

**BRAND GUIDELINES:  
10 DO'S & DON'TS**

**MARKETING  
SHELF**



## BEGRIJP DE ESSENTIE VAN JE MERK

Een sterk merk begint met een duidelijke identiteit. Je Brand Guidelines vormen niet alleen een visueel handboek, maar ook de vertaling van je missie en waarden naar herkenbare communicatie.

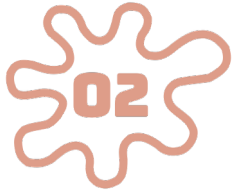
Wanneer iemand je merk tegenkomt, moet hij in enkele seconden begrijpen waar je voor staat. Die herkenbaarheid creëer je niet met toeval, maar met structuur.

**DO:** Schrijf een korte merkbeschrijving waarin je missie, visie en kernwaarden duidelijk omschreven staan. Gebruik dit als basis voor alle communicatie.

**DON'T:** Laat verschillende teams hun eigen interpretatie gebruiken. Inconsistentie zorgt voor verwarring en een zwakker merkbeeld.

### De kracht van Brand Guidelines





## CONSISTENTIE CREEËRT VERTROUWEN

Een merk is meer dan een logo. Het leeft in elk contactmoment: van een socialmediapost tot een offerte. Hoe consistenten de stijl en toon, hoe sterker het vertrouwen dat je opbouwt bij je doelgroep.

**DO:** Gebruik je Brand Guidelines als leidraad voor alle communicatie, intern en extern. Werk met templates en voorbeelden die tonen hoe elementen toegepast worden.

**DON'T:** Laat iedereen vrij improviseren met kleuren of lettertypes. Dat breekt je visuele identiteit af en maakt je merk minder herkenbaar.

### Hoe vertrouwen creëren?



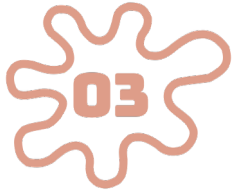
Wees consistent



Toon authenticiteit



Bouw een community



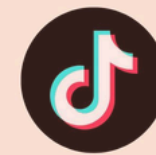
## GEBRUIK JE LOGO CORRECT

Je logo is het hart van je visuele identiteit. Een kleine wijziging in kleur of verhoudingen kan het herkenbare karakter volledig verstoren.

**DO:** Definieer de juiste varianten van je logo (horizontaal, verticaal, icoon) en specificeer gebruiksregels. Vermeld minimale afmetingen, witruimte en achtergrondkleuren.

**DON'T:** Pas het logo niet aan. Geen filters, schaduwen of effecten. Gebruik nooit screenshots of verlaagde kwaliteit.

### Variatie in logo



TikTok  
TikTok



## KIES EN BEWAAK JE KLEURPALET

Kleuren roepen emoties op en versterken je merkpersoonlijkheid. Ze helpen klanten je merk te herkennen, zelfs zonder logo.

**DO:** Beschrijf het volledige kleurenpalet: primaire kleuren, secundaire kleuren en accentkleuren.

Vermeld altijd HEX, RGB en CMYK-codes voor digitale en druktoepassingen.

**DON'T:** Gebruik geen tinten buiten het officiële palet. Overmatige variatie verzwakt je merkconsistentie.

### Kleurpalet



Gebruik een beperkt palet



Kies kleuren met betekenis



## TYPOGRAFIE ALS MERKTAAL

Lettertypes zijn even belangrijk als kleuren. Ze dragen de toon en uitstraling van je merk. Typografie zorgt voor structuur en herkenbaarheid in al je communicatie.

**DO:** Leg duidelijke typografierregels vast: hoofdtitels, subtitels, lopende tekst, citaten en knoppen. Beschrijf ook alternatieve fonts voor digitale toepassingen.

**DON'T:** Combineer te veel lettertypes of gebruik willekeurige stijlen. Eén duidelijk systeem zorgt voor rust en herkenbaarheid.

### Merktal



Beperk het aantal fonts



Zorg voor leesbaarheid



Wees consequent



## TONE OF VOICE: HOE KLINKT JE MERK?

De manier waarop je spreekt en schrijft, bepaalt de persoonlijkheid van je merk. Je tone of voice maakt duidelijk of je professioneel, inspirerend of speels overkomt.

**DO:** Beschrijf de tone of voice van je merk met voorbeelden: welke woorden gebruik je wel of niet? Benoem typische zinsstructuren, aanspreekvormen en schrijfstijl per kanaal.

