



MASTERCLASS

## 'VAN BETEKENIS ZIJN MET MEANINGFUL MARKETING'

### WAAROM MISLEIDENDE MERKEN IN GEVAAR ZIJN (EN HOE JE ECHT IMPACT KAN MAKEN)

Merken presteren door goed te doen. Dat weet inmiddels elke reclamemaker en marketeer. En als je een willekeurige directeur van een vooraanstaand bedrijf vraagt waar zijn organisatie voor staat, hoor je zelden dat het puur en alleen om zo veel mogelijk winst maken gaat. Maar als goed doen slechts een marketingtool is en het bij eenmalige acties of gelikte campagnes blijft, val je snel genoeg door de mand. Dat weet inmiddels ook elke zakenvrouw en consument.

Van betekenis zijn loont. Dat is tegenwoordig zelfs te meten met ROM, return on meaning. Toch slaan de meeste merken de plank volledig mis. Slechts 20% van de merken wereldwijd heeft een positieve invloed op ons gevoel van welzijn en de kwaliteit van leven. En de meeste mensen in Europa en de VS maakt het niet uit als 92% van de bedrijven wereldwijd zou verdwijnen. Dat verandering noodzakelijk is, blijkt wel uit de vraag naar menselijke merken. Deze masterclass is voor marketeers die marketing niet gebruiken om te manipuleren en misleiden, maar om echt van betekenis te zijn.

- 'Organisaties die idealen nastreven groeien drie keer zo snel als hun concurrenten.'
- 'Merken met een sociale missie presteren bijna 400% beter.'
- 'De meeste mensen in Europa en de VS liggen er niet wakker van als 92% van de bedrijven wereldwijd zou verdwijnen.'

#### Wil jij

- ✓ Weten hoe je jouw purpose en idealen (her)ontdekt en daarmee voor betekenis zorgt?
- ✓ Ervoor zorgen dat de hele organisatie gelooft in het verschil dat het merk kan maken? Om daarmee een sterk wij-gevoel te creëren?
- ✓ Draagvlak creëren voor je marketinginspanningen en de essentie van jouw merkboodschap terug laten komen in productinnovaties, je investeringen, je mensen, je processen en de rest van de bedrijfsvoering?
- ✓ Een menselijk merk worden en betekenisvolle langetermijnrelaties met je klanten opbouwen?
- ✓ Echt impact maken met je marketing en daarmee onmisbaar worden?





### Voor wie?

Zowel bedrijven als (overheids)organisaties- en instellingen nemen deze masterclass af. Het niveau is HBO+. Omdat wij de 'bigger picture' vertellen van meaningful marketing, is deze workshop geschikt voor allerlei soorten marketeers (denk aan marketingstrategen en brand-, product- en pr-managers) en management- en communicatieteams. Voorbeelden van afnemers zijn:

1. Organisaties die echt impact willen maken en daarmee betekenisvolle lange termijn relaties opbouwen;
2. Marketingteams die zich regelmatig bijscholen en zich willen laten inspireren door meeslepende cases uit de praktijk;
3. Organisaties die hun merk menselijker willen maken en daarmee voorkomen dat ze het vertrouwen van klanten verliezen;
4. Marketing- en communicatieafdelingen die de merkboodschap terug willen zien in het gedrag van alle medewerkers;
5. Directies en managementteams die hun idealen willen delen met de hele organisatie.

### Niet de zoveelste masterclass



In deze masterclass leer je hoe je een betekenisvol merk wordt en daarmee twee keer zoveel kans maakt op succes. Sheraz & Nawaz Kazmi – oprichters van MiU – nemen je in rap tempo mee naar de toekomst van 'meaningful marketing'. De gebroeders zijn zowel creatieve marketeers als ondernemers en hun bevindingen en adviezen zijn pragmatisch. Zij delen hun beste tips, tricks & tools die jij vandaag nog kunt toepassen. Deze lichten zij toe aan de hand van sprekende voorbeelden. Zo vertellen ze:

- ✓ Waarom de meerderheid van de meest recente Cannes winnaars purpose-gedreven zijn en hoe zij meaningful marketing toepassen;
- ✓ Hoe de broers van hun vader een merk maakten en hoe 'Papa Kazmi' mensen dagelijks ontroert en beweegt;
- ✓ Waarom McDonalds (veel) meer moet doen dan haar huisstijl 'groen' maken en een salade aan het menu toevoegen;
- ✓ Hoe de medewerkers van Hills & Mills onbewust marketing bedrijven en hoe het restaurant daarmee als enige voorbeeldbedrijf in het managementboek 'Op pad met mijn talenten' kwamen;
- ✓ Waarom Albert Heijn noodgedwongen met de productlijn 'Puur & Eerlijk' stopte.



