

HLO

Branding Agency

Strategische partner

Branding, online en marketing

HLO



hi!

Wat leuk dat je je aan het oriënteren bent wat er mogelijk is voor je merk. **Het is onze missie om bedrijven te motiveren en inspireren om het maximale uit hun merk te halen; mensen fan te maken!** Dit doen wij met strategische merk focus en storytelling, want als je dat goed doet dan is een exponentiële groei mogelijk.

HLO TEAM

360° BRAND STORYTELLERS

Strategie Creativiteit Marketing



De eigenschappen van een sterk merk...

- Opvallend anders
dan anderen
- Heeft een duidelijke missie,
merk strategie
- Heeft een verhaal die mensen
kunnen navertellen
- Communiqueert duidelijk
de onderscheidende waarde
- Brengt je merk
tot leven!

A woman with long brown hair, wearing a light pink short-sleeved top, is smiling and holding a large cardboard box. The box is brown and has several labels: a yellow 'FRAGILE' label with 'HANDLE WITH CARE' below it, a black label with 'grow your home' in white, and a large 'PLANTS' logo with '.com' below it. There are also two upward-pointing arrows on the box. The woman is standing in front of a wooden door with a brick wall to the left. The background is slightly blurred, showing some greenery.

**Wat een sterk merk
je brengt...**

Hogere winst marges,
grotere financiële investeerders

Meer en langere interacties
met je publiek

Meer loyaliteit, doorverwijzingen
en herhaal aankopen

Sturing, draagkracht en aantrekken
van de beste talenten voor je team

Verhoogt de waarde
van je bedrijf



We vertellen je graag de strategie en verhalen achter deze cases. Live of in Zoom onderzoeken we graag wat de mogelijkheden voor jouw merk en de groei van je bedrijf zijn.

maak een afspraak



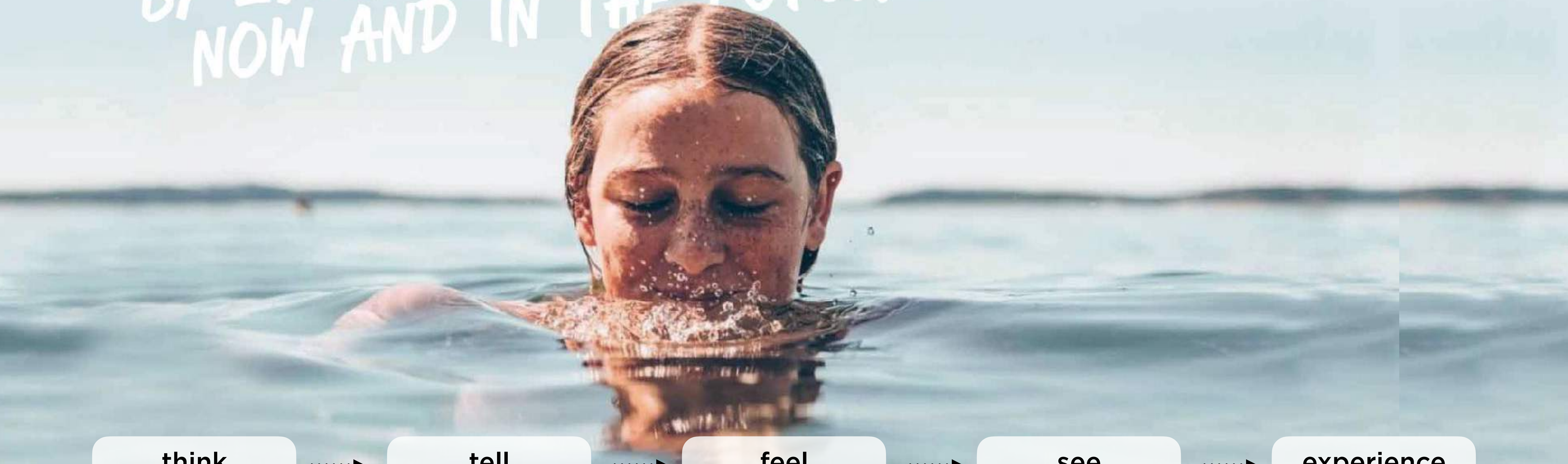
KLANT:

PREMIER - KRIJN VERWIJS





FOR OUR BOUNTIFUL SEA
TO BE ENJOYED
BY EVERYONE, OF ALL AGES,
NOW AND IN THE FUTURE.



