

Merk positionerings-
document.

created by Marina Hoogeveen

I. Who are you?



*Altijd zo eerlijk,
en zo oneerlijk is dit gemis!*

*Erg verdrietig, maar dankbaar voor al het goede
dat het ons gegeven heeft, hebben wij afscheid
moeten nemen van*

Dazzling Style

*Geboren op,
23/02/2007
te Eindhoven*

*Overleden op,
14/07/2050
te Helmond*

*Compleet, met zorg voor perfectie. Dat is wat
Dazzling Style met ons haar deed.*

*Oogverblindende kapsels, aansluiten op de
persoonlijkheid en enkel mogelijk door de
professionele deskundigheid en creativiteit van
Dazzling Style.*

2. What do you do?



- Dazzling Style is actief in het kappersvak als ambulante kapster.
- Eerlijk advies en een oogverblindend kapsel, dat thuis wordt verzorgd.

3. What's your vision?

De ambitie van Dazzling Style voor over 10 jaar is een eigen kleine kapsalon in huis waardoor volledig inkomen bestaat uit het voorzien van anderen met een haarbehandeling.

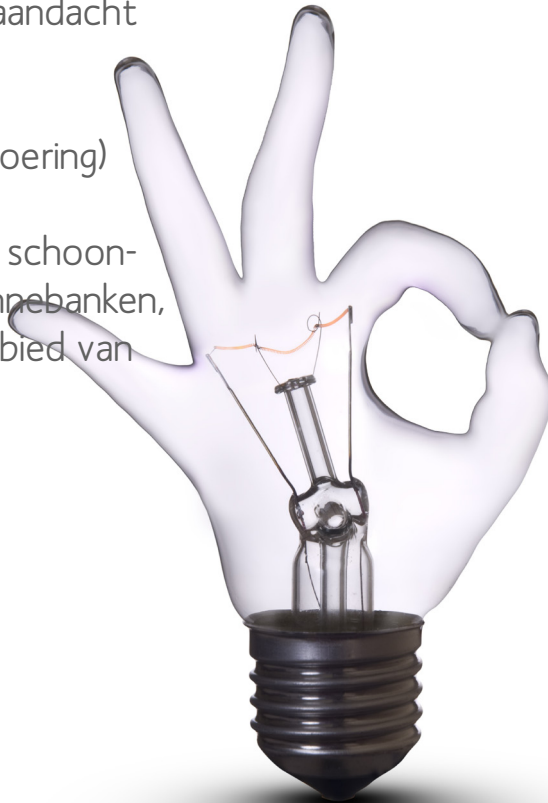
De doelgroep zal hierdoor worden verbreed omdat Dazzling Style naast het gemak van een haarbehandeling aan huis ook een haarbehandeling mogelijk maakt in een eigen kleine kapsalon waarbij klanten wederom het vertrouwde gevoel wordt gegeven alsof ze thuis zijn.



4. What wave are you riding on?

Trends 2012:

- Stoelenverhuur, thuiskeepers en budgetsalons
- Meer aandacht voor service op maat voor klanten
- Via workshops en masterclasses meer aandacht voor nieuw talent.
- MVO (producten én dagelijkse bedrijfsvoering)
- Uitbreiding van het dienstenpakket met schoonheids- en nagelverzorging, visagie en zonnebanken, maar ook vooral combinaties op het gebied van lifestyle en mode.



Kansen voor Dazzling Style:

- Een duidelijk herkenbare keuze maken voor de bediening van een specifieke doelgroep. Dazzling Style kan zich als specialist of door service op maat onderscheiden. Dit kan zich uiten in een hoger tarief of meer volume.
- Combinaties van diensten leveren die op elkaar aansluiten. Bijvoorbeeld 'Haar & Fasion'
- Afspraken maken met samenwerking naast gel egen modewinkels of nagelstudio's. Workshops geven voor klanten of een spreker laten komen.
- Klanten binden door de inzet van social media en zorgen dat er via dit kanaal ook aanbiedingen worden gedaan aan (vaste) relaties

