

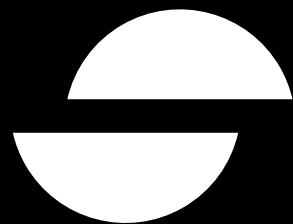
branding • marketing • sales

# simplify this! #0

## **Simplify this!**

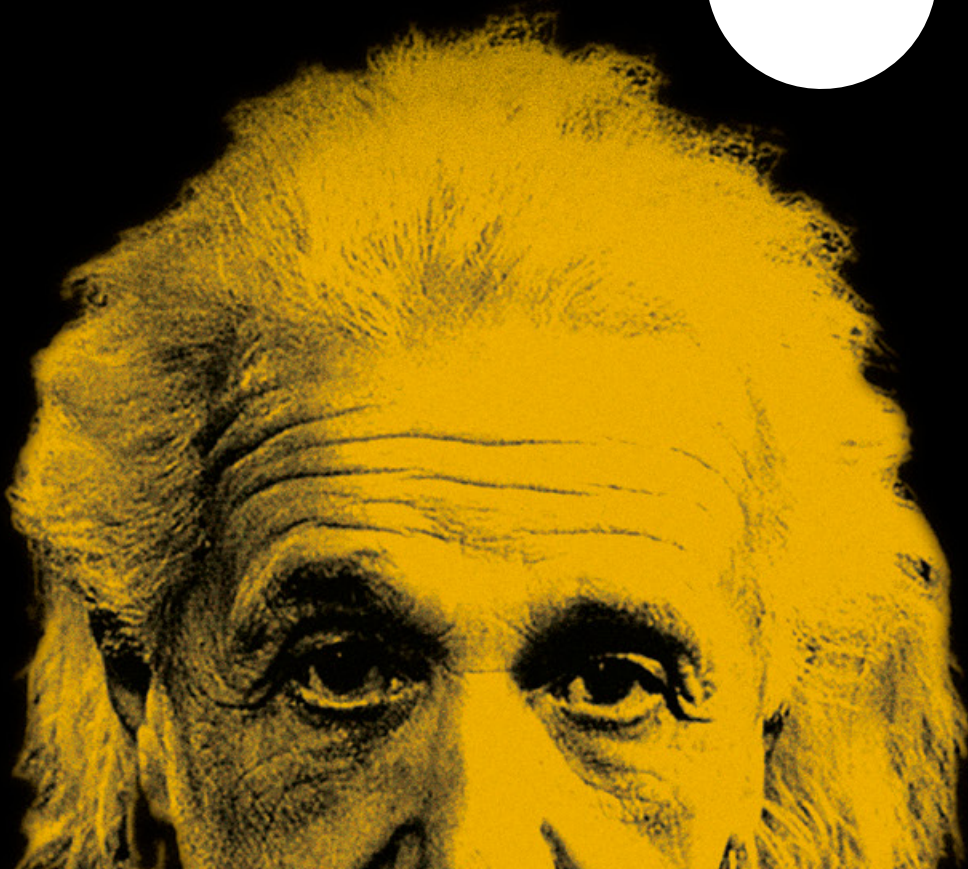
Dit nulnummer gaat over ons, wie we zijn, wat we doen en vooral hoe we dit willen doen.





“Make everything  
as simple as possible,  
**but not simpler.**”

Simplify pakt complexe vraagstukken aan met focus, kennis en creativiteit. De uitkomst is vaak verbluffend simpel. Het resultaat is verbetering. Van mensen, middelen en merken.



## Voor we beginnen...

Een korte introductie van André van Straten  
Conceptontwikkelaar bij SimpliFy



# “Simpel is het moeilijkst.”

**Als Albert Einstein en Johan Cruijff het al zeiden, moet het wel waar zijn. Simpel is niet alleen het beste, maar ook het moeilijkst.**

SimpliFy maakt het graag zo simpel mogelijk. Al is het vraagstuk nog zo complex, de oplossing liever niet wat ons betreft. Onze concepten zijn 'fact based', maar onze rapporten bevatten vooral veel plaatjes. Geen 'dazzle them with bullshit', maar een heldere aanpak.

Of zoals een opdrachtgever het laatst zei: "Jullie grassroots-manier van werken spreekt me aan en werkt bovendien!" Ik denk dat dit een compliment was.