PREMIER
SEAFARMERS
BY NATURE

CATCH
YOUR



#PREMIERMOMENTS

Explore our full
range of Premier shellfish
available year-round!



premierseafarmers.com @premier.seafarmers #premiermoments



Als we het over Premier hebben, hebben we het over ons erfgoed, onze overtuigingen als familie en de Seafarmers met wie we samenwerken. Het gaat over onze geschiedenis als familiebedrijf - maar ook over onze toekomst.

#heritage #belief #whoweare #seafarmers



De zee is de voedingsbodem voor alles waar wij op bouwen. Deze pijler geeft inzicht in ons dagelijks werk, de diensten die wij aanbieden en de producten die wij oogsten.

#variety #products #quality #services



Een duurzame mentaliteit is diep geworteld in ons merk. Binnen ons bedrijf streven we naar verantwoordelijk handelen en natuurbescherming met een duurzame manier van werken.

#sustainability #responsibility #nature



De laatste merkpijler vertegenwoordigt de kostbare momenten die onze klanten beleven met de producten die wij produceren. Het draait allemaal om het delen van Premier Moments.

#Premiermoments #inspiration #sharing

WE'RE SEAFARMERS BY NATURE

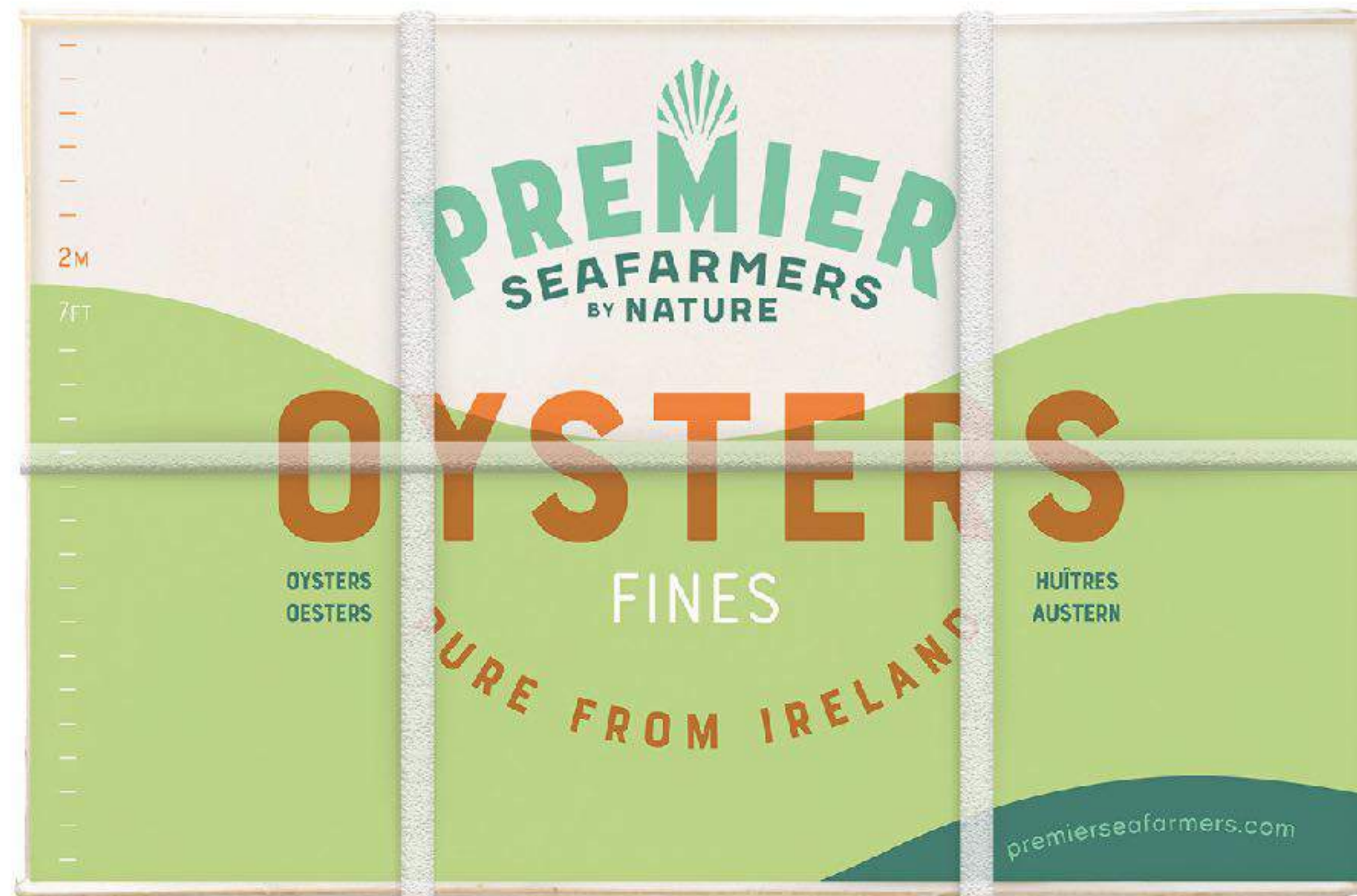
Bekijk hier
hoe we het
verhaal van
Krijn Verwijs
in 60 sec.
vertellen



