

SUPERFOODIES

Brand Manifesto



Strategy & Branding Agency

Welcome

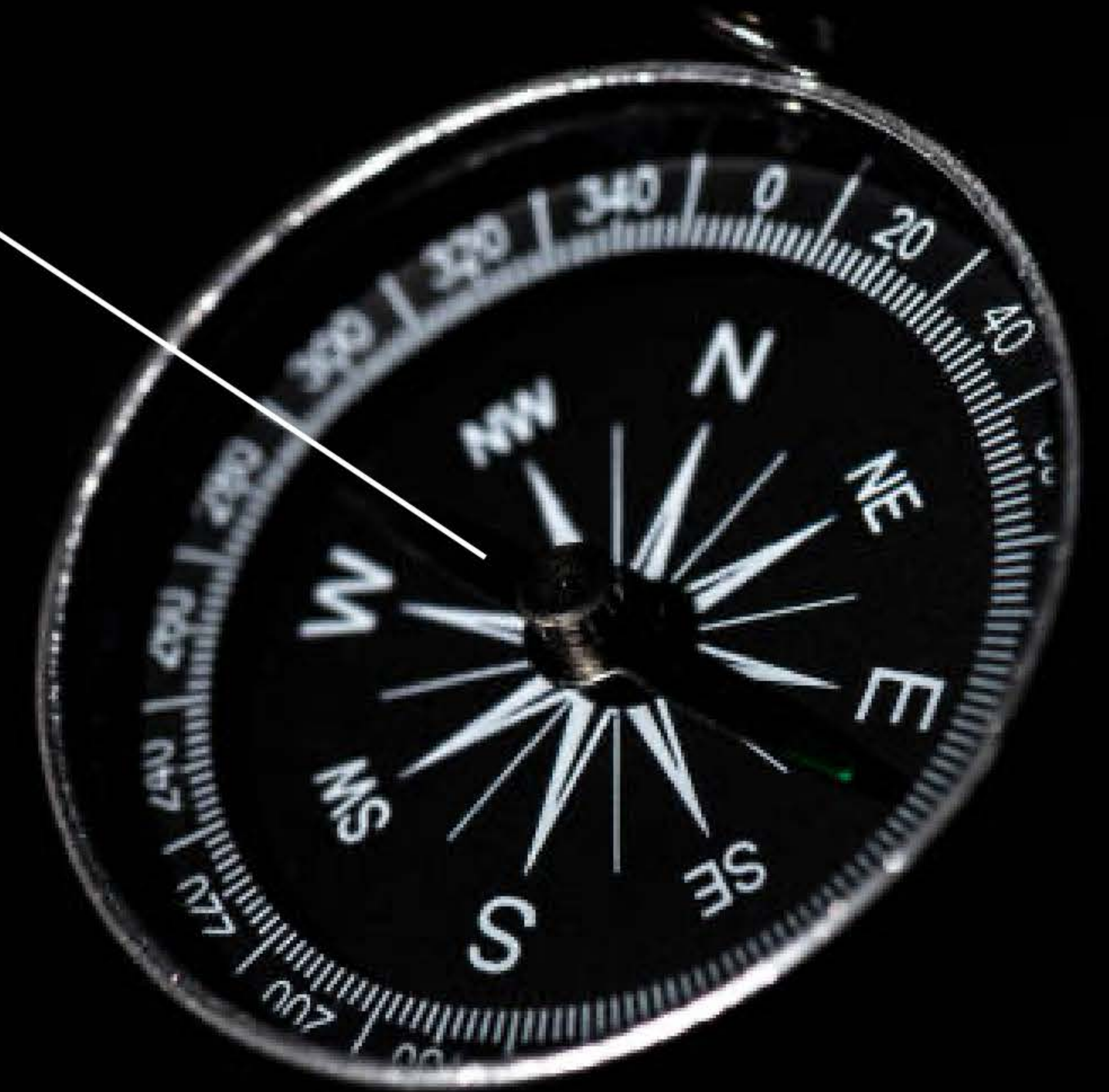
What we're going to talk about

AGENDA

- /01 Merkwaarden
- /02 Tone of Voice
- /03 Merkarchetypen
- /04 Brand Story

MERKWAARDEN

Waarden zijn de achterliggende idealen die als waardevol worden aangeduid; dingen die je belangrijk vindt, als persoon of als groep. Waarden zijn dus het fundament van hoe je je gedraagt en uit richting de wereld om je heen.



1./ GEZONDHEID

2./ HARMONIE

3./ TRANSFORMATIE

4./ COACHING

1./ GEZONDHEID

In alles wat we doen staat gezondheid voorop. We combineren oude wijsheden, nieuwe inzichten en wetenschappelijke kennis om mensen te helpen met hun gezondheid. We zetten hiervoor de krachten van de natuur in. Gezonde voeding is ons medicijn om gezondheid te optimaliseren. Ook binnen het bedrijf is gezondheid leidend: we zorgen goed voor de mensen die er werken en voor onze werk- en leefomgeving.

