

Office- management



Belang van huisstijl

Het belang van een goede en consequent doorgevoerde huisstijl is zeer groot. Het is de basis van de herkenning door de klant. Dat hoeft niet altijd bewust waargenomen te worden. Maar ook onbewuste waarneming werkt door! Vandaag was ik in een winkel om mij te oriënteren op de aankoop van een duur stuk software. Toen ik vroeg of de verkoper mij de demonstratie kon tonen, duurde het 15 minuten voordat de verkoper nonchalant zei dat hij de demo vandaag niet aan de praat kreeg. Toen ik even later om een pen vroeg om een paar aantekeningen te maken, kreeg ik een pen die het niet deed. Op dat moment werd ik me bewust van het feit dat zich in mijn hoofd al een verbinding gevormd had: slecht werkende demonstratiesoftware -> slechte pen -> slecht product -> niet kopen!

Bewaking van huisstijl

Er zijn drie plaatsen in de organisatie waar het natuurlijk is om de bewaking van de huisstijl neer te leggen:

- 1 Bij officemanagement of het directiesecretariaat (bij kleine organisaties).
- 2 Bij sales/marketing (bij iets grotere organisaties).
- 3 Bij de afdeling communicatie (als de organisatie zo groot is dat die afdeling er is).

In elk geval moet de bewaking in één hand zijn! Er is één afdeling en binnen die afdeling één persoon die de uiteindelijke verantwoordelijkheid heeft. Die persoon kan best samenwerken met anderen op dit punt en samen richtlijnen opstellen enz., maar er is maar één persoon eindverantwoordelijk. Anders houd je het niet in de hand.

Hoe kan de huisstijl bewaakt worden? Door een huisstijlhandboek te maken. Het bevat een beschrijving in woorden en een visueel voorbeeld van de belangrijkste communicatie-uitingen. Verder staan er richtlijnen in zodat men voor die uitingen die niet met name genoemd staan, zelf kan invullen hoe de huisstijl toegepast moet worden.

De belangrijkste uitingen die in elk geval beschreven moeten staan, zijn:

- Drukwerk
 - Briefpapier
 - Vervolgbladen
 - Facturen
 - Persberichten
 - Visitekaartjes
 - Memo's
 - Sollicitatieformulieren
 - Jaarverslagen
 - Personeelsbladen
 - Nieuwsbrieven
 - Advertenties
 - Personeelswervingsmiddelen
 - Verpakkingsmateriaal

- Bewegwijzering/herkennen
 - Naamborden van afdeling
 - Bewegwijzering intern en extern
 - Gevelreclame
 - Bedrijfsvlaggen
 - Wagenpark
 - Bedrijfskleding
 - Badges
- Interieur
 - Vloerbedekking
 - Servies en bestek
 - Balie en wachtruimten
 - Vitrines
- Diversen
 - Audiovisuals
 - Relatiegeschenken en give-aways

Tip

Verzamel een paar huisstijlhandboeken van andere organisaties voordat u er zelf één gaat maken. Zo voorkomt u dat u beginnersfouten maakt en ziet u meteen wat u wel en niet aanspreekt en wat een handige opzet is.