Onder het
wateroppervlak, daar
begint het allemaal.

#DIVINGDEEPER





“Door de strategiesessies hebben jullie echt de kern van ons verhaal te pakken. Het creatieve concept en de doorvertaling klopt. Sinds we het verhaal zo vertellen hebben we nieuwe klanten binnen gehaald. Hier geloven wij 100% in.”

KRIJN VERWIJS

Caroline Verwijs – CEO Krijn Verwijs

 **PREMIER**
SEAFARMERS
BY NATURE

SHARE YOUR #PREMIER MOMENTS



Brand Blueprint

Tijdens onze merkstrategie sessies extraheren we de essentie (de core) van je merk. Je merk hart. We definiëren je karakter, persoonlijkheid en beschrijven duidelijk je visie, missie, doel, merkwaarden en merkpilaren. **Dit vertalen we naar een inspirerend merkverhaal.** Dit gebruiken wij als basis voor de merk positionering (hoe kunnen we je zo onderscheidend mogelijk in de markt zetten, passend bij wie je bent als bedrijf).

Uiteindelijk brengen we alles samen in je merkbauwdruk. Een uitgebreid merkstrategie rapport, dat je gebruikt bij de keuzes die je maakt voor je bedrijf of merk. Je merkbasis voor je bedrijf en team om te integreren in de marketingplannen en je merkidentiteit. De bauwdruk bevat ook een one-pager die alles overzichtelijk bij elkaar laat zien. Ons advies: print hem uit als poster en hang hem aan de muur van je kantoor, zodat iedereen je merkstrategie kan internaliseren en communiceren!



Deep dive in jouw bedrijf

Wij zijn storytellers in hart en nieren. Niets is mooier dan als alles samenkomt en het verhaal niet alleen raakt, maar dat je het ook visueel kunt beleven. Hiervoor gaan we heel ver! We nemen (bijna) letterlijk een duik in je organisatie door middel van onze strategiesessies. Vanuit een diep begrip voor je bedrijf, je merk en je doelgroep zorgen wij ervoor dat je verhaal een emotionele connectie maakt met je publiek. Eentje die ze kunnen onthouden, waarmee zij zich identificeren en willen delen met anderen.

STORYTELLING



Tijdens de brandvideo shoot voor Krijn Verwijs werd onze deep dive wel heel letterlijk.

KLANT:
DRISCOLL'S

H_LO
)









“With this creative team we were able to bring our business strategy to life, get our story out and give a great visual content to our Vision. What a strong partner.”

