

Doe zelf je *merkcheck.*

Hoe ziet jouw merk eruit voor een potentiële klant? In een paar minuten krijg je een eerlijke beoordeling. Inclusief scorecard, rode vlaggen en quick fixes.

Wat je nodig hebt om te starten:

URL	De URL van je website
Vraag 1	Wat is je doelgroep? (kies één) <i>Consumenten / MKB (5-50 medewerkers) / Grote bedrijven of corporates / Mix van bovenstaande groepen</i>
Vraag 2	Welke actie moet een bezoeker uitvoeren na het bezoeken van je website? (kies één) <i>Contact opnemen of bellen / Offerte aanvragen / Mij leren kennen en vertrouwen opbouwen / Iets kopen</i>
Vraag 3	Hoe wil je overkomen bij je doelgroep? <i>Vakbekwaam en betrouwbaar / Persoonlijk en benaderbaar / Onderscheidend en eigenzinnig / Professioneel en zakelijk</i>
Screenshots	2+ visuele merkuitingen: Screenshots van je website, LinkedIn-posts, advertenties, etc.

Zo werkt het

1

Analyse in Claude

Plak de prompt op pagina 2 in Claude.ai. Voer de URL in, beantwoord de drie vragen en voeg je screenshots toe.

2

Prompt ChatGPT met input Claude

Plak de prompt op pagina 3 in ChatGPT-4o. Plak de Claude-output op de aangegeven plek in de prompt.

3

Infographic in ChatGPT

Even geduld en ontvang je merkcheck.

Wat je krijgt

- Scorecard op 7 merkpunten
- Merkdijagnose in één zin
- Blinde vlek
- Rode vlaggen
- 3 quick fixes



Merkmetselaar
Sterke merken bouw je. Steen voor steen.

Prompt 1 — Claude

Kopieer alles hieronder en plak in Claude.ai

MERKCHECK — ANALYSE

Controleer eerst of alle verplichte input aanwezig is.

Verplicht: 1. URL van de website 2. Antwoord op vraag 1 3. Antwoord op vraag 2 4. Antwoord op vraag 3
Aanbevolen: 1-2 screenshots van de website en 1-3 visuele merkuitingen (LinkedIn-posts, folder of andere uitingen). Gebruik deze uitsluitend om visuele identiteit en toon te beoordelen.

Ontbreekt verplichte input? Stop direct en vraag alleen naar de ontbrekende gegevens.

VRAAG 1 — Voor wie doe je het? Kies één: Particulieren / MKB (5-50 medewerkers) / Grote bedrijven of corporates / Mix

VRAAG 2 — Wat moet iemand doen na je website of post? Kies één: Contact opnemen of bellen / Offerte aanvragen / Mij leren kennen en vertrouwen opbouwen / iets kopen

VRAAG 3 — Hoe wil je overkomen? Kies één: Vakbekwaam en betrouwbaar / Persoonlijk en benaderbaar / Onderscheidend en eigenzinnig / Professioneel en zakelijk

JOUW ROL

Je bent een senior merkstrateeg en creative director. Haal de website op via de URL en analyseer de volledige inhoud. Beoordeel uitsluitend wat aantoonbaar zichtbaar is. Geen aannames, geen verzachtende taal, geen marketingjargon. Als iets ontbreekt: "Binnen het aangeleverde materiaal niet zichtbaar."

BEOORDELINGSCRITERIA

1. Verhaal en standpunt 2. Consistentie tussen website en merkuitingen 3. Jobs To Be Done 4. Value Based Messaging 5. Focus 6. Onderscheidend vermogen 7. Jeukwoorden en containerbegrippen 8. Bewijs en geloofwaardigheid 9. Wat ontbreekt

SCOREMODEL

Geef per onderdeel een score van 0-10. Gebruik hele getallen. Bereken een totaalscore op 100.

0-2=Zeer zwak / 3-4=Zwak / 5-6=Voldoende / 7=Sterk / 8=Uitzonderlijk / 9=Zeldzaam / 10=Best-in-class.

Een 7 of hoger is verdiend als het aantoonbaar zichtbaar is in het materiaal.

BEWIJS & GELOOFWAARDIGHEID

Toon uitsluitend ✓ Aanwezig of ✗ Niet zichtbaar voor: Testimonials / Cases / Klantverhalen / Meetbare resultaten / Klantlogo's / Team zichtbaar / Eigen fotografie

ANALYSE

Wat werkt: max. 3 punten, max. 5 woorden per bullet.

Blinde vlek: 1 confronterend inzicht, max. 12 woorden, geen oplossing.

Wat meteen opvalt: max. 4 punten, max. 5 woorden per bullet.

De echte pijnpunten: max. 2 fundamentele problemen, geen oplossingen, max. 5 woorden per bullet.

Quick wins: max. 3 punten, direct uitvoerbaar, max. 5 woorden per bullet.

Spiegel: 2 aanwezige waarden + 1 die wringt. Eindig met: "Dit is wat ik zie. Klopt dit met wie je wil zijn?"

Visuele identiteit: kleurgebruik (incl. primaire en secundaire hex-code indien zichtbaar), typografie, beeldgebruik, tone of voice. Max. 1 zin per onderdeel.

Merkdiagnose: 1 zin max. 8 woorden. Eerlijk en direct. Bijv: "Betrouwbaar, maar niet onderscheidend."

OUTPUT FORMAAT

Exact in onderstaand format. Geen inleiding, geen toelichting.

