



Liever HappyNurse

Hoe soms een kleine ingreep grote gevolgen kan hebben (positief dan wel ;). Startpunt was de bestaande pay-off onder de loep te nemen. Onderscheidend genoeg? Voldoende activerend? Met customer intimacy in zich? Ik bedacht dat het een nieuwe afmaker moest worden. En geen pay-off maar een 'pre-off'. Dus niet hangend onder de naam, maar érboven. Zodat het een slogan zou worden met een sympathieke merkbelofte: **Liever HappyNurse**. Zowel voor de uitzendkracht als voor de zorginstelling een krachtige propositie. Vervolgens werden 3 strategische pijlers gedefinieerd waarop HappyNurse zich zou gaan onderscheiden: Snelheid, Service en Samen. Dat werd vertaald naar 'Liever vandaag dan morgen', 'Liever dat stapje extra' en 'Liever bij de leukste club'.

Liever HappyNurse is:

- Sympathiek en creëert likeability
- Activerend doordat het duidelijke voorkeur aangeeft
- Menselijk en roept emotie op
- Lenig inzetbaar en praktisch toepasbaar

Zo werd dat ene woordje het kloppende hart van het HappyNurse-totaalconcept. Dè centrale aanjager voor alle uitingen die nog ontwikkeld zouden worden.

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



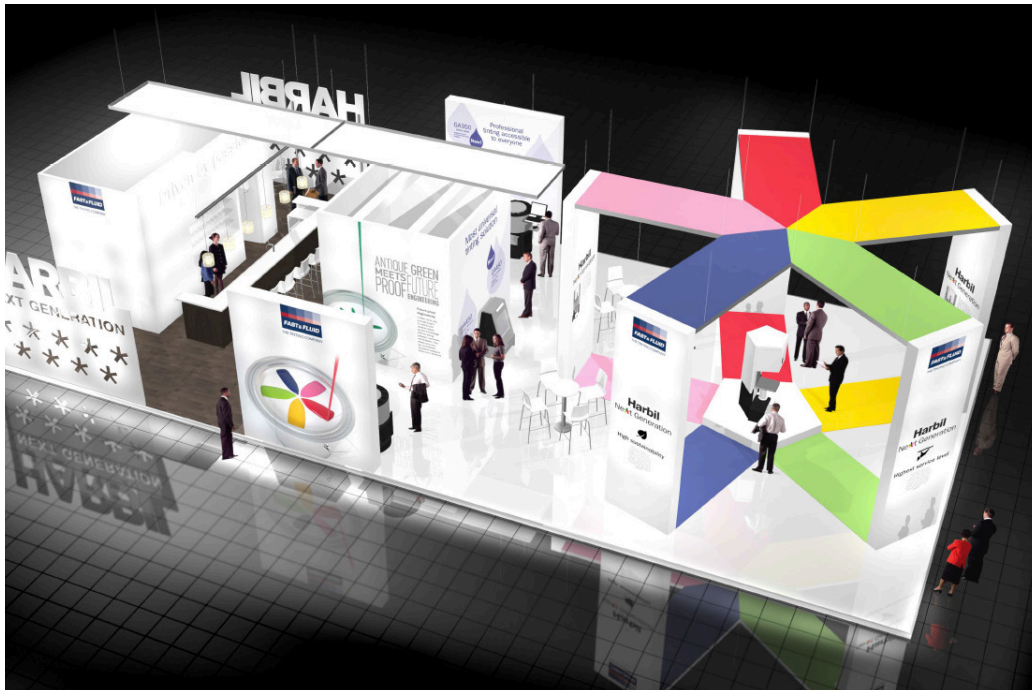
Voel je thuis. Voel je Habithuis

Je hebt als bedrijf de ambitie om binnen 5 jaar de beste keus te zijn op het gebied van wonen, verzekeren en financieren. Binnen de Duin- en Bollenstreek en buitengewoon. Want je gelooft in 'ruimte om te leven' en dat professioneel adviseren - naast helder en toegankelijk zijn - heel goed samengaat met een vleugje ontspannen humor. Een vreemde combinatie? Nee hoor: verkenningssessies naar de eigen merkwaarden maakten snel duidelijk hoe dit een krachtige positionering oplevert.

