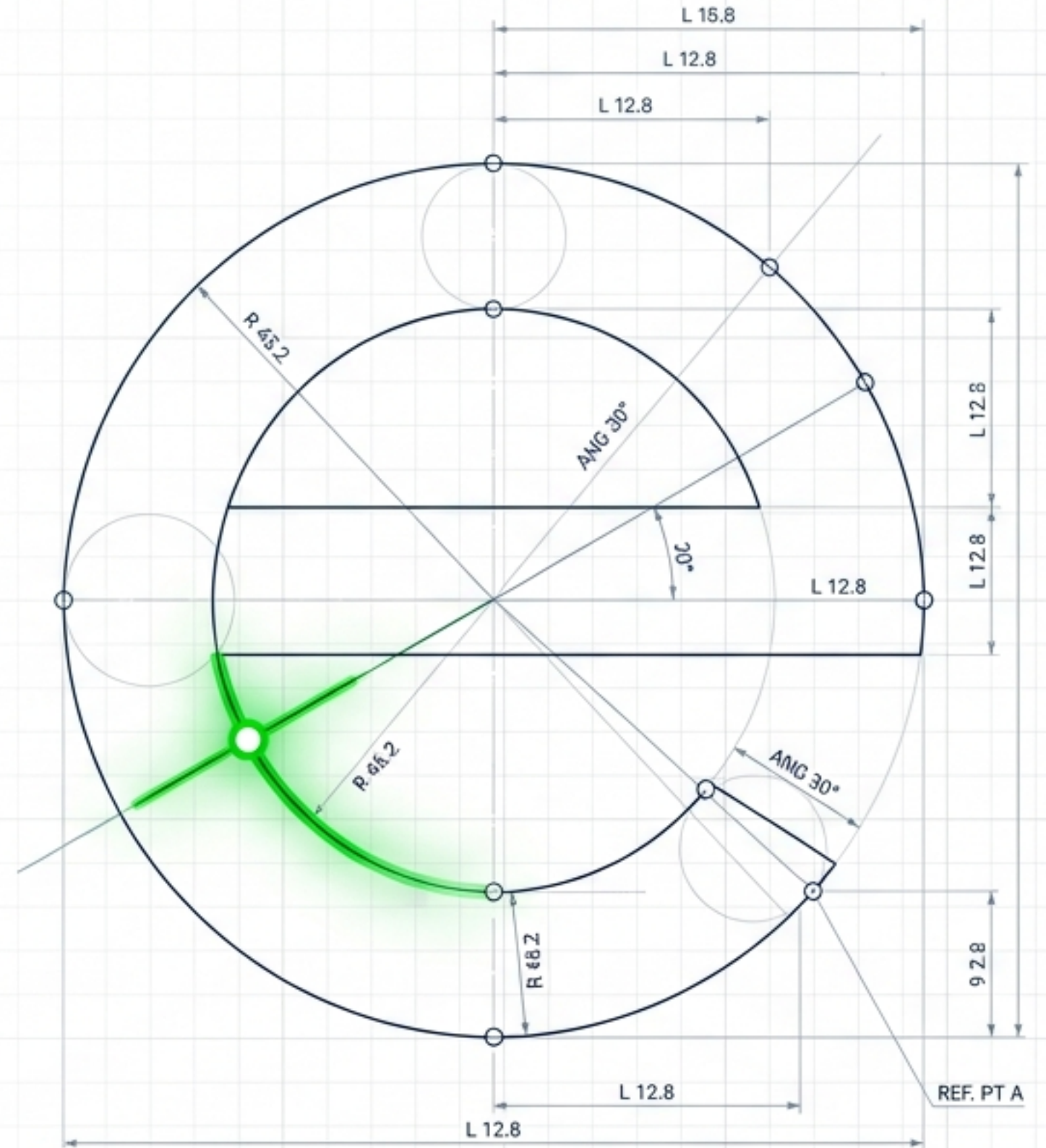


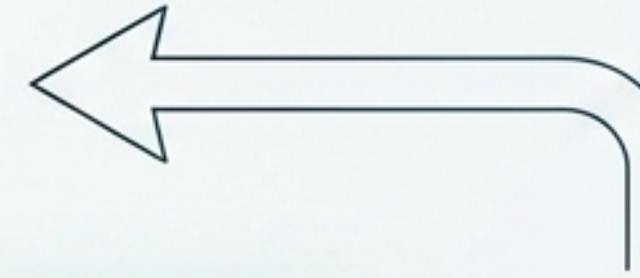
Brand Identity Revitalisatie: Van Heritage naar Relevantie

Waarom iconische merkelementen
nu strategische activa zijn.