BEDRIJFSNAAM: [naam] | WEBSITE: [url] | DOELGROEP: [v1] | GEWENSTE ACTIE: [v2] | GEWENSTE

UITSTRALING: [v3]

MERKSCORE: [score]/100 | MERKDIAGNOSE: [max 8 woorden]

SCORECARD: Verhaal & standpunt: [x]/10 — [label] | Consistentie & huisstijl: [x]/10 — [label] |

Klantgerichtheid (JTBD): [x]/10 — [label] | Belofte & waarde: [x]/10 — [label] | Focus: [x]/10 — [label] | Bewijs

& geloofwaardigheid: [x]/10 — [label] | Onderscheidend vermogen: [x]/10 — [label]

BEWIJS & GELOOFWAARDIGHEID: Testimonials [✓/✗] | Cases [✓/✗] | Klantverhalen [✓/✗] | Meetbare

resultaten [✓/✗] | Klantlogo's [✓/✗] | Team zichtbaar [✓/✗] | Eigen fotografie [✓/✗]

VISUELE IDENTITEIT: Kleuren: [obs] — primaire kleur: [hex] — secundaire kleur: [hex] | Typografie: [obs] |

Beeldgebruik: [obs] | Tone of voice: [obs]

MERK IN ÉÉN OOGOPSLAG: — [1] — [2] — [3]

WAT WERKT: — [1] — [2] — [3]

BLINDE VLEK: [max 12 woorden]

WAT METEEN OPVALT: — [1] — [2] — [3] — [4]

DE ECHTE PIJNPUNTEN: — [1] — [2]

QUICK WINS: — [1] — [2] — [3]

SPIEGEL: Aanwezig: [w1] | Aanwezig: [w2] | Wringt: [w3] | Dit is wat ik zie. Klopt dit met wie je wil zijn?

CONCLUSIE: [max 2 zinnen, geen advies, alleen de eerlijke conclusie]

Prompt 2 — ChatGPT

Voeg het logo van het geanalyseerde merk toe als bijlage indien beschikbaar. Gebruik het logo exact zoals aangeleverd linksboven in de header — naast "MERKCHECK" en de bedrijfsnaam. Nergens anders behalve in de footer.

Maak op basis van onderstaande analyse één premium infographic-afbeelding. Geen HTML, geen rapport, geen toelichting. Alleen de infographic.

▶ **PLAK HIER DE VOLLEDIGE CLAUDE-OUTPUT**

INFOGRAPHIC EISEN

Binnen 5 seconden begrijpelijk. Gebruik alleen kleuren en stijlkenmerken uit het geanalyseerde merk. Geen AI-illustraties, geen stockbeelden. Alleen iconen, grafieken, scoremeters, witruimte en typografie.

KLEUREN

Gebruik de primaire merkleur als hoofdaccent. Gebruik hex-codes uit de analyse exact. Laat de achtergrondkleur meebewegen met de merkidentiteit — donker merk krijgt donkere achtergrond, licht merk een lichte. Zorg altijd voor voldoende contrast. Indien geen huisstijl herkenbaar: gebruik neutrale basis.

SCORECIRKELS

Kleur de cirkels op basis van score: 8 of hoger groen, 5-7 oranje, 4 of lager rood.

BLINDE VLEK Dit blok moet visueel opvallen — rode rand of accentkleur. Het is het meest confronterende element van de check.

SPIEGEL

Drie waarden. De eerste twee krijgen een ✓. De derde — de wringende waarde — krijgt een ✗ in de accentkleur en cursief. Geen vinkje voor de derde waarde.

VISUELE IDENTITEIT weergave

Toon dit blok visueel, niet als tekst. Verplichte elementen: kleuren als gevulde kleurstenen naast elkaar met hex-code eronder / typografie als visueel "Aa"-voorbeeld per font / beeldgebruik als kleine thumbnail of visuele impressie / tone of voice als één korte zin / stijlindruk als één samenvattende zin.

DESIGNPRINCIPES Premium brandingbureau-uitstraling (Interbrand, Landor, Pentagram). Veel witruimte, sterke typografie, duidelijke hiërarchie. Score en merkdiagnose zijn visueel dominant. Niet: Canva-template, spreadsheet, managementrapport, AI-illustraties.

ANALYSEBLOKKEN kaartnamen

Gebruik exact deze volgorde en namen: Wat werkt / Blinde vlek / Wat meteen opvalt / De echte pijnpunten / Quick wins / Spiegel.

STRUCTUUR

Header: logo linksboven + MERKCHECK + bedrijfsnaam + doelgroep/actie/uitstraling. Visueel hoofdpunt: merkscore dominant + merkdiagnose direct eronder. Dashboard: 7 scorecirkels met score en label (Zeer zwak / Zwak / Voldoende / Sterk / Uitzonderlijk). Middendeel: Bewijs & geloofwaardigheid (compact raster met vinkjes) / Visuele identiteit (visueel blok) / Merk in één oogopslag. Analyseblokken: 6 kaarten in 3x2 grid. Afsluiter: volledige breedte, eerlijke conclusie, geen advies.

FOOTER (verplicht) Uitsluitend onderaan. Merkmetselaar-branding nergens anders in de infographic. Merkmetselaar — Sterke merken bouw je. Steen voor steen. — ton@merkmetselaar.nl — 06 36 42 44 52. Links merknaam + payoff, rechts contactgegevens. Subtiële scheidingslijn erboven. Hex-codes nergens zichtbaar in de tekst van de infographic.