# Wij zijn Team Simplify

Simplify, sinds 2016.

Maar de mensen van Team SimpliFy  
werken al ruim 15 jaar samen.

De gebundelde kennis en ervaring  
is een unieke mix van business  
development, strategie en creativiteit.



**Carletta Jacobs**

## **Business development**

Met een titel als bedrijfskundig econoom en een schat aan ervaring bij retailers, A-merk Fabrikanten en bureaus is Carletta de spil van SimpliFy en in de meeste gevallen het eerste aanspreekpunt. Hoge gunFactor, dus pas op uw budget!



**Erik van Doorn**

## **Concept & Design**

Een echte allround designer die jarenlang het mooiste werk maakte voor Dart Group en House of Retail. Alleskunnen die zijn sporen verdiend heeft. Kruising tussen een kluzenaar en een Familie-man. Komt dus vrij weinig buiten de deur.



**Andre van Straten**

## **Strategie & Concept**

Met een brede ervaring aan bureau- en klantzijde is het makkelijk praten en schakelen met André. Werkt net als Erik het liefst op de achtergrond, maar is net iets makkelijker over te halen om deel te nemen aan een briefing of presentatie.



# En wat staat er op het menu....

**We ontwikkelen dus een relevante oplossing of noem het een strategisch concept, dat maakt ons niet uit.**

In elk geval proberen we ons te beperken tot die vraagstukken waar we met onze ervaring echt het verschil kunnen maken. En om dat zo duidelijk mogelijk te maken hebben we deze 'menukaart' opgesteld. Daarop zie je wat we doen en wat je krijgt. Waar mogelijk hanteren we een small/medium/large-indeling, zodat je zelf kan bepalen hoe uitgebreid en uitgewerkt de oplossing mag zijn.



## Positionering

Weten waar je (voor) staat is de basis van alles. SimpliFy helpt je bij een (her)positionering voor jouw merk/organisatie. We bepalen ofijken de kernwaarden en missie/visie ten opzichte van concurrenten. Dit levert een concreet merkdocument op waarmee je praktisch aan de slag kan. Het is de basis voor het verder ontwikkelen van je merk en alle communicatie vanuit dat merk. Inclusief een merkpaspoort voor intern gebruik, waarmee je de positionering kan uitdragen en verankeren in de organisatie.

## Brand development

Op basis van een stevig merkdocument ontwikkelen we een unieke, herkenbare en relevante stijl voor jouw merk of organisatie. Corporate identity (logo, c.i.-elementen, beeld- en vormtaal, eventueel pay off) staat daarbij centraal, maar ook de toepassing van deze identiteit op 2D- en 3D-middelen (online, offline, hardware).

## New Product development

We ontwikkelen 1 of meerdere producten in een bepaalde categorie. Op basis van een solide business case die door SimpliFy (mee) ontwikkeld kan worden of die door ons getoetst wordt.

We begeleiden eventueel sourcing en/of productie en ontwikkelen een go-to-market strategie. We leveren een assortimentsmatrix op (welke producten in welke kanalen), een creatief concept met daarin de look & feel van de producten en de strategie om de producten effectief te lanceren (b-2-b en/of b-2-c). Alles gebundeld in een Selling Story voor intern en extern gebruik.

## Packaging

Een aantrekkelijke verpakking kan de aankoopbeslissing met wel 50% beïnvloeden. SimpliFy ontwikkelt een verpakking die werkt. Daarbij houden we rekening met de merkwaarden, het concurrentieveld, maar ook met de plekken waar de producten zichtbaar en verkrijgbaar zijn. Verkoop je veel via online kanalen? Dat stelt bijzondere eisen aan je verpakking en dat is dan onderdeel van onze oplossing.



branding • marketing • sales

### Marketing strategie

We hebben allemaal wel eens een SWOT-analyse gemaakt. Maar hoe weet je nou zeker dat je alle relevante factoren hebt benoemd? En hoe kom je van die SWOT naar een confrontatiematrix om te bepalen waar je de focus op zou moeten zetten? Simplify maakt een effectieve marketing strategie als start voor een concreet activiteitenplan waar je jaren mee vooruit kan. Met bijzondere aandacht voor de customer experience, loyaliteit en customer advocacy. Van klant naar fan dus.