De Identiteitscrisis: De kloof tussen Erfgoed en Moderniteit

Nederlandse merken worstelen met de balans. Na 163 jaar traditie breekt Heineken met interne opvolging wegens een verwaterde identiteit. De legendarische filosofie van 'gezelligheid' is overschaduwd door generieke premiumisatie.



Relevant
Heritage

Generiek
Premium

De Business Case voor Heritage: Waarom dit urgent is

Organische Merkherinnering (Social Media)



3 Strategische Scenario's

- 1 → **Terug naar de roots**
Lokaal, menselijk, herwaardering van kernwaarden
- 2 → **Radicale Premium focus**
Pricing power boven volume
- 3 → **Portfolio herbalancering**
Kernmerk scheiden of verbinden met submerken

Het Heritage Revitalization Framework

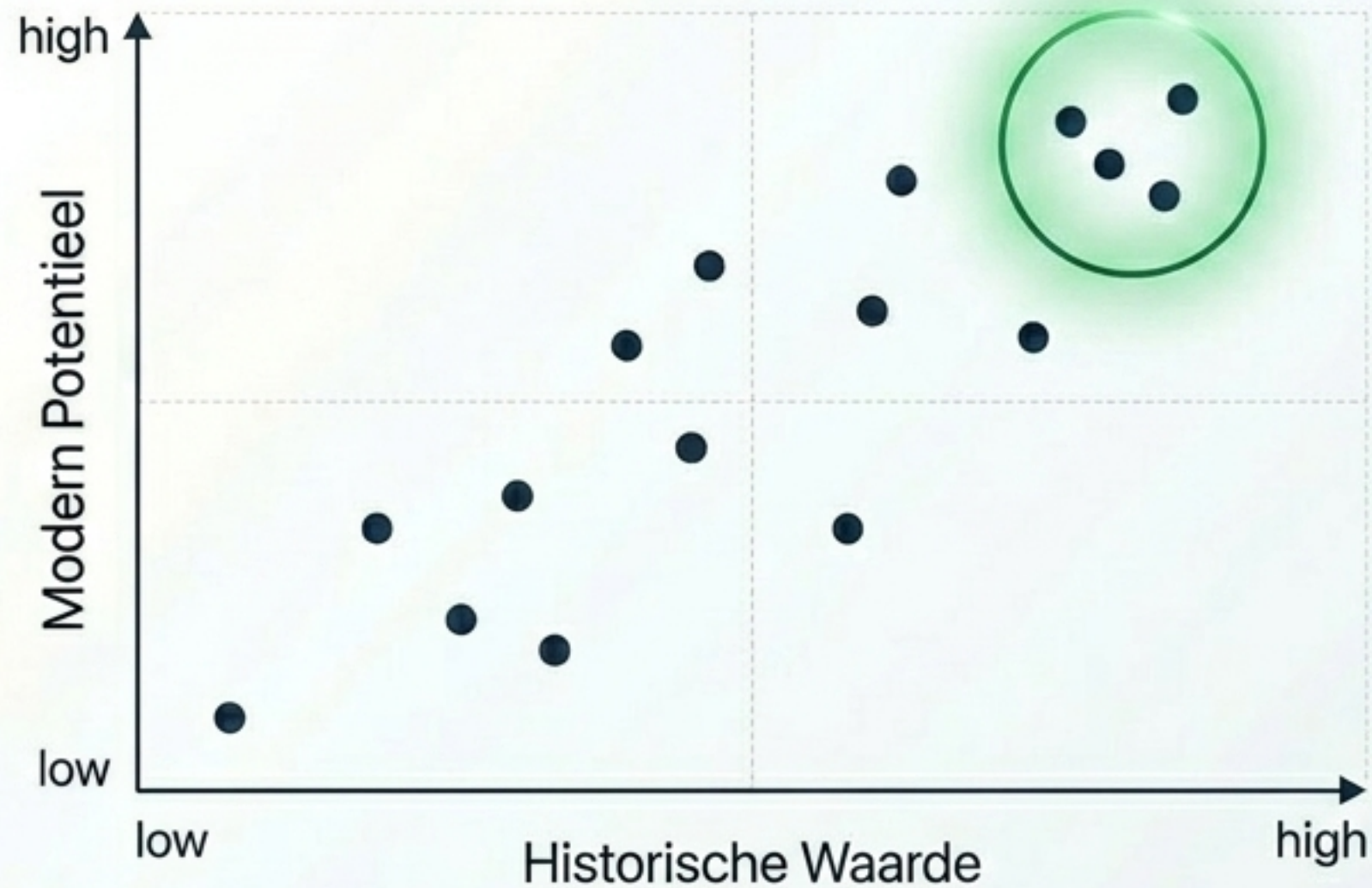
Een gedisciplineerde, 5-stappen aanpak om historische activa winstgevend te moderniseren.



Stap 1: Heritage Audit

Inventariseer historische merkelementen met actueel potentieel. Methode: Consumer perception mapping & archief analyse.