5. Who shares the brandscape?

De twee zzp'ers binnen de kappers branche in de omgeving Helmond die de meeste overeenkomsten hebben met Dazzling Style zijn;



Daisy's Hair fashion	Designalicious
Overeenkomsten met Dazzling Style	
Dienstverlening aan huis	Dienstverlening aan huis
Woonachtig in dezelfde wijk	Creativiteit
Onderscheiding t.o.v. Dazzling Style	
Eigen website Modellen boek Laatste haarmode nieuws op de website	Eigen website Beschikbaar voor bedrijven Kinderfeestjes Kinderdagverblijven en scholen behoren ook tot de doelgroep Hairextensions + epilieren als extra dienstverlening
Onderscheiding van Dazzling Style	
Gebruik van Social media (Hyves & Facebook) Eigen logo	

5. Who shares the brandscape? (2)

De strategie die Dazzling Style gegarandeerd naar de eerste plaats zou brengen ziet er als volgt uit.

- Re-branding van de corporate huisstijl.

De corporate huisstijl van Dazzling Style is momenteel nog niet bekend bij de doelgroep en de klanten. Door de strategie meteen te starten met een 'oogverblindende' corporate huisstijl wordt er meteen een bijdrage gedaan aan het creëren van 'a gut feeling' bij de klant.

- Interactieve website.

Social media koppeling van onder andere Facebook, Hyves, Twitter, Youtube. Maar ook een open agenda waarbij klanten kunnen zien wanneer er nog een mogelijkheid is om een afspraak te maken voor een haarbehandeling bij Dazzling Style.

- Uitbreiding dienstverlening.

Talentontwikkeling door het volgen van bijvoorbeeld cursussen voor invlechten en andere kapperstechnieken. Dit zal worden afgestemd op de aankomende haartrends. Maar ook het geven van diverse workshops op basis van waar de klant behoefte aan heeft en ook op basis van toekomstige haar, mode en verzorging trends. Daarnaast zal Dazzling style in de Toekomst ook de mogelijkheid aanbieden om een haarbehandeling te verzorgen aan haar klanten in haat eigen kleine kapsalon aan huis.

6. What makes you the "ONLY"?

Dazzling Style is de enige ZZP'er in de omgeving Helmond die een haarbehandeling aan huis biedt en daarbij ook de mogelijkheid biedt aan klanten om een haarbehandeling te krijgen in haar eigen kleine kapsalon. Dazzling Style is op de hoogte van de laatste en aankomende haartrends. Daarop gebaseerd worden ook workshops gegeven. Ook worden er workshops op maat gegeven.

In combinatie met de dienstverlening zorgt Dazzling Style met haar oogverblindende corporate huisstijl voor merkbeleving bij haar klanten. Dazzling Style zorgt voor interactie met haar klanten door het gebruik van social media en onder andere de tool van een open agenda op de website.

What: De enige kapster in de omgeving met dienstverlening op maat.

How: Door een zeer uniek, uitgebreid en klantgericht dienstenaanbod.

Who: Gezinnen, mannen, vrouwen en kinderen.

Where: Bij mensen thuis in de omgeving Helmond en in haar eigen kleine kapsalon in huis.

When: Flexibel afgestemd op wanneer de klant wil

Why: Om mensen te voorzien van een oogverblindende haarbehandeling en andere gerelateerde diensten op maat die bijdragen aan een oogverblindende look.

7. What should you add or abstract?



Nieuwe elementen:

- Interactieve website
- Kapsalon in huis
- Workshops
- Huisstijl
- Actief Social media gebruik
- Online digitale open agenda
- Andere online digitale tools



Keep

- Interactieve website
- Kapsalon in huis
- Online digitale open agenda

Sacrifice

- Workshops
- Andere online digitale tools



Add

- Huisstijl
- Actief Social media gebruik



8. Who loves you?



Gezinnen (met kinderen)

Dazzling Style biedt het gemak van een haarbehandeling aan huis waardoor het gehele gezin in één keer op dezelfde locatie en tijdstip van een haarbehandeling voorzien kan worden. Dit levert Dazzling Style op dat er door het brengen van één bezoek meteen meerdere klanten behandeld kunnen worden. Dit is efficiënter dan wanneer Dazzling Style alle klanten los van elkaar en op een ander moment zou voorzien van een haarbehandeling.