**DON'T:** Wissel niet van toon per campagne of schrijver. Inconsistentie in taalgebruik ondermijnt geloofwaardigheid.

### Resultaat van tone of Voice



Herkenbaarheid



Meer vertrouwen



Grotere betrokkenheid



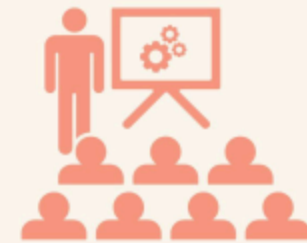
## BEELDGEBRUIK EN FOTOGRAFIE

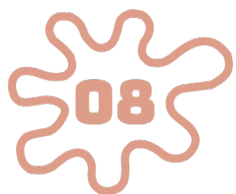
Beelden zeggen meer dan woorden. Een herkenbare visuele stijl versterkt het gevoel dat klanten bij je merk krijgen.

**DO:** Werk met een vaste fotografische stijl (belichting, kleurtonen, compositie). Beschrijf wat wel en niet past: realistische beelden, close-ups, mensen, omgevingen, etc.

**DON'T:** Gebruik willekeurige stockfoto's die niet passen bij je merkwaarden. Vermijd overbewerking of filters die afleiden van de boodschap.

### Herkenbaarheid





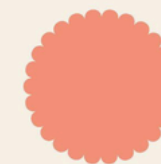
## ICONEN, PATRONEN EN GRAFISCHE ELEMENTEN

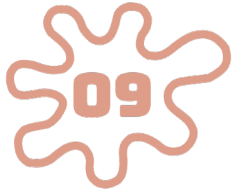
Naast foto's dragen ook iconen en grafische vormen bij aan de visuele identiteit. Ze maken informatie toegankelijk en herkenbaar.

**DO:** Gebruik een uniforme iconenset met vaste stijl (lijn, dikte, kleur). Beschrijf waar en hoe iconen mogen worden toegepast.

**DON'T:** Meng stijlen of gebruik pictogrammen van verschillende bronnen. Dat oogt rommelig en onprofessioneel.

### Iconensets





## TOEPASSING IN PRAKTIJK

Brand Guidelines zijn pas waardevol als ze effectief gebruikt worden. Elke medewerker, ontwerper of partner moet exact weten hoe het merk toegepast moet worden.

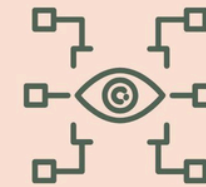
**DO:** Maak het document toegankelijk voor iedereen in de organisatie. Voorzie praktische voorbeelden van correcte en foutieve toepassingen.

**DON'T:** Laat het document verstoffen op een gedeelde drive. Herinner teams eraan dat consistentie de sleutel is tot sterke branding.

### Praktische toepasbaarheid



Beschikbaar voor iedereen



Gebruik voorbeelden



Integreer ze in het dagelijkse werk



## EVOLUEER JE MERK

Merken groeien. Nieuwe producten, doelgroepen of trends vragen om updates. Een goede guideline blijft actueel en past zich mee aan, zonder de kern te verliezen.

**DO:** Plan jaarlijks een evaluatie. Voeg nieuwe toepassingen toe (zoals social templates of motion design) waar nodig.

**DON'T:** Vernieuw niet alles tegelijk. Kleine updates zijn beter dan abrupte veranderingen die herkenbaarheid breken.

### Evolveer je merk



Evolveer jaarlijks



Pas stapsgewijs aan



Betrek je communiy



## EXTRA TIP: MAAK EEN CENTRALE BRAND KIT

Naast je PDF-document kan je een digitale Brand Kit maken met logo's, kleurcodes, typografie en templates. Tools zoals Canva, Figma of Adobe Express laten toe om je merk centraal te beheren, zodat niemand nog verkeerde versies gebruikt.

**DO:** Deel de Brand Kit met iedereen die aan marketing of communicatie werkt.

**DON'T:** Bewaar bestanden lokaal of stuur losse logo's per mail. Dat leidt tot fouten en inconsistentie.

### Brandkit bouwen





# DANK VOOR HET LEZEN!

**Jouw marketingkennis groeit elke dag.**

Ontdek onze video-masterclasses, exclusieve lessen en community die je marketing naar een hoger niveau tillen.

[Meer bekijken](#)