DRISCOLL'S

Theo Houwen –former Senior Vice President /
Managing Director



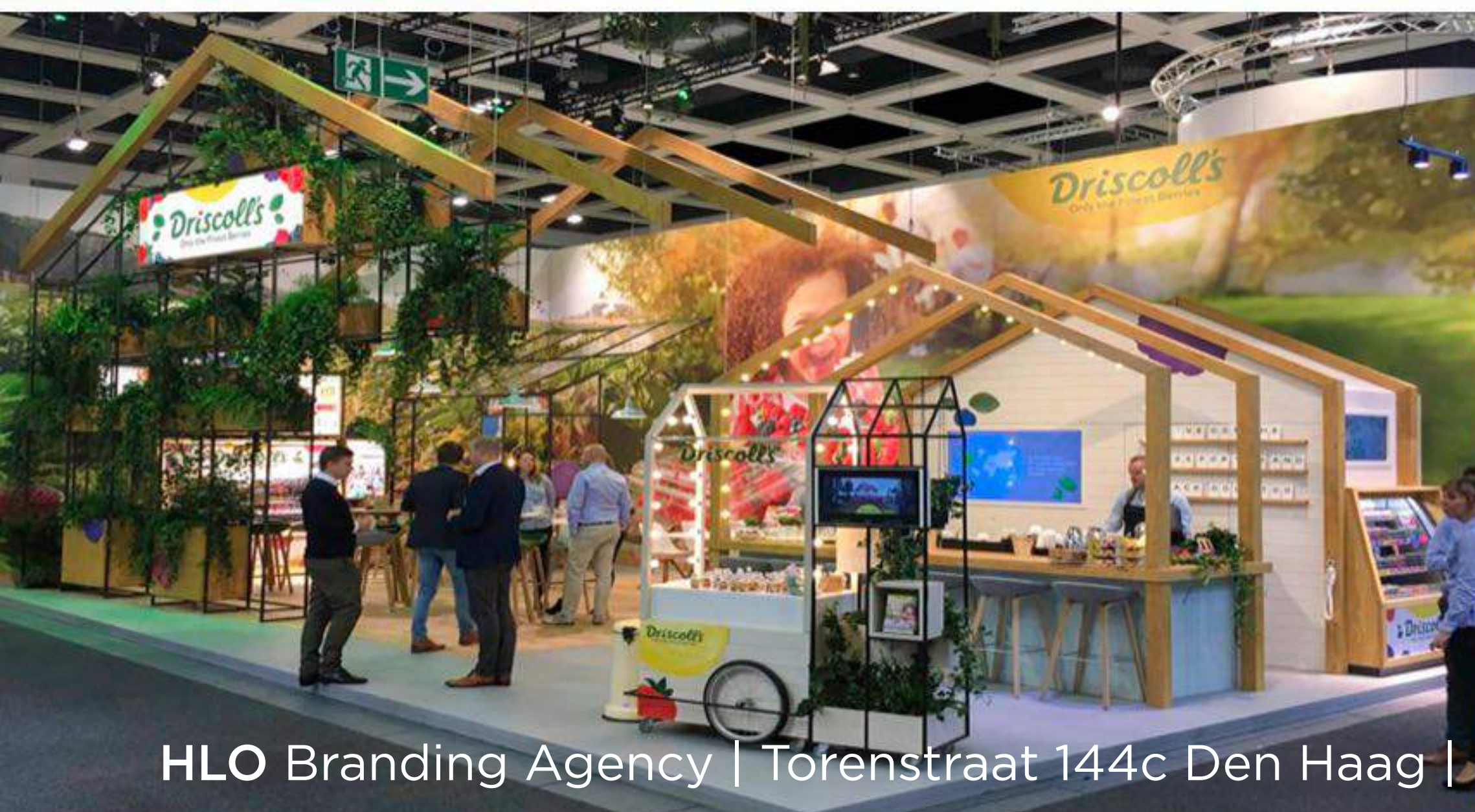
Driscoll's[®]
Only the Finest Berries™



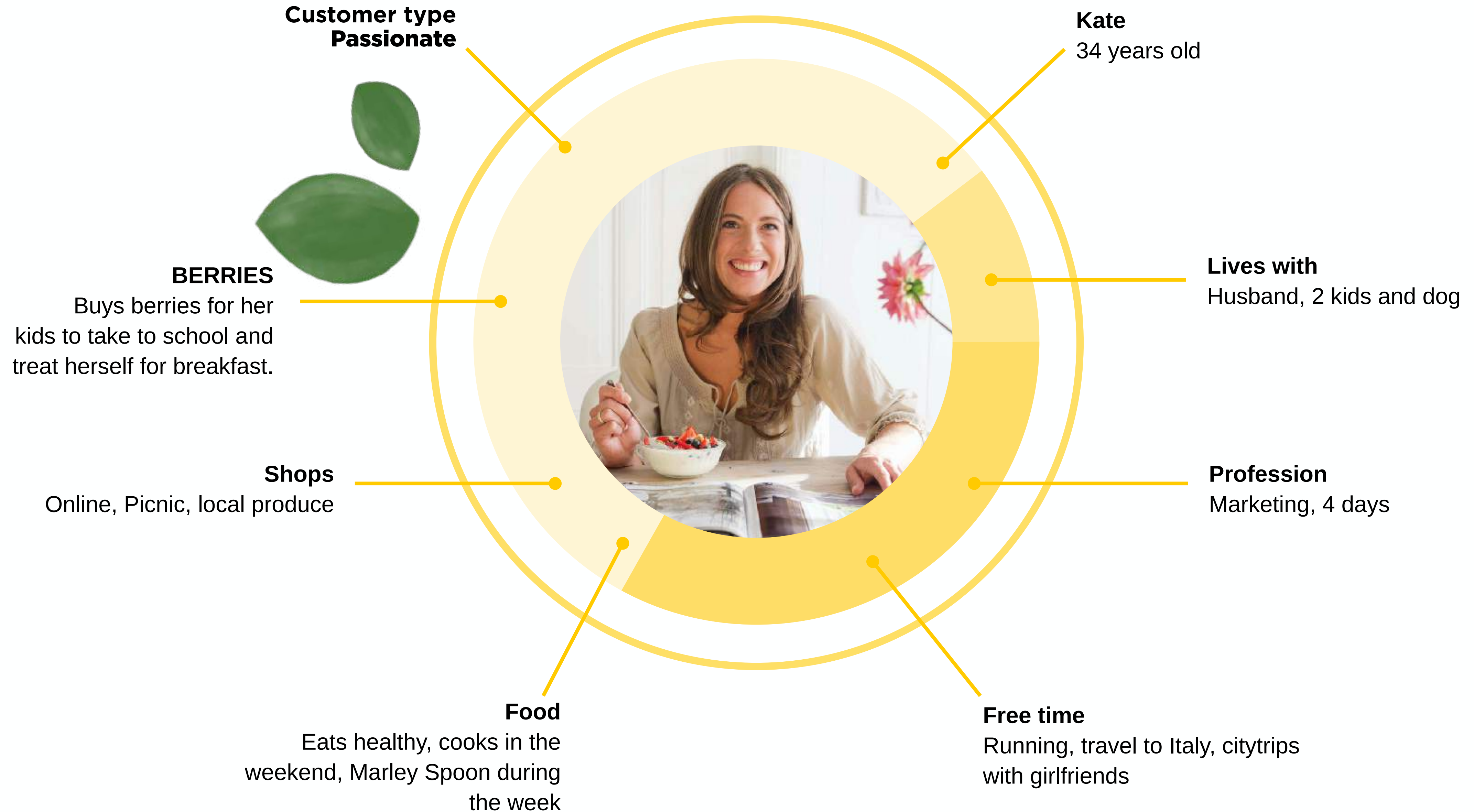


Driscoll's
Only the Finest Berries™

HLO BRANDING AGENCY | 2022







social campaign
and tv commercial
soundtrack

HLO BRANDING AGENCY | 2022



Driscoll's



online commercial - summer and autumn



KLANT:
PLNTS.COM



PLANTS.com





touching the hearts of all **PLNTSlovers**

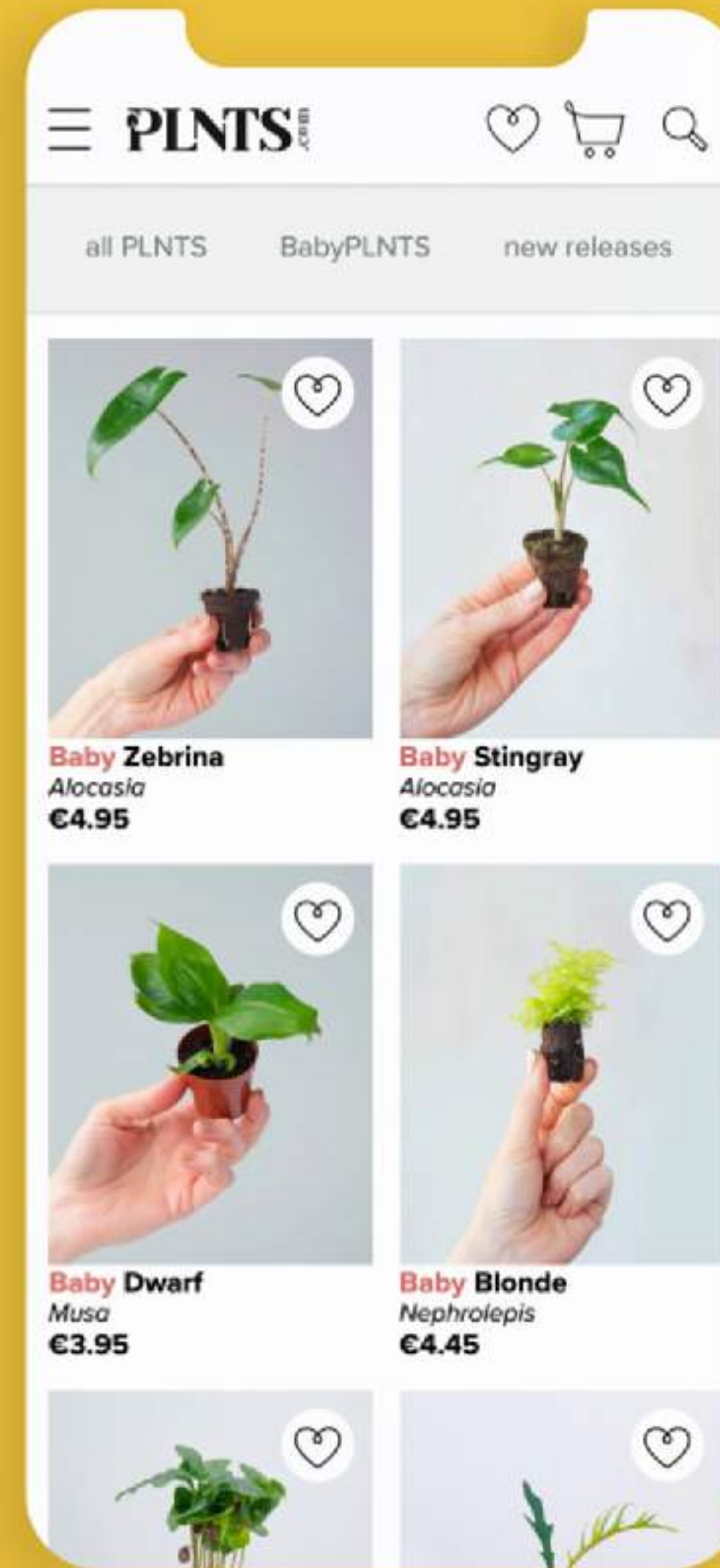


A 360° BRAND EXPERIENCE



custom made
PLNTS products







KLANT:
TASKTEAM





TASKteam

CSO Development Effectiveness
& Enabling Environment

Every day we strive
for a better world in which
human rights and well being
are equally enjoyed by all.





As a **multi-stakeholder coalition**,
we work together to advance
effective CSO participation in
development processes. To support
CSOs, worldwide, to fully play their
role as **key actors in development**.

[Get To Know Us](#)[News](#)[News](#)