Mannen en vrouwen

Dazzling Style is flexibel in het maken van afspraken buiten de standaard werktijden (van 9 tot 17). Hierdoor kunnen klanten na hun werk op een doordeweekse dag ook kunnen worden voorzien van een haarbehandeling aan huis. Dit levert Dazzling Style extra klanten op die bijdragen aan de inkomsten.



9. Who is the enemy?

Knippen 10euro & Kokky's kappers

Wat is Dazzling Style niet?!

Dazzling Style is geen aanbieder van acties zoals knipper voor €10 op een bepaalde dag, waarbij klanten als lopendebandwerk worden voorzien van een haarbehandeling en lang moeten wachten voordat ze aan de beurt zijn.

Dazzling Style is ook geen kapster waarbij alle haarbehandelingen €12 kosten en je enkel tussen werktijden van 9 tot 18 uur kan worden voorzien van zo'n haarbehandeling.



10. What do they call you?

Dazzling Style is een versterkende naam voor het merk. Het spreekt voor zicht en zegt precies wat het merk wil overbrengen. Ook is er met de naam voldoende mogelijkheid voor Brandplay. Het zou mogelijk niet voor iedereen even gemakkelijk te spellen zijn.

Andere namen voor het merk zouden kunnen zijn: D-style of DS. Beide URL's zijn alleen al in gebruik en D-style is daarbij ook nog een naam van een 'haarmode en visagie' zaak. Deze naam zou daarom bij het opzoeken alleen maar voor verwarring kunnen zorgen bij klanten of potentiële klanten.

Daarom is Dazzling Style ook de meest geschikte naam. Met deze naam kan de dienstverlening ook nog worden verbreed zonder dat de naam dan niet meer volledig klopt.



II. How do you explain yourself?



Dazzling Style

- Trueline:
The loyal satisfactor
- Tagline:
Dazzle with your style

12. How do you spread the word?

Om Dazzling Style onder de aandacht te brengen moeten er allereerst visite kaartjes van de nieuwe huisstijl worden ontworpen en worden gedrukt. Daarnaast zal de toekomstige nieuwe interactieve website het belangrijkste communicatie kanaal worden waarmee Dazzling Style naar klanten gecommuniceerd.

De huisstijl van het merk zal er net als de dienst die het merk levert, oogverblindend uit zien waardoor dit (oogverblindend) ook de eerste indruk zal worden bij nieuwe klanten van het merk. Maar ook bestaande klanten zullen door de oogverblindende stijl meteen erkenning voor het merk voelen omdat het een visuele weergave is van de vertrouwde dienst die aan hen geleverd wordt.



13. How do people engage with you?

Om klanten bij het merk te betrekken zal social media de belangrijkste rol spelen. Door de combinatie van een interactieve website en de koppeling met social media zoals Facebook, Hyves, Twitter, Youtube & Flickr zal Dazzling Style interactief bezig zijn met haar klanten.

Met de Facebook pagina zal Dazzling style klanten betrekken door ze toe te voegen aan de pagina. Dit geldt ook voor Twitter en Hyves. Hierdoor zal Dazzling style zoveel mogelijk van haar klanten bereiken.

Niet iedereen heeft namelijk Twitter of Facebook of Hyves. Maar de meeste klanten maken op zijn minst wel gebruik van één van de drie. Dazzling style zal ook onderwerpen over aankomende workshops communiceren via deze social media kanalen.

