

Formule presentatie en beeldgebruik

Elke presentatie bestaat uit:

- Eén tot drie liggende foto's, minimaal 1200 pixels breed x 600 pixels hoog.
- Een logo, minimaal 1000 px breed, en indien mogelijk ook een .eps / vector versie.
- Formule omschrijving.
- Optioneel een merkverhaal. Dit vertelt kort waar het merk voor staat en helpt met positionering en onderscheiding in de markt. Het geeft duiding aan het merk voor alle partijen.

De communicatie is gericht op franchisenemers/ondernemers. Wat is het unieke en onderscheidende aan een formule? Wat is de propositie naar de franchisenemer?

Zorg voor de juiste uitstraling van de formule. Bijvoorbeeld: winkels zijn een plek van inspiratie, en stralen de impliciete merkwaarden uit zoals gezelligheid, schoonheid, etc.

De ondernemer heeft passie voor zijn product of dienst en straalt trots uit. Wanneer de locatie een positieve bijdrage heeft, is dit zichtbaar. Het product wordt gepresenteerd op een manier waarop het volledig tot zijn recht komt.



**Goede representatie
van de sfeer**



**Werknemers die blij
zijn met hun werk**



**Het product wordt gepresenteerd
op een manier die recht doet aan
de unieke eigenschappen**



**Een aanstekelijke vibe van
hard werken**



**Een trotse eigenaar
die affiniteit heeft
met het product**

De sfeer van de winkel



Deze foto toont wel de winkel, maar niet de sfeer en merkwaarde.



Deze foto laat goed de sfeer en merkwaarde zien



Deze foto toont een zielloos restaurant



Deze foto toont een de vibe en de levendige sfeer van een pizzeria.

Het potentieel van de locatie



Deze foto toont wel de gevel, maar vertelt niets over het potentieel en de context van de locatie.



Deze foto geeft een goede indruk van de locatie en de beleving.



Deze foto toont wel de gevel, maar vertelt niets over het potentieel en de context van de locatie.



Deze foto geeft een goede indruk van de locatie en de beleving.

De energie van de franchisenemer



De ondernemer straalt geen energie uit. Bovendien laat de foto niet zien wat de relatie is tussen de ondernemer en de waarde van het product.



Deze foto laat iemand zien die trots is. Bovendien matcht de uitstraling van de ondernemer met de beleving van het product.



Hier staat een ondernemer die er niet uitzielt alsof hij in een keuken hoort. De connectie ontbreekt, en daardoor ontbreekt de passie.



Deze man heeft zichtbaar affiniteit met zijn product.

De presentatie van de waarde van het product



De impliciete waarde van het product komt niet tot z'n recht.



Deze foto laat goed de sfeer en merkwaarde van het product zien



De kwaliteit van het product komt niet tot z'n recht.



Deze pizza nodigt uit.