2./ HARMONIE

We willen in verbinding zijn met onszelf, met de mensen om ons heen én met de aarde. Daarvoor gaan we terug naar een kernprincipe van de natuur: wederkerigheid. We kunnen niet alleen (blijven) nemen van deze aarde en van elkaar, maar we geven ook terug. Harmonie en wederkerigheid staan daarom centraal in onze manier van leven en ondernemen.

3./ TRANSFORMATIE

Jezelf optimaliseren en ontwikkelen naar een krachtiger mens. Daarmee willen we de ander helpen. Om alles uit het leven te halen en te kunnen doen wat je graag wilt doen. Op zoek gaan naar de magie, en meer ontdekken buiten het bekende. Wij geloven dat voor iedereen deze transformatie mogelijk is.

4./ COACHING

We begeleiden mensen op hun gezondheidsreis. We delen onze visie en adviseren vanuit onze expertise. Alle kennis, ervaring en inzichten die we gaandeweg hebben verzameld, bundelen we in onze producten, informatie programma's en coaching. Zo maken we het klanten gemakkelijk en bieden we ze de hulp die ze nodig hebben bij hun eigen reis.

4./

“

YOU DESERVE THIS

Superfoodies is a choice you make for yourself.

Superfoodies

TONE OF VOICE

De 'Tone of voice' of ook wel 'brand voice' genoemd, is de stem van je merk. Als je wilt dat mensen voor je kiezen, moet je zorgen dat ze makkelijk begrijpen wie je bent en waar je voor staat. Je stem draagt daaraan bij. Past je stem bij je merkwaarden en zorg je dat deze overal consistent doorklinkt, dan word je herkend.

- 1./ **INFORMEEL**
- 2./ **PROFESSIOONEEL**
- 3./ **GEDREVEN**

1./ INFORMEEL

We zijn toegankelijk en staan dicht bij onze klanten. We communiceren daarom informeel met ons publiek. We zien de ander als gelijke en zoeken graag de verbinding op. Dit doen we luchtig en met een beetje humor. We nemen onszelf niet te serieus, maar onze klanten en gezondheid wel. We zijn niet joviaal, en niet te hip.

2./

PROFESSIONEEL

We gaan niet alleen respectvol om met de natuur, de wetenschap, traditionele wijsheden en met elkaar, maar óók (en bovenal) met onze klanten. We zijn professioneel in wat we doen, en hoe we dat doen. Met ons team van experts en therapeuten kaarten we serieuze thema's aan en gaan graag de diepte in. We nemen anderen en hun gezondheidsproblemen serieus. Maar we maken het niet te zwaar.

3./ GEDREVEN

We staan voor wat we doen en wie we zijn. We zijn overtuigd van onze meerwaarde, zonder arrogant te zijn. Dat voel en zie je terug in de communicatie. We zijn gedreven, betrokken en gepassioneerd, en gaan altijd terug naar de inhoud. We raken de kern. Over onze drijfveren, overtuigingen en missie zijn we helder. We durven onszelf uit te spreken, maar we zijn niet belerend.

4./

“
IT CAN HAPPEN

Start your health journey to start your transformation

Superfoodies

MERKARCHETYPEN

Een merkarchetype zegt iets over de merk persoonlijkheid (brand personality), dus het karakter van jouw merk of het bedrijf achter het merk. Zelf gebruiken we merkarchetypes dus vooral als hulpmiddel bij (marketing)communicatie.





Magiër

70%



30%

Wijze

70%

MAGIËR

The Magician

De magiër laat dromen uitkomen. Zijn motto: “It can happen”. De magiër is charismatisch en helend, en zet daarvoor zijn kennis van de wereld in. Het doel van de magiër is om mensen te helpen om hun leven te transformeren en te verbeteren. En de dingen soms wat spannender te maken. Want buiten het bekende, daar vind je de magie. Denk aan Walt Disney en Willy Wonka. Bekende magiër merken zijn Efteling, Sony, Mastercard en Pixar.

In Superfoodies zit zo’n magiër, met een sterke en inspirerende visie. Loop je al jaren met lichamelijke klachten, maar weet je niet wat je ermee moet doen? Ben je het vertrouwen verloren? Superfoodies laat je zien dat het anders kan. Met een diep geloof dat iedereen - ook jij - kan zijn wie je wilt zijn. Ga op avontuur. De aarde heeft zoveel te bieden en te geven. Samen met Superfoodies ontdek je de magie van de natuur, gezonde voeding en het zelfhelende vermogen van ons lichaam en onze geest. Wijk af van de gebaande paden en vind nieuwe mogelijkheden. Er is méér.

30%

WIJZE

The Sage

Om de wereld beter te kunnen begrijpen, is het verzamelen van informatie volgens de wijze de sleutel tot succes. Kennis en de waarheid staan voor hem centraal. De wijze is open-minded, reflecteert en analyseert. De wijze gelooft dat we de wereld kunnen verbeteren door deze verzamelde informatie met anderen te delen. Bekende voorbeelden zijn David Attenborough en Yoda. Bekende wijze merken zijn National Geographic, BBC, Google en TED.

