

Unbranden? Zo doe je het veilig

11-07-2018 12:34



Steeds meer merken schrappen hun naam en logo om meer authenticiteit uit te stralen. Niet altijd een goed idee, stelt marketingexpert Katie Ewers. Want maak maar eens de juiste keuze bij het shampooschap als je alleen kunt vergelijken op ingrediënten.

Unbranding grijpt grotendeels terug op de komst van privatelabels. Waar de simpele verpakking van een blik bruine bonen herkenbaar was als een goedkoop alternatief voor een A-merk. De merkloze beweging vindt zijn wortels in de anti-corporate actiegroepen van de jaren negentig en kan doorgetrokken worden tot de komst van de 'do-it-yourself-creatievelingen' die alles van schoenen tot auto's 3D-printen, en de platforms als Etsy waarop ze die producten verkopen.

De kracht van een huismerk is dat deze vorm van unbranding het keuzeproces voor de consument makkelijker maakte. Maar als iedereen opeens zijn logo verwijderd en kiest voor een eenvoudige verpakking met daarop alleen de ingrediënten, dan bewijzen merken en retailers hun klanten een slechte dienst. "Merken maken ons leven gemakkelijker", aldus Ewer. Overweeg je toch om het eens te proberen? Vier tips om veilig te experimenteren met unbranding.

1. Weg met logo's

De tijd van iconische logo's is voorbij. De kans is klein dat een retailer nog dezelfde herkenning opwekt met een swoosh zoals Nike of een gouden M als McDonalds. Geen nood. Logo's zijn tegenwoordig niet meer

essentieel voor merkherkenning. Focus op beeldtaal. Kun jij meteen de logo's van Amazon of Airbnb helder voor de geest halen? Vast niet, maar de visuele codes – zwart-gele organische vormen en Airbnb's Cereal-lettertype – herken je meteen.

2. Krijg je boodschap en interne cultuur op een lijn

Unbranding wordt vaak gebruikt om te laten zien dat een bedrijf maatschappelijk betrokken en duurzaam is. Consumenten geloven dat alleen maar als dat ook echt zo is.

3. Kijk uit voor authenticiteit

Authenticiteit is een subjectief begrip en dus een potentiële valkuil bij unbranding. Probeer liever transparant te zijn in het productieproces en de marketing. Wordt je product niet gemaakt door bebaarde ambachtslieden maar door fabrieksmedewerkers? Die eerlijkheid is meer waard dan geveinsde authenticiteit.

4. Voorkom extreme unbranding

Het schrappen van herkenbare verpakkingen en logo's zorgt voor extra keuzestress bij de consument. Merken zorgen dat hij gemakkelijk verschil ziet tussen vergelijkbare producten. Een witte wikkel met alleen de ingrediënten erop is een opvallende strategie, maar zorg dat de consument die en het product begrijpt.

In het zomernummer van RetailTrends wordt uitgebreid ingegaan op de hang naar unbranding en de risico's daarvan. [Klik hier om het magazine digitaal te lezen](#). Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie](#).