



Kom **7 februari 2012** ook naar onze **gratis workshop** over de maatschappelijke betekenis van merken.

Zoekt u kansen voor merkactivatie of engagement van klanten door beter in te spelen op maatschappelijke thema's?

Wilt u meer waarde halen uit uw MVO beleid en zoekt u naar manieren om uw bedrijf of merk beter te profileren met MVO of duurzaamheid?

Wilt u uw merk revitaliseren door beter aan te sluiten op actuele maatschappelijke trends?

Een sterk merk creëren met MVO?

Ontdek de kracht van de maatschappelijke betekenis

Wat is de maatschappelijke betekenis?

De maatschappelijke betekenis is een nieuw begrip in de marketing. Het is de bijdrage van het merk aan het welzijn van people en/of planet. De maatschappelijke betekenis is niet alleen van belang voor de legitimering van het merk, maar ook voor het succes van het merk. Het helpt het vertrouwen in het merk en de merkvoorkeur te vergroten en is een hefboom voor effectieve en betekenisvolle merkactivatie en innovatie. Bovendien creëert de maatschappelijke betekenis meer focus en samenhang in het MVO beleid.

Open brand expedition

De maatschappelijke betekenis van het merk zit vaak al (verborgen) in de identiteit van het bedrijf of merk. De vraag is hoe u die ontsluit en hoe u daarvoor de juiste energie in uw organisatie mobiliseert. b-open heeft daarvoor samen met Limetree een innovatieve aanpak ontwikkeld, waarbij inside out en outside in denken worden gecombineerd: de open brand expedition. Het is een co-creatie proces waarin wij met een multidisciplinair team van de klant in verschillende stappen de maatschappelijke betekenis van het merk benoemen én tot leven brengen.

'Each brand should have a social mission'

Paul Polman, CEO Unilever

Inspirerende workshop als kennismaking

In de workshop geven we u in vogelvlucht inzicht in de laatste ontwikkelingen op het gebied van branding en MVO en leggen we uit wat het concept 'maatschappelijke betekenis' inhoudt en hoe dat kan aansluiten op de positionering van uw merk. U gaat in discussie met andere deelnemers over ervaringen, dilemma's, kansen en knelpunten op dit terrein. Met de opgedane inzichten gaan we aan de slag in een fictieve case. Daarin maakt u kennis met de technieken en methoden, die we in de open brand expedition toepassen. Om voldoende interactie en discussie mogelijk te maken, is gekozen voor een kleinschalige opzet. Er is plaats voor maximaal 15 deelnemers aan deze bijeenkomst.

Programma

- **Inspiratie:** het belang en de rol van MVO in branding (incl. trends en praktijkvoorbeelden)
- **Discussie en uitwisseling** ervaringen, belemmeringen, successen en kansen
- **Een nieuw concept:** de maatschappelijke betekenis
- **Opdracht:** aan de hand van een case gaat u in groepen de maatschappelijke betekenis voor een merk bepalen en tot leven brengen
- **Wrap up:** conclusies en stappenplan open brand expedition
- **Afsluiting / borrel**

Wat levert het u op?

De bijeenkomst biedt u informatie en inspiratie over de maatschappelijke betekenis van merken en geeft u inzicht in het proces en de gehanteerde methoden om die te ontdekken en tot leven te brengen. U bent daarmee beter in staat te beoordelen of de maatschappelijke betekenis relevant is voor uw merk en hoe u dit proces kunt vormgeven.

Praktische info

Datum	7 februari 2012, 14.00 - 17.00 uur
Locatie	Caballero Fabriek, Den Haag Saturnusstraat 60, 2516 AH Den Haag Meer info: www.cabfab.nl
Kosten	Gratis
Aanmelden	Vóór 31 december 2011 door een mail met uw gegevens te sturen naar info@b-open.nl . Het aantal plaatsen is beperkt, dus meld u snel aan.



Meer weten?

Neem dan contact op met Bart Bruggenwirth (tel. 06 - 14926153) of Jeroen Meijering (tel. 06 - 51090822) van b-open of mail ons via info@b-open.nl

b-open en Limetree Business Refreshment

De bijeenkomst wordt gegeven door b-open en Limetree Business Refreshment. b-open is een strategisch marketingbureau, gespecialiseerd in MVO en duurzaamheid. "Building better brands for a better world" is onze missie. Wij helpen onze klanten hun maatschappelijke betekenis te vinden en daarmee sterkere merken te bouwen. Ons werkterrein bevindt zich op het raakvlak van MVO- en duurzaamheidsbeleid, marketing en communicatie. Meer info: www.b-open.nl.

Limetree Business Refreshment is specialist in het begeleiden van teams in creatieve processen op het gebied van visie/missie, positionering, innovatie of communicatie. Meer info: www.lime-tree.nl