MERK PROFIEL

Business Strategy summarised

Organisatie

Introductie

Tone-of-voice

Waardenbepaling

Stakeholders / SDG's

Vision Statement

Mission Statement

Possitionerings Statement

Merk Archetypen

70% Core-archetype

30% Influencer-archetype

Organisatie

100% Samenvoeging archetypen

Final statement / quote

MERK PROFIEL

Business Strategy summarised

Smaac Foundation

Smaac's tagline is "to build brands for a purpose driven world". Door merken te bouwen die extra moeite stoppen in het verbeteren van de wereld, merken met een purpose, maakt Smaac indirect een positieve impact op de wereld. Echter, deze impact is niet altijd direct zichtbaar. Merken helpen met het communiceren van bijvoorbeeld hun lage carbon footprint is een mooie bijdrage, maar misschien niet altijd direct genoeg.

Met de ambitie om nog directer het verschil te maken bouwt Smaac de Smaac Foundation. Dit merk zal functioneren als het platform waarmee Smaac deze ambities streeft waar te maken. Via het platform zullen we direct samen gaan werken met verschillende organisaties zoals 'Little Smile Foundation'. Voor meer informatie klik de volgende link: https://railwaychildren.org.in/

'Railway Children' is het eerste project dat Smaac is gaan ondersteunen. Hun slogan is "Fighting to create a world where no child ever has to live on the streets". Deze organisatie is specifiek actief in India waarbij ze bedelende kinderen een helpende hand aanbieden. Hierna gaan ze samen aan de slag met de kinderen om te zorgen voor een veilige toekomst voor de lange termijn.

Tone-of-voice

01./ PROFESSIONEEL

02./ LEVENDIG

03./ BETROKKEN

Waarden bepaling

SOLIDARITEIT

Solidariteit omvat ook 'behulpzaamheid' en 'gelijkheid'. Het omschrijft het gevoel van samenhorigheid en de plicht om elkaar te steunen.

WELZIJN

Welzijn betekent dat het goed gaat met een persoon zowel lichamelijk, geestelijk als sociaal. Zo omvat deze waarde 'gelijkheid' en 'gezondheid'.

PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

Persoonlijke ontwikkeling is de waarde waar Smaac Foundation zich differentieert. Een meer specifieke waarde die dicht bij Smaac staat.

"WE BELIEVE IN A WORLD WHERE ACCESS TO EDUCATION IS A FUNDAMENTAL HUMAN RIGHT.

Smaac Foundation - Vision

"TO PROVIDE LESS FORTUNATE PEOPLE ACCESS TO EDUCATION

Smaac Foundation - Mission

"

For who
For people who find themselves in a less fortunate situation,

What
We provide access to education,

Why
Because we believe by empowering them, we can change the world.

Merk Archetypen

70%

De core-archetype van Smaac Foundation is de CAREGIVER. De Caregiver zorgt voor anderen, wil mensen beschermen en offert zich waar nodig op. Het belang van de Caregiver is ondergeschikt aan dat van de ander. Dit is een van de krachtigste merk archetypes omdat het ons doet denken aan onze relatie met onze eigen Caregivers. Een veilige, ordelijke wereld waarin iedereen voor elkaar zorgt is namelijk het doel. "Goed voorbeeld doet volgen" en dus verzorgt en beschermt de Caregiver de mensen om zich heen.

30%

Als Influencer-Archetype is Smaac Foundation de Innocent. Het Innocent archetype zoekt naar een ideale wereld en vindt deze in eenvoud. Zij streeft net als haar klanten naar geluk en harmonie. Een motto van de Innocent zou kunnen zijn 'verbeter de wereld, begin bij jezelf'. Met eerlijke, pure producten die bijdragen aan een betere wereld, bindt de Innocent klanten aan zich op basis van gedeelde idealen. De Innocent biedt haar klanten eenvoudige oplossingen voor vaak complexe (maatschappelijke) problemen. Een typisch Innocent merk is juist puur, onschuldig, oprecht en integer.

100% SMAAC FOUNDATION

70% Caregiver en 30% Innocent maakt samen 100% Smaac Foundation. Met de core-archetype Caregiver zet Smaac Foundation zich weg als het merk dat er is voor een ander, nog specifieker "To provide less fortunate people access to education". Als 70% Caregiver gaan wij duidelijk naar buiten kunnen communiceren hoe dat wij van plan zijn die nieuwe directe positieve impact willen gaan maken, en waarom dat we dat doen.

Deze ambities gaan we waarmaken door projecten rondom 'personal development' en 'Quality Education' te steunen. Als 30% zijn wij het influencer-archetype Innocent. Met het Innocent archetype hopen we niet alleen dicht bij onszelf te blijven, maar ook onszelf te differentiëren. Niet tegenover onze competitors, maar naast onze cooperators. Als Caregiver is de Smaac Foundation er namelijk voor een ander. Wij geloven door samenwerking met andere organisaties we nog meer kunnen bereiken. Hoewel, we geloven ook in 'leading by example' en voelt het onze plicht om zelf de eerste stap te zetten. Met onze initiatieven en ambities hopen we anderen te inspireren om zo uiteindelijk samen te werken aan een mooiere wereld voor de toekomstige generaties.