Alles onder één digitaal dak

Vier aparte expertises: makelaardij, verzekeringen, hypotheek en bancaire diensten. Vier labels met eigen identiteit. Maar volledig complementair en met een gezamenlijke drive om de klant middels een gebruiksvriendelijke portal, 24/7 digitale service te bieden. Naast workflow optimalisatie en database koppelingen vraagt dat om praktisch strategisch 'aanpakken'. Met als uitkomst een inspirerende propositie, een frisse nieuwe naam, website en content op z'n Habithuis. In een opvallende huisstijl die de vier aparte labels met elkaar weet te verbinden. Ook de sprong maken naar een krachtige merkidentiteit?

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



Next level in tinting

Je bent al meer dan 30 jaar leverancier en ontwikkelaar van professionele verf tint-oplossingen. Vanuit Sassenheim weet Fast & Fluid de hele wereld te bedienen met een betrouwbaar en ruim assortiment aan dispensers, mixers en shakers. Om de markt blijvend te voorzien van innovatieve verfmengoplossingen werd enige jaren geleden gestart met de ontwikkeling van een nieuwe serie machines: de Harbil Next Generation. State of the art technologie hand in hand met ultiem gebruikersgemak en esthetische vormgeving.

De kracht van design

Met bureau Aan Zee als lead agency ontwikkelt Rob een totaalconcept voor de Harbil productlijn. De veelkleurige asterisk als beeldmerk blijkt een schot in de roos: de lenigheid van deze opvallende vorm blijkt keer op keer z'n waarde te bewijzen als krachtige communicatiedrager. Inmiddels zijn we enkele jaren - en een indrukwekkende reeks aan uitingen - verder. Of het nu als eyecatcher voor een beursstand dient, als webtool voor de vijf Harbil highlights of de hoofdrol opeist in diverse animaties: het designconcept bewijst zijn communicatiekracht. Al vele jaren! Ook op zoek naar een opvallende identiteit voor je merk of product?

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



Unlock innergy, create new succes

SPARK draait om 'Innergy'. De innerlijke motivatie om bij te willen dragen aan het succes van de organisatie. Succes dat niet alleen wordt gemeten door verhoging van rendement, maar juist ook in werkgeluk. De basis van dit ontwikkelde concept is dat mensen vrijheid, veiligheid en vertrouwen voelen in hun werk. Daardoor ontstaat meer plezier en passie, en kunnen medewerkers, medeMerkers worden. Zo kunnen ze doelgerichter bijdragen aan een betere en succesvollere organisatie.

Zet jezelf 'aan'

Aan basis van de SPARK trainingen ligt het door Rob ontwikkelde BRUIS-concept van de stepping stones: vijf basisonderdelen die er gezamenlijk voor zorgen dat kabbelende organisaties weer gaan bruisen. Doordat mensen hun innergy weten aan te boren zijn ze in staat om hun eigen potentieel beter te benutten. Samen met René Hendriks en Hugo de Bruine (NewStory) is er een praktische methodiek uitgedacht om op een onorthodoxe wijze mensen 'aan te zetten'. Inmiddels hebben meerdere bedrijven (o.a. Hema en DekaMarkt) geSPARKt. Rob tekende voor het design en de uitingen. Begeleidde sessies, schreef mee en ontwikkelde met de twee andere Founding Fathers, Time to SPARK naar wat het nu is. En oh ja: de opzweepende SPARK-song kwam ook uit zijn 'muzikale' brein. Meer weten over SPARK en de impact op jouw bedrijf?