Mapping Matrix



Brand Awareness Delta

↑ **+12%**

Heritage Recognition Score



Stap 2: Cultural Context Check

Valideer welke elementen nog resoneren.
Methode: Kwalitatief onderzoek (18-65 jaar)
& A/B testing visuele elementen.

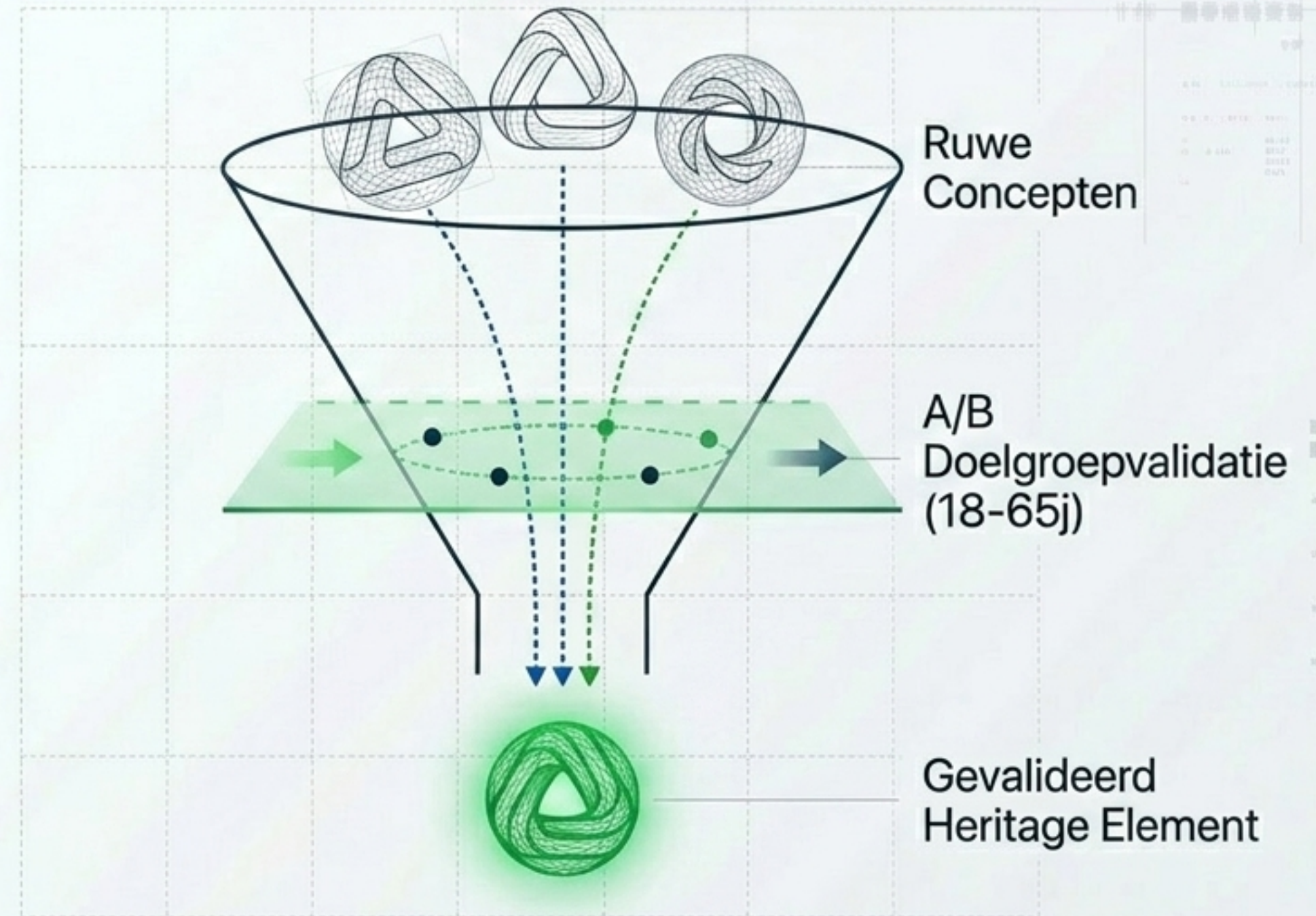
Emotional Engagement Score

KPI

Authenticity Perception

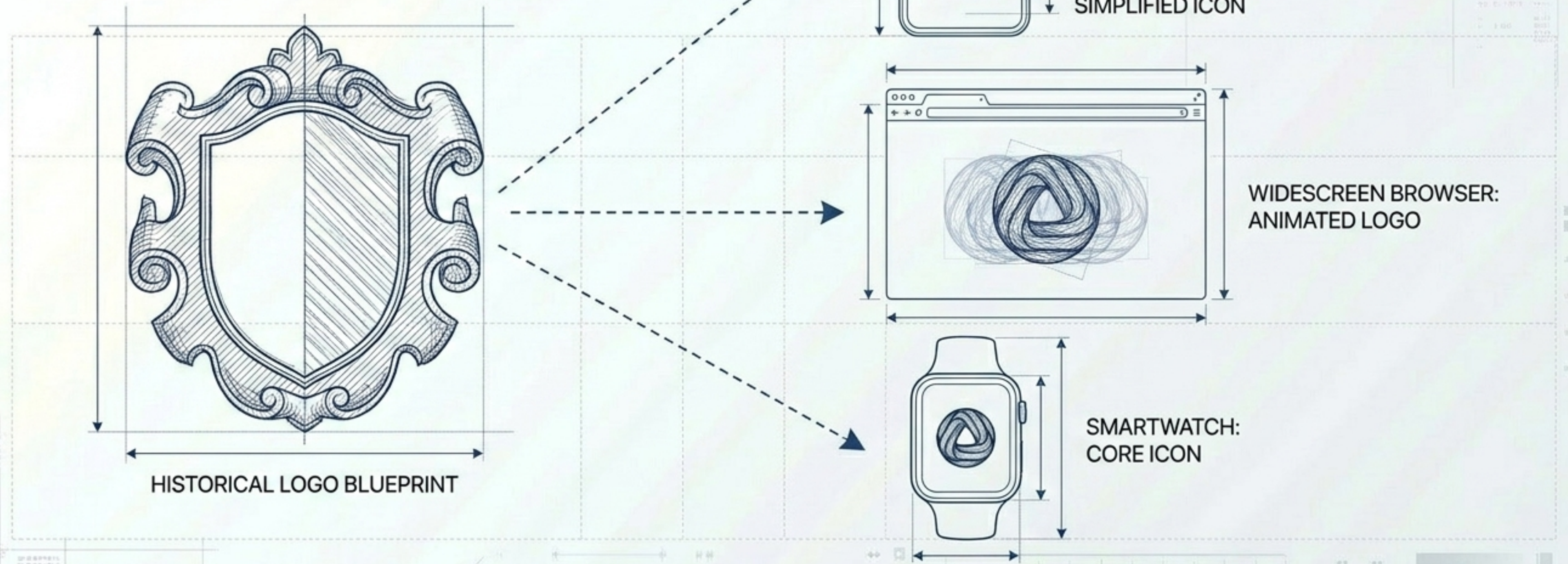
KPI

Testing Funnel



Stap 3: Modern Translation

Herontwerp voor hedendaagse touchpoints
(digitaal-first benadering, responsive design,
motion graphics).



Stap 4: Storytelling Strategie

Bouw een narratief rond het 'waarom nu' (owned media campagnes, PR strategie, internal buy-in).



Stap 5: Gefaseerde Uitrol

Test, learn, scale aanpak.

