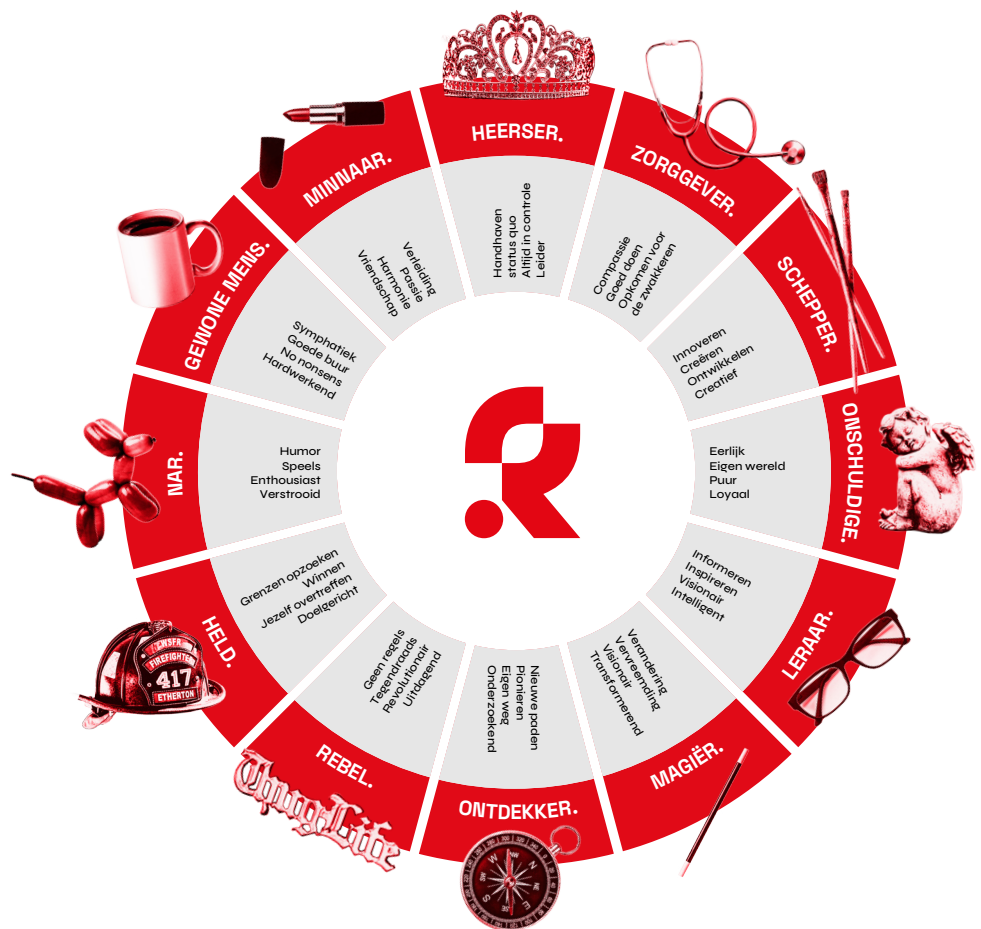


WAT IS DE PERSOONLIJKHEID VAN JOUW MERK?

Mensen zijn er in allerlei verschillende soorten en maten. We hebben allemaal ons eigen karakter, ambities en talenten. Om groepen mensen beter in kaart te brengen, ontwikkelde de Zwitserse psycholoog Carl Jung twaalf archetypes. Elk type staat voor een bepaalde set van normen, waarden en kenmerken van de menselijke persoonlijkheid. Als je een groot aantal mensen met dezelfde set weet te identificeren, heb je een doelgroep!



Mensen willen zich ergens mee kunnen identificeren. Met andere mensen maar ook met merken. Ze willen de persoonlijkheid van een merk kunnen zien en begrijpen. Wederzijds begrip tussen de doelgroep en het merk creëert voorkeur voor jouw merk en producten of diensten. Maar hoe typeer je de persoonlijkheid van jouw merk zodat deze herkenbaar en identificeerbaar wordt voor jouw doelgroep? In deze informatieve download vind je de karaktereigenschappen, angsten en ambities van 12 archetypes terug.

Welk archetype past bij jouw merk?

12 ARCHETYPES.

CARL JUNG



HEERSER.

Streeft controle na. Heeft graag succes en wil dat alleen bereiken. Oefent macht uit en is verantwoordelijk.

MERCEDES | ALBERT HEIJN



ZORGGEVER.

Houdt van een ander, zoals die ook van zichzelf houdt. Geven is makkelijker dan ontvangen. Verzorgt en beschermt.

VOLVO | PAMPERS



SCHEPPER.

Creatieveling pur sang. Wil zijn visie tot uitdrukking brengen. Is artistiek in controle en vaardig.

APPLE | GOOGLE



ONSCHULDIGE.

Wil gelukkig zijn en daarbij een anderniets aandoen. Zich vrij voelen en optimistisch in het leven staan.

ZWITSAL | COCA-COLA



LERAAR.

Is analytisch van aard. Door denken en analyseren, begrijpt hij de wereld beter. Zoekt naar informatie en reflecteert.

AUDI | PHILIPS



MAGIËR.

Laat dingen gebeuren. Ziet win-win situaties. Kan je helpen dromen uit te laten komen. Ontwikkelt een visie en leeft ernaar.

DISNEY | TED



ONTDEKKER.

Heeft nieuwe ideeën en ervaringen nodig. Is altijd zoekend naar nieuwe impulsen voor zingeving. Verkent, zoekt en ervaart.

AMAZON | LAND ROVER



REBEL.

Doet niet aan regels; die zijn er om te breken. Transformeert door te vernietigen. Shockeert en is radicaal.

LEVI'S | ADIDAS | RED BULL



HELD.

Is moedig en daadkrachtig. Een wereldverbeteraar die niet wil verliezen. Bewijst zijn waarde met moedige daden.

NIKE | DURACELL



NAR.

Doet allemaal niet zo moeilijk, leeft, geniet en houdt van gezelligheid. Is speels en humoristisch. Leeft in het moment.

M&M'S | FANTA



GEWONE MENS.

Leder mens is voor hem gelijk. Wil er altijd bij horen en verbonden zijn. Staat nuchter in het leven en is realistisch.

IKEA | HEMA



MINNAAR.

Een echte charmeur. Houdt van iedereen. Vindt relaties belangrijk maar binding juist minder. Probeert fysiek en emotioneel aan te trekken.

CHANEL | MAGNUM

Welk archetype past bij jouw merk?