### Wat je na het volgen van deze masterclass hebt geleerd

1. Hoe je al jouw medewerkers, klanten, partners en andere stakeholders meeneemt in de missie;
2. Hoe je jouw missie en idealen in een visie vat en deze intern en extern communiceert;
3. Hoe je voor alignement zorgt tussen verschillende niveaus, afdelingen en campagnes en hoe je daarmee als gehele organisatie consistent de merkboodschap verkondigt;
4. Hoe je zelf voorop in de strijd gaat en waarom de kantjes eraf lopen fataal is;
5. Welke simpele dingen je kunt doen om je missie tot in de puntjes door te voeren;
6. Welke slimme betekenisvolle tools en gewoontes je kunt implementeren in dagelijkse taken, werkzaamheden en dienstverlening en zo van elke medewerker een marketeer maakt;
7. Hoe jij je mensen helpt het vanuit hun hart waar te maken om daarmee voor loyale fans en zelfs ambassadeurs te zorgen;
8. Hoe je van beloftes naar bewijzen beweegt en daarmee het vertrouwen verdient van het publiek;
9. Hoe je de idealen die je nastreeft verwerkt in een meeslepend en samenhangend verhaal in tegenstelling tot op zichzelf staande campagnes.

### Investering



Professionals kiezen voor deze masterclass omdat ze een menselijk merk willen en daarmee het succes van de hele organisatie verhogen. Deze masterclass duurt een dagdeel en wordt gegeven in groepen tot 12 personen. Je kunt de masterclass in zowel het Nederlands als Engels volgen. De investering bedraagt 1.950 euro exclusief BTW en locatiehuur en is inclusief gezonde taartjes en slow juices van HAKA, voorbereiding, reiskosten, reistijd en telefonisch overleg. Deelnemers krijgen een werkmap en na afloop een gids met daarin alle praktische tips.

Jouw plek claimen? Contact Sheraz ([sheraz@thepurefamily.com](mailto:sheraz@thepurefamily.com) of 06 19 47 28 82).

### Vervolgstappen



Na het volgen van de masterclass kun je met direct toepasbare inzichten aan de slag. Wil je jouw merk nog betekenisvoller maken, dan kun je met de heren van MiU een vervolgtraject inrichten. Als consultants helpen zij je de inzichten te implementeren met strategiesessies, tactiekbesprekingen, brainstorms, teamtrainingen en inspiratiesessies. Jij leidt, MiU ondersteunt.



## Dit zeggen anderen



'Vorige week door Sheraz en Nawaz op marketingontdekkingsreis meegenomen tijdens de masterclass "meaningfull marketing". In duidelijke bewoordingen en concrete praktijkvoorbeelden krijg je van de heren talloze tips die elke organisatie direct kan toepassen. Ik ben ervan overtuigd dat medewerkers (na het volgen van deze training) en klanten (na het eerstvolgende bezoek) als nooit tevoren gaan glimlachen... Kortom een pure aanrader voor alle ondernemers!'

– Rob van den Dulk, oprichter Seven Days Store



'Deze heren zijn niet van de gladde slogans en verhullende campagnes. Ze zijn hier met een missie: jou te helpen je klanten te bedienen. En ze menen het.'

– Simon Douw, oprichter trainingsbureau Downsideup

## De trainers

Sheraz en Nawaz Kazmi van MiU Marketing zijn al meer 6 jaar pioniers op het gebied van meaningful marketing. Niet alleen zijn de broers hiermee van waarde voor local stars en bekende multinationals, ook zetten zij zelf succesvolle merken op. Ze werkten voor onder andere KPN, ABP, Rabobank, Rijk Zwaan, Hartstichting en ProRail en verschenen onder meer in het FD, het AD, de Volkskrant en op RTL4. Door hun brede en bovenal unieke ervaring, uitgebreide domeinkennis en creativiteit weten ze snel te schakelen, en wat er nodig is om voor de meest uiteenlopende bedrijven het verschil te maken. Met als resultaat blije en terugkerende klanten, en nog belangrijker: impact!