KPIs: Purchase intent lift
& Social sentiment shift

Impact

Limited Editions



Regional Pilots &
Social Listening



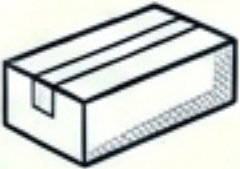
Full Scale
Rollout



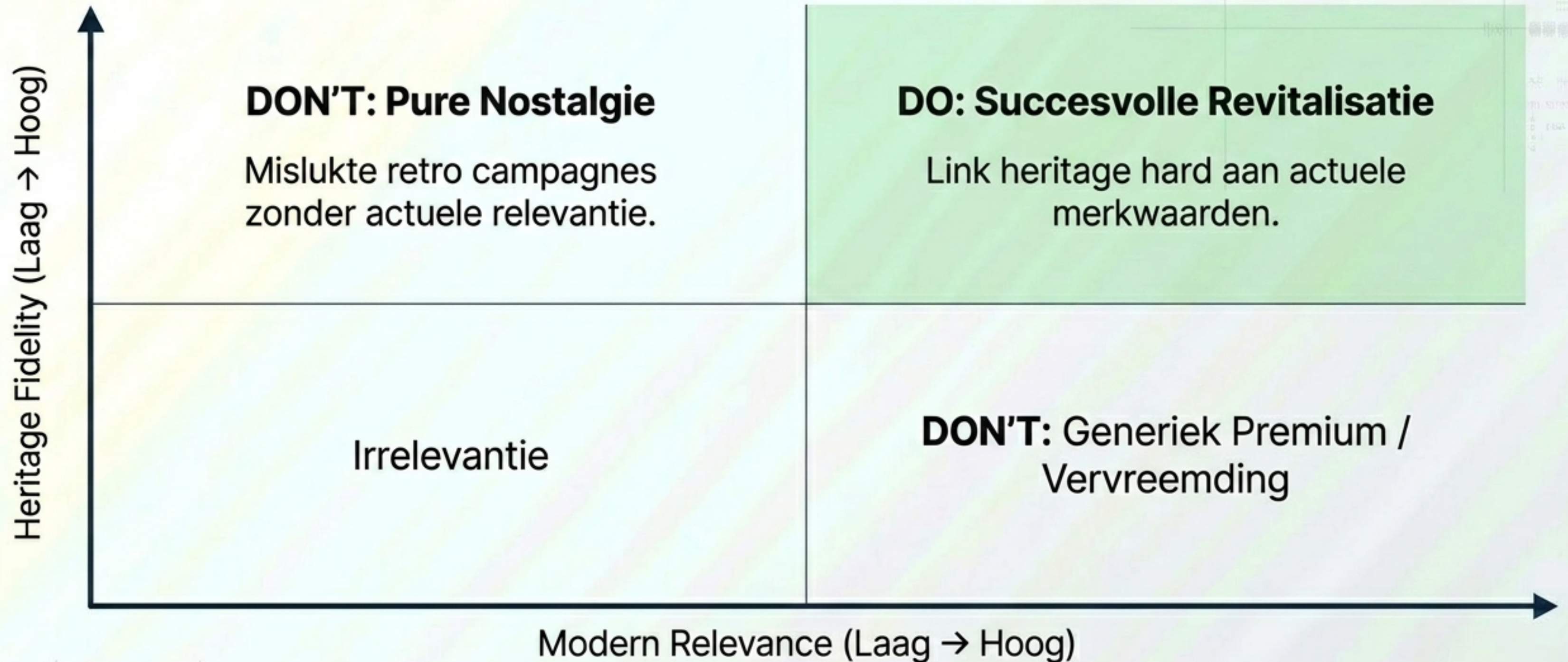
Tijd

Nederlandse Marktcontext & Benchmarks

Data: Heritage-gedreven campagnes scoren **+23% hoger** op brand trust.

Merk		Revitalized Element	Business Impact
	Grolsch	De iconische beugel (Tactiel erfgoed)	Vertaald naar premium positionering
	Verkade	Heritage packaging	Authenticiteit als differentiator in het schap
	DAF Trucks	Merkherpositionering	Historische betrouwbaarheid gekoppeld aan moderne innovatie

Do's & Don'ts: De Strategische Valkuilen



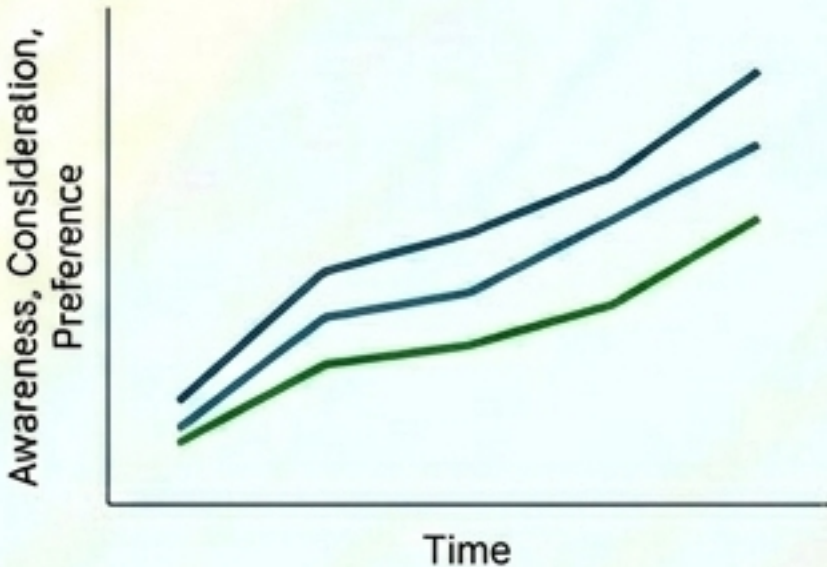
Implementatie Roadmap (Week 1-16)