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



Ga voor Max

Twee gerenommeerde makelaars in de Bollenstreek besluiten om krachten te bundelen. Want samen sta je sterker. Mooi. Maar hoe begeleid je zo'n samengaan? Hoe krijg je twee teams met ieder z'n eigen dna en een eigen rijke historie, op één lijn? Van twee bloedgroepen naar één identiteit? Van twee naar één visie, naam en huisstijl? En dat zonder over één nacht ijs te gaan...

Vliegende start door strategische creatie

Dat vraagt om een efficiënt ingestoken merkproces. Met elkaar in co-creatie gaan. De do's en don'ts ophalen. Concreet worden als het gaat om: wie willen we zijn en hoe maken we dat waar? Onder welke naam? Wat zijn de beloftes aan onze klant? Hoe vertalen we die in vorm, in tekst, in beeld en content op de website? En laten we het verkoopbord in de tuin niet vergeten. En oh ja: de auto is al besteld, moet die niet gewrapped worden... Ook een sterk merk ontwikkelen?

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



Noordwijk voor elkaar

Noordwijk is uniek. Er is geen andere kustplaats met zo'n bijzondere mix van eigen karakter, geweldige sfeer en onderscheidende cultuur. Om nu en in de toekomst deze prachtige kenmerken energiek uit te kunnen blijven dragen werd enige tijd geleden Omgevingsvisie 2030 geïntroduceerd. Onder de naam 'Noordwijk voor elkaar' werd het 7 Sterren-concept gelanceerd. Een plan van aanpak waarbij de gemeente samen met inwoners, ondernemers, verenigingen en instellingen daadkrachtig invulling geven aan een breedgedragen en energieke ambitie.

Van boekje naar beweging

Samen met Aan Zee (lead agency) werd een serie 'meedenk en meedoen'-avonden georganiseerd. Iedereen met ideeën, verbeteringen en aanvullingen op de Omgevingsvisie was welkom. Voor het concept en design van alle onderdelen - van logo's tot folders tot campagne - zorgde Rob. Tevens nam hij de teksten voor z'n rekening. Aanvullend maakte hij diverse presentaties en video's. Als vormgever van het communicatieconcept zorgde hij voor een frisse, herkenbare stijl die goed toepasbaar bleek voor meerdere doeleinden. En: omiskenbaar aansloot bij de stralende visie van Noordwijk als Energieke 7 Sterren Kustplaats. Ook interesse in een lenig totaalconcept?

Mail, bel of app Rob Zwaan: rob@dowonders.nl of 06 54 24 49 14



Da's LEV!

Wat moet je doen als je koopcentrum langzaam maar stilletjes wordt? Het geen schim meer is van het eens zo bruisende winkelgebied? De leegstand voortwoekert en het winkelpubliek wegtrekt naar omliggende plaatsen? Dan neem je als gemeente het voortouw. Mobiliseert ondernemers, organisaties, bewoners en winkelpandeigenaren en komt met elkaar tot een praktisch plan van aanpak om het tij te keren. Precies wat Beverwijk enige tijd geleden voortvarend in gang heeft gezet.

Beverwijk & BRUIS co-creatie

Maar hoe begeleidt je zo'n proces? Krijg je draagvlak? Hoe activeer hernieuwd geloof in een energieke binnenstad waarbij er voor iedereen een win-win is? Co-creatie bureau NewStory wist samen met Inge Reijmer (projectleider Centrum Beverwijk) middels BRUIS-sessies alle stakeholders betrokken én enthousiast te krijgen. Met het door Rob ontwikkelde en vormgegeven communicatie concept LEV - Lekker Eigenwijs Verrassend - kreeg het precies de gewenste look & feel. Passend bij het DNA en de cultuur van Beverwijk. Passend bij welke uiting dan ook: op straat, in de winkels, op social media, op papier of beeldscherm. En als afmaker componeerde Rob ook nog een eigen LEV-lied. Een uitbundige sing-along met alle aanwezige stakeholders. Ook het lef om van co-creatie naar activatie te gaan?