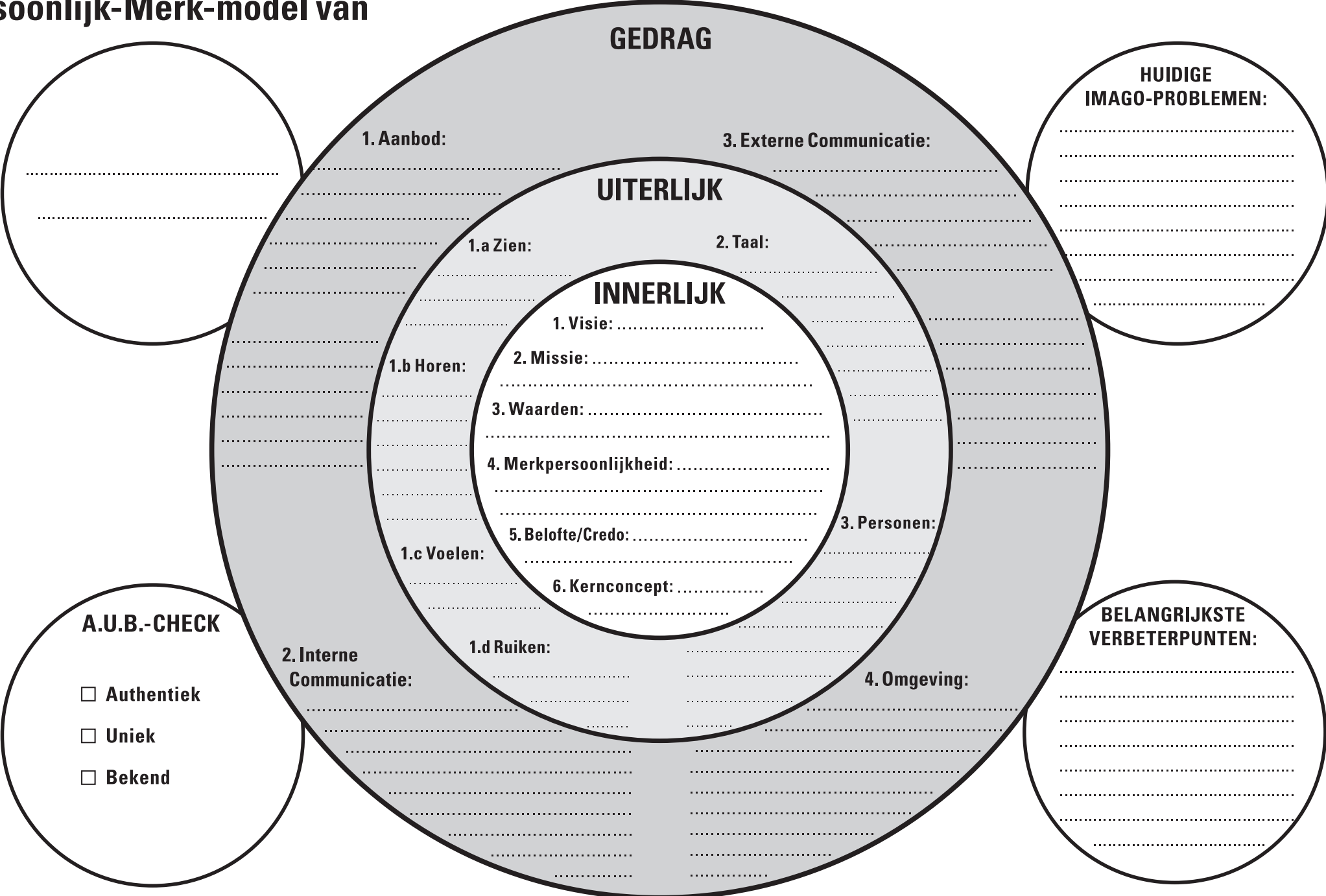


Persoonlijk-Merk-model van



GEDRAG

1. Aanbod:

3. Externe Communicatie:

UITERLIJK

1.a Zien:

2. Taal:

INNERLIJK

1. Visie:

2. Missie:

3. Waarden:

4. Merkpersoonlijkheid:

5. Belofte/Credo:

6. Kernconcept:

1.b Horen:

1.c Voelen:

1.d Ruiken:

2. Interne
Communicatie:

3. Personen:

4. Omgeving:

**HUIDIGE
IMAGO-PROBLEMEN:**

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

A.U.B.-CHECK

- Authentiek
- Uniek
- Bekend

**BELANGRIJKSTE
VERBETERPUNTEN:**

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