Executive KPI Dashboard

Brand Health Metrics

Awareness, Consideration, Preference



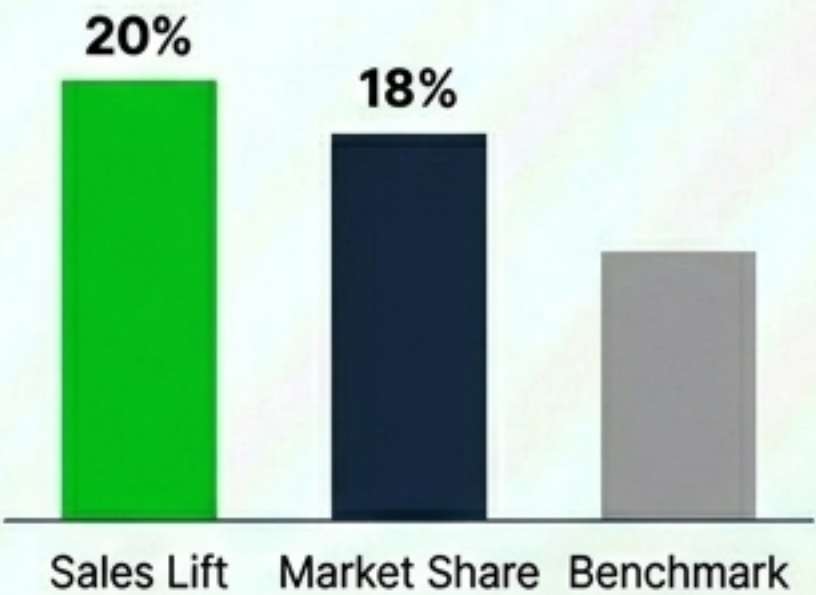
Heritage Metrics

Recognition Score, Authenticity Score