We provide access

TO AN EDUCATION DRIVEN WORLD

smaac

MERK PROFIEL

Business Strategy summarised

Smaac Foundation

Smaac's tagline is "to build brands for a purpose driven world". Door merken the bouwen die extra moeite stoppen in het verbeteren van de wereld, merken met een purpose, maakt Smaac indirect een positieve impact op de wereld. Echter, deze impact is niet altijd direct zichtbaar. Merken helpen met het communiceren van bijvoorbeeld hun lage carbon footprint is een mooie bijdrage, maar Met de ambitie om nog directer het verschil te maken bouwt Smaac de Smaac Foundation. Dit merk zal functioneren als het platform waarmee Smaac deze ambities streeft waar te maken. Via het platform zullen we direct samen gaan werken met verschillende organisaties zoals 'Little Smile Foundation'. Voor meer informatie klik de volgende link:
https://railwaychildren.org.in/

'Railway Children' is het eerste project dat Smaac is gaan ondersteunen. Hun slogan is "Fighting to create a world where no child ever has to live on the streets". Deze organisatie is specifiek actief in India waar ze de bedelende spoorweg kinderen een helpende hand aanbieden . Hierna gaan ze samen aan de slag met de kinderen om te zorgen voor een veilige toekomst voor de lange termijn.

Tone-of-voice

01./ PROFESSIONEEL *02./* LEVENDIG *03./* BETROKKEN

Waarden bepaling

SOLIDARITEIT

Solidariteit omvat ook 'behulpzaamheid' en 'gelijkheid'. Het omschrijft het gevoel van samenhorigheid en de plicht om elkaar te steunen.

WELZIJN

Welzijn betekent dat het goed gaat met een persoon zowel lichamelijk, geestelijk als sociaal. Zo omvat deze waarde 'gelijkheid' en 'gezondheid'.

PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

Persoonlijke ontwikkeling is de waarde waar Smaac Foundation zich differentieert. Een meer specifieke waarde die dicht bij Smaac staat.

"

WE BELIEVE IN A WORLD WHERE ACCESS TO EDUCATION IS A FUNDAMENTAL HUMAN RIGHT.

Smaac Foundation - Vision

"

TO PROVIDE LESS FORTUNATE PEOPLE ACCESS TO EDUCATION

Smaac Foundation - Mission

"

For who
For people who find themselves in a less fortunate situation,

What
We provide access to education,

Why
Because we believe by empowering them, we can change the world.

70%

De core-archetype van Smaac Foundation is de CAREGIVER. De Caregiver zorgt voor anderen, wil mensen beschermen en offert zich waar nodig op. Het belang van de Caregiver is ondergeschikt aan dat van de ander. Dit is een van de krachtigste merk archetypes omdat het ons doet denken aan onze relatie met onze eigen Caregivers. Een veilige, ordelijke wereld waarin iedereen voor elkaar zorgt is namelijk het doel. “Goed voorbeeld doet volgen” en dus verzorgt en beschermt de Caregiver de mensen om zich heen.

30%

Als Influencer-Archetype is Smaac Foundation de Innocent. Het Innocent archetype zoekt naar een ideale wereld en vindt deze in eenvoud. Zij streeft net als haar klanten naar geluk en harmonie. Een motto van de Innocent zou kunnen zijn ‘verbeter de wereld, begin bij jezelf’. Met eerlijke, pure producten die bijdragen aan een betere wereld, bindt de Innocent klanten aan zich op basis van gedeelde idealen. De Innocent biedt haar klanten eenvoudige oplossingen voor vaak complexe (maatschappelijke) problemen. Een typisch Innocent merk is juist puur, onschuldig, oprecht en integer.

100% SMAAC FOUNDATION

70% Caregiver en 30% Innocent maakt samen 100% Smaac Foundation. Met de core-archetype Caregiver zet Smaac Foundation zich weg als het merk dat er is voor een ander, nog specifieker “To provide less fortunate people access to education”. Als 70% Caregiver gaan wij duidelijk naar buiten kunnen communiceren hoe dat wij van plan zijn die directe positieve impact willen te gaan maken.

Deze ambities gaan we waarmaken door projecten rondom ‘personal development’ en ‘Quality Education’ te steunen. Als 30% zijn wij het influencer-archetype Innocent. Met het Innocent archetype hopen we niet alleen dicht bij onszelf te blijven, maar ook onszelf te differentiëren. Niet tegenover onze competitors, maar naast onze cooperators. Als Caregiver is de Smaac Foundation er namelijk voor een ander. Wij geloven door samenwerking met andere organisaties we nog meer kunnen bereiken. Hoewel, we geloven ook in ‘leading by example’ en voelt het onze plicht om zelf de eerste stap te zetten. Met onze initiatieven en ambities hopen we anderen te inspireren om zo uiteindelijk samen te werken aan een mooiere wereld voor de toekomstige generaties.

We provide access

TO AN EDUCATION DRIVEN WORLD

smaac