Superfoodies stelt vragen en gaat op zoek naar nieuwe antwoorden. Deze worden gevonden in tradities, oude wijsheden, de wetenschap en de nieuwste inzichten. Met de opgedane kennis en ervaring zet Superfoodies anderen aan tot nadenken. Superfoodies wil iedereen laten profiteren van deze inzichten, die zijn gebundeld tot diverse producten, informatie-programma's en coaching. Hiermee maakt Superfoodies het een stuk makkelijker voor zijn klanten. Liever meer achtergrondinformatie? Dan is er voor de liefhebber altijd extra info beschikbaar. En ook al gaat Superfoodies gráág met je de diepte in, de voeten blijven op de grond.

Superfoodies =

MAGIËR + WIJZE

Wat gebeurt er als de magiër en de wijze samen een merk vormen? Dan ontstaat Superfoodies en gebeuren er betoverende dingen. Maar: mét een fundament. Berust op oude wijsheden, tradities en wetenschap, neemt Superfoodies je mee op een ontdekkingsreis. Aan de hand van kennis, ervaringen en inzichten ontdek je een - voor jou wellicht nog onbekende - wereld, die jou helpt om jezelf te transformeren en optimaliseren. Met de nodige kennis, gezonde voeding en juiste doelstelling is álles mogelijk. Ook voor jou. Daar gelooft Superfoodies in. Superfoodies geeft richting en wijst je de weg, het enige wat jij hoeft te doen is je mee te laten voeren in deze onderbelichte en magische wereld van de kracht van de natuur en ons eigen lichaam en geest.

4./

Superfoodies

BRENGT DE GENEZENDE KRACHTEN VAN DE NATUUR

terug naar de westerse wereld.

Superfoodies

BRAND STORY

Een brand story geeft inzicht in de diepere drijfveren achter het merk, het bestaansrecht, de waarde die je levert en welke problemen je oplost. Simpel gezegd: alles wat de klant over jouw merk moet weten.

- Voor intern gebruik

SUPERFOODIES

Druk, druk, druk zijn we. Altijd maar bezig. Met het werk, vrienden, familie, de kinderen, het huishouden, sporten... Alle ballen houden we in de lucht. Steeds vaker krijgen we te maken met gezondheidsproblemen en vermoeidheid. We zijn moe, willen er jonger uitzien, ons immuunsysteem versterken en fit zijn. Is dit het nou? We willen méér uit het leven halen, we willen onszelf ontwikkelen naar een krachtiger mens. Superfoodies weet: dat kan, iedereen.

Gezondheid is daarvoor de basis. We zijn in deze westerse wereld steeds verder verwijderd van onszelf en van de aarde. Terwijl de natuur zóveel te bieden heeft.

Wat denk je van 5000 verschillende kruiden, maar ook algen, paddenstoelen en wortels? En hoe handig is het als de informatie hierover al voor je is verzameld en uitgezocht? Dan is de optimale versie van jezelf en jouw leven binnen handbereik.

Superfoodies zet de krachten van de natuur in voor een optimale staat van zijn. Zo komen we (weer) in verbinding met onszelf, elkaar en de natuur.

Geïnspireerd door oude wijsheden, tradities, wetenschap en nieuwe inzichten, bundelt Superfoodies de kennis en ervaring in producten, informatie programma's en coaching, om te kunnen delen met anderen. Gezondheid

als hét tool voor zelfoptimalisatie en het zelfhelend vermogen van ons lichaam en onze geest. Niet enkel om symptomen te bestrijden, maar om mensen langdurig en preventief te helpen met hun gezondheid en hun optimale leven te creëren.

Superfoodies kiest niet voor de gebaande paden van de westerse geneeskunde, maar kijkt naar andere bronnen met rijke kennis die in onze westerse cultuur onderbelicht zijn geraakt. Vaak zijn dit bronnen die gestoeld zijn op de zelfhelende krachten van het lichaam, en die de krachten van de natuur gebruiken om ons daarin te ondersteunen. Superfoodies is zich ervan bewust dat dit het risico met zich meebrengt om beschouwd te worden als 'zweverig'. Dat is namelijk de realiteit van iedereen die op kritische wijze verder durft

te kijken dan de maatschappelijke norm. Superfoodies laat zich hier niet door tegenhouden en staat voor wat ze doen. Hun kennis is gebaseerd op eeuwenoude tradities en hedendaagse wetenschap.

Met een lichaam en geest in harmonie en perfecte verbinding met elkaar, ben je in staat om te zijn wie je wilt zijn. Om het magische van het leven te ontdekken. Om te genieten, te léven en in harmonie te zijn met jezelf, met elkaar en de natuur.

Superfoodies

We build brands

FOR A PURPOSE DRIVEN WORLD



Veemarktkade 8
5222AE s'Hertogenbosch
the Netherlands

info@smaac.nl
+31 (0) 73 610 07 89