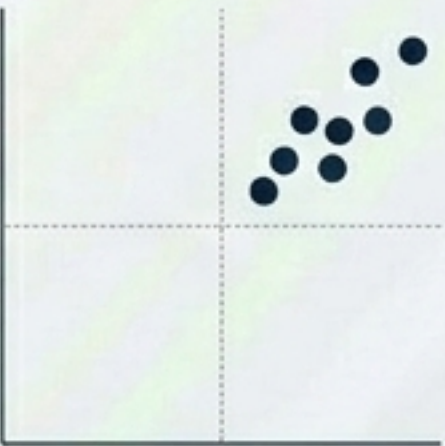
Business Metrics

Sales Lift, Market Share

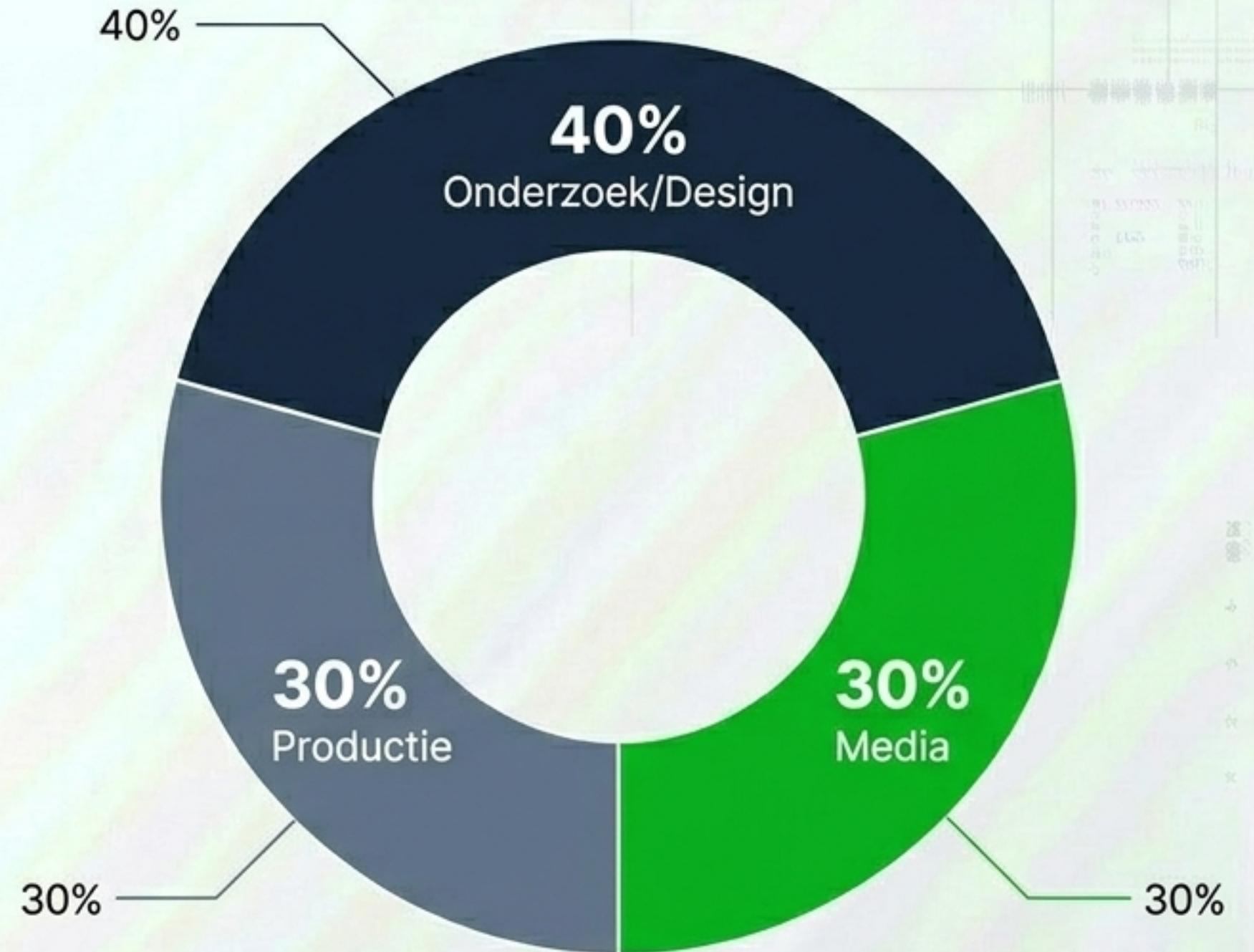
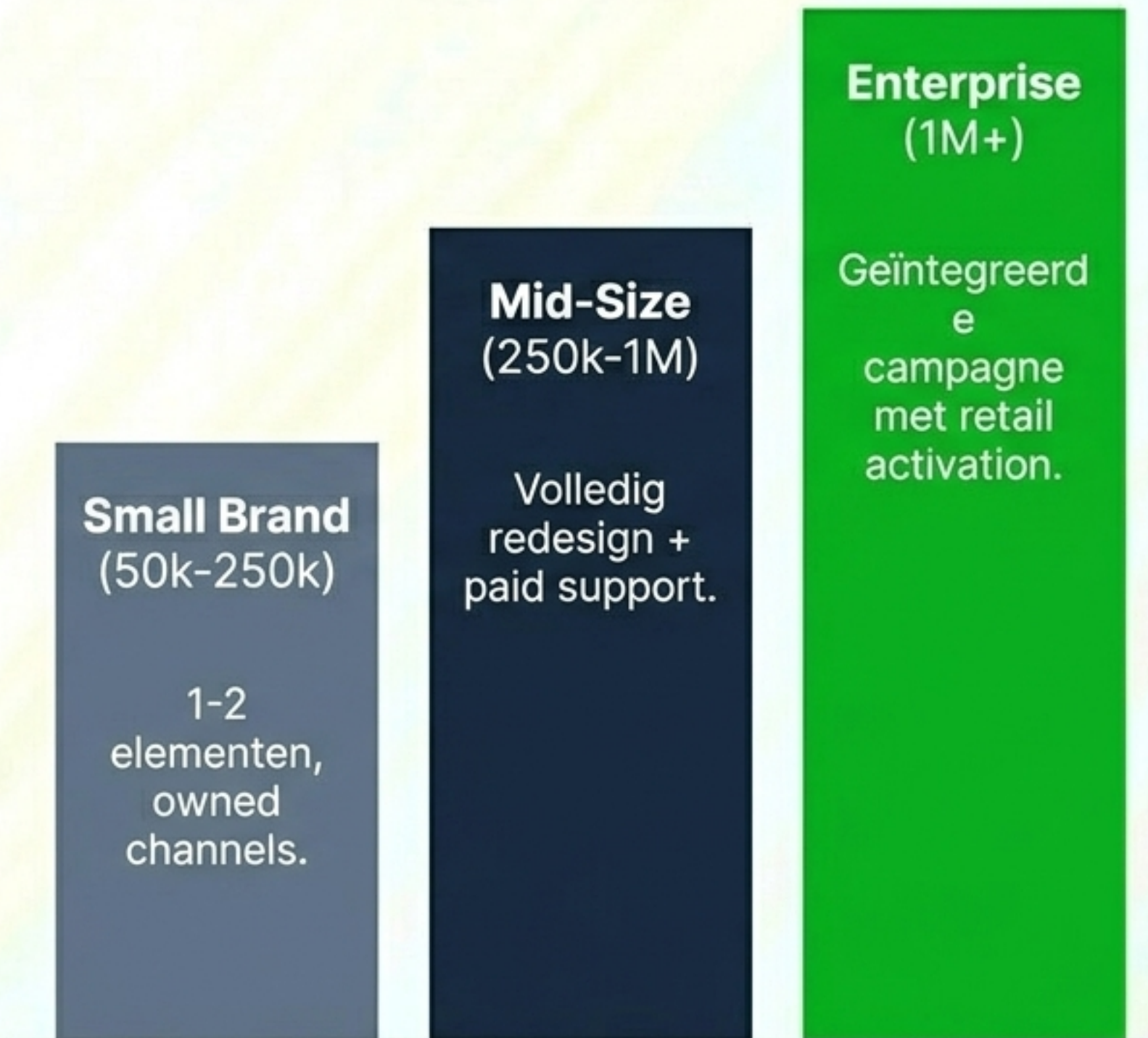