### Communicatie strategie

Wat zijn je communicatie-doelstellingen en hoe gaan we die bereiken? Welke boodschap, welke middelen, welke timings? Multi-mediaal en zonder te denken in oude of nieuwe media. Simplify kijkt naar het hele plaatje: whatever gets the job done. Een communicatie strategie van Simplify kan intern of extern direct geïmplementeerd worden

### Activatie

Hoe zorg je dat consumenten jouw producten (meer) gaan kopen? Of dat ze langer trouw blijven aan jouw merk? Hoe zorg je dat retailers jouw producten de beste positie willen geven? Een solide activatie-strategie werkt! Simplify ontwikkelt een activatie-strategie die past bij je merk en snel en eenvoudig te implementeren is.





branding • marketing • sales

### **Business development**

Je hebt een goed product, maar je hebt het idee dat er meer in zit? SimpliFy bekijkt hoe je jouw business verder zou kunnen ontwikkelen. Door innovatie, door nieuwe verdienmodellen, door te kijken naar de mogelijkheden van ketenintegratie, productontwikkeling en minder voor de hand liggende opties. Hoe dan ook: meer business is het uitgangspunt.

### **Distributiestrategie**

Wat zijn de beste plekken om jouw producten te verkopen? Waar komen je klanten? Waar kan je nog een goede marge behouden? In welke state-of-mind zijn de klanten in dit kanaal en past dat bij jouw merk? SimpliFy ontwikkelt een distributie strategie waarbij we niet alleen bedenken waar jouw producten verkocht zouden moeten worden, maar ook hoe we deze kanalen kunnen betreden en bewerken. Offline en online. Be where the customers are!

### **Go-to-market strategie**

Je hebt een nieuw product dat je wilt introduceren of je hebt een bestaand product dat je in nieuw kanaal wilt introduceren. Wat is je sales story? Hoe zong je dat je product (blijvend) wordt opgenomen bij retail of dealers? Wat is je plan richting de eindgebruikers? SimpliFy ontwikkelt een go-to-market strategie waarin we alle Facetten behandelen: b2b en b2c. Daarbij zijn de merkwaarden en de distributiestrategie belangrijke uitgangspunten. Een go-to-marketstrategie van SimpliFy bevat altijd een creatief concept dat laat zien HOE we het product gaan lanceren.



Simplify, sinds 2016. We zijn dus nieuw.  
Carletta, Erik en André komen echter niet pas kijken en werken al zo'n 15 jaar samen. Met heel veel ervaring in onder andere retail, FMCG en drug/cosmetica.

**Hiernaast een aantal bedrijven waar we voor gewerkt hebben:**





# Het heilige vuur

SimpliFy pakt complexe vraagstukken aan met Focus, kennis en creativiteit. We voelen ons als een vis in het water bij vraagstukken op het gebied van branding, marketing en sales. Maar HOE doen we wat we doen...

Het begint eigenlijk allemaal aan de poort. We werken niet voor iedereen en we nemen niet alles aan. Samenwerken is het leukst en het meest productief als je dat doet met mensen die elkaar respecteren. Dat is dus voor ons een hele belangrijke drijfveer: respect. Als dat goed zit komt onze volgende afwijking prima van pas: we zijn Bewust Betrokken. Daarmee bedoelen we dat we de vraagstukken op onszelf betrekken. "Als het ons bedrijf was, dan zouden we ..." Geen loze kreet, maar zo voelen we het ook. Dat geeft al meteen een hele andere dynamiek dan een 'uurtje, factuurtje'-benadering. In combinatie met dat wederzijdse respect is dit een Fantastisch uitgangspunt voor onze klanten en ook voor SimpliFy. Zoals gezegd: onze oplossingen moeten 'simpel' zijn, maar de weg om er te komen is soms behoorlijk ingewikkeld. Dan is het goed dat te weten dat wij niet opgeven.

**We hebben het heilige vuur én we gaan voor je door het vuur, nemen je op de schouders en brengen je weer veilig thuis. En dat doen we allemaal omdat jij de tijd neemt om naar ons te luisteren en onze concepten een kans geeft.**

problem **simplify** solved

teamsimplify.nl

Meer weten?  
**Bel/mail Carletta**



**Carletta Jacobs**

carletta@teamsimplify.nl

06-53580442