Dazzling Style zal hierdoor een groter bereik hebben. Vrouwen kiezen er vaak voor om niet alleen naar een evenement of workshop te gaan. Zij zullen waarschijnlijk een vriendin mee vragen waardoor het netwerk en de bekendheid van Dazzling Style steeds groter wordt. De huidige klanten die dan geïnteresseerd zijn in het deelnemen aan de workshop kunnen de melding op Facebook, Hyves en Twitter op hun eigen pagina kopiëren. Alle contacten van de klant zien het bericht dan voorbij komen en worden op deze manier ook geïnformeerd over de workshop.



14. What do they experience?

Het gedrag van Dazzling Style als ambulante thuiskapster is op dit moment de belangrijkste 'touchpoint'. Dazzling Style is altijd vriendelijk en zichzelf, dat is en zal hoe dan ook altijd het meest belangrijke blijven.

In de toekomst zullen de interactieve website en de koppeling van de social media kanalen de tweede belangrijkste 'touchpoint' worden. Klanten, potentiële klanten, bezoekers van de website moeten allemaal geconfronteerd worden met de oogverblindende huisstijl, wat een visuele weergave is van de dienstverlening die Dazzling Style biedt. Maar ook op het gebied van communicatie zal er een indruk van eerlijkheid en klantvriendelijkheid worden gewekt.

Verder zal de kleine kapsalon in huis een belangrijke 'touchpoint' vormen. Klanten moeten hier Hetzelfde 'Gut feeling' krijgen als bij de eerst twee 'touchpoints'.



15. How do they earn their loyalty?

Dazzling Style moet loyaliteit van haar klanten verdienen doordat Dazzling Style zelf ook altijd loyaal is naar haar klanten. Dazzling stijl is altijd eerlijk. Ook als een klant een plaatje van een kapsel heeft gevonden en dit kapsel ook wil hoe wil dit helemaal niet past bij de persoonlijkheid van die klant. Dazzling style zal niet alleen eerlijk advies geven maar er ook voor zorgen dat de klant op dat moment overtuigd raakt. Wat Dazzling Style in ieder geval niet zal doen is toegeven aan het kapsel waardoor de klant er zeker niet meer oogverblindend uit zal gaan zien. Dit is de loyaliteit van Dazzling Style naar haar klanten toe: eerlijkheid, ook al is het niet altijd het beste en het leukste en al dien je er klanten door te verliezen. Dit zal ervoor zorgen dat klanten die eerlijkheid vanuit Dazzling Style kunnen waarderen ook loyaal zijn aan Dazzling Style.



16. How do you extend your succes?

Dazzling Style zal door de eerlijkheid en professionele dienstverlening voor moeten zorgen dat haar huidige klanten tevreden zijn en blijven. Het grootste deel van het klantenbestand dat Dazzling Style op dit moment heeft is ontstaan vanuit mond-tot-mond reclame van tevreden klanten. Dit zal altijd de beste strategie blijven. Als mensen namelijk op zoek zijn naar een goede kapster en zij horen van een kennis, vriend, familielid of ander bekende over de goede en eerlijke professionele service van Dazzling Style zullen zij dit eerder aannemen dan wanneer dit gecommuniceerd wordt via één of andere commerciële uiting. Hierdoor zullen deze personen eerder en sneller geneigd en geïnteresseerd zijn in een haarbehandeling van Dazzling Style.



17. How do you protect your portfolio?

Dazzling Style zou bijzondere resultaten via Flickr in een portfolio te zetten. Hierdoor krijgen potentiële klanten een indruk van was er mogelijk is door de dienstverlening van Dazzling syle.

Van de workshop kan Dazzling Style mooie filmpjes op Youtube plaatsen. Aan deze filmpjes dient wel zorg en aandacht besteed te worden. Ze moeten niet klakkeloos geupload worden maar het maakt veel meer indruk als ze een korte bewerking ondergaan. Dit wil zeggen een muziekje erbij wanneer er weinig wordt gesproken, de overgang naar verschillende scenes en andere toevoegingen die ervoor zullen zorgen dat ook deze communicatie van Dazzling Style een oogverblindende indruk achter laat bij de persoon die het filmpje bekijkt.