Engagement Metrics

Social Sentiment, Earned Media
Positive, +15% YoY

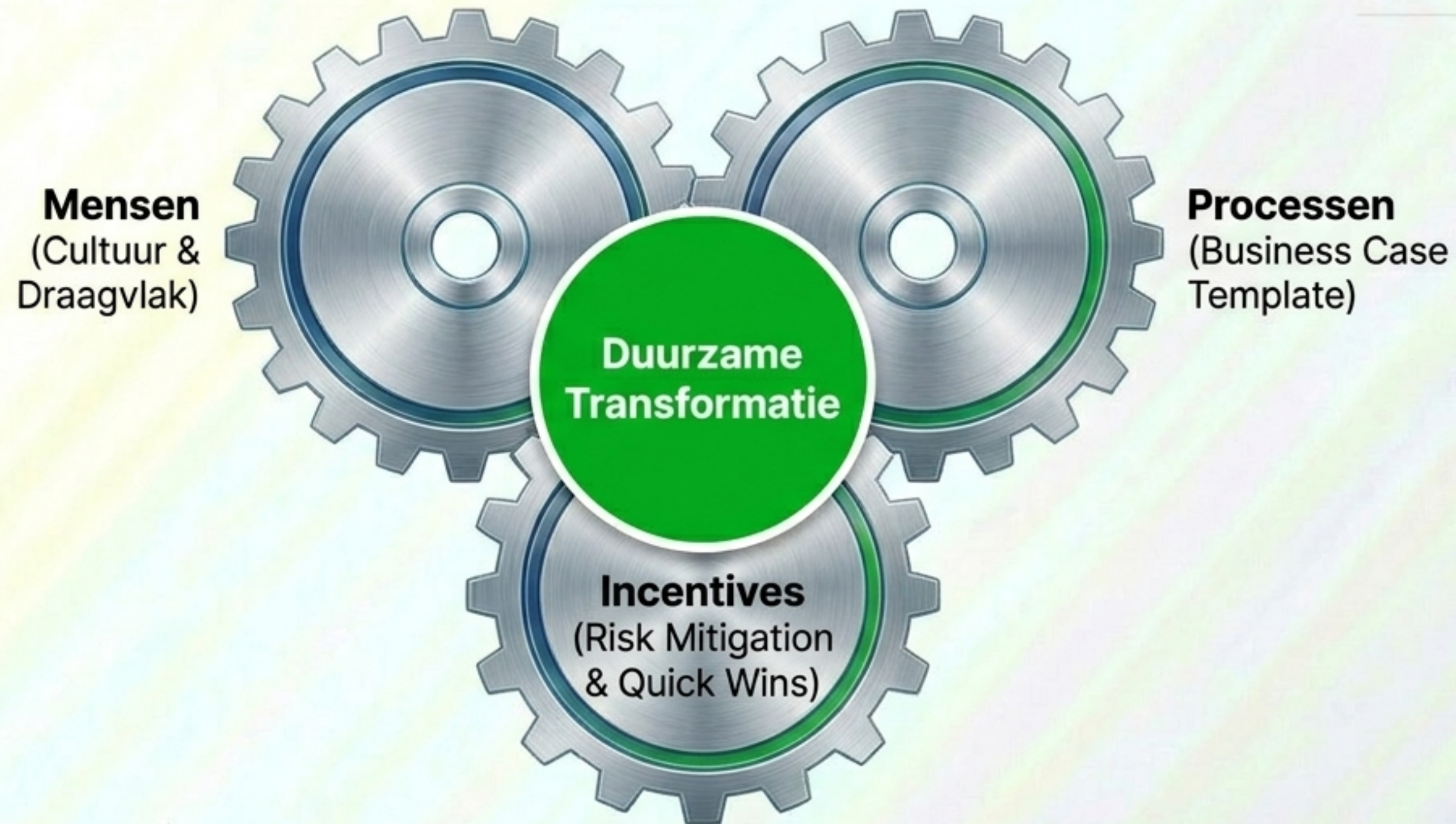


Budget Richtlijnen & Resource Allocatie



Organisatie Buy-in: De Board en CEO meekrijgen

Succesvolle revitalisatie vereist structurele verandering, geen oppervlakkige pitch.



Onderbouw interne investeringen in heritage altijd door risk mitigation en het vooraf identificeren van quick wins.

Legal & IP Considerations

Operationele governance ter voorkoming van juridische obstakels.



Samenvatting: 5 Key Takeaways

1

Heritage is een **strategisch actief**, geen sentimenteel archief.

2

Moderniseer de **vorm**, behoud de betekenis.

3

Test altijd met de doelgroep **vóór** een full rollout.

4

Bouw intern **draagvlak** met keiharde data.

5

Link erfgoed aan **business drivers**, niet alleen aan brand metrics.

Actieplan: De Volgende 3 Stappen