TASKteam

CSO Development Effectiveness
& Enabling Environment



PART 3

OFFICIAL DEVELOPMENT COOPERATION WITH CSOS

HIGHLIGHTS

What commitment does this speak to?
It is part of the CSO enabling environment

Why is it important?
The way that development cooperation providers engage with CSOs – both financially and non-financially – can help CSOs reach their full potential in development

What key elements are covered?

- CSO policy/strategy
- Funding mechanisms
- Result monitoring and evaluation
- Accountability and transparency
- Administration costs
- Dialogue with CSOs
- Public engagement in DP countries
- Promoting a CSO enabling environment in aid recipient countries

TaskTeam | Guidance and good practice

Part 3 | Official development cooperation with CSOs

DAC members' policies and practice in engaging with civil society are part-and-parcel of an enabling environment for civil society worldwide.

Source: OECD, 2022, 'Partnering with Civil Society',
12, Download from DAC Peer Reviews, p. 73

Though not explicitly stated in the various outcome documents, official development cooperation with CSOs is one aspect of the CSO enabling environment that has formed part of the development paradigm since the 2008 Accra HLF. Sometimes called 'good donorship', its starting point is that what constitutes good practice in providers' relations with CSOs may differ from good practice in providers' relations with partner country governments.

This Guidance uses the term 'provider' to denote institutions that provide official development assistance. Although this Part of the Guidance focuses on 'providers', the content is applicable to all forms of development support, including engagement with CSOs. It is thus also applicable to private philanthropy and foundations, international or other types of intermediary CSOs, the private sector or others.

This Part begins with coverage of providers' policies or strategies that offer an over-arching framework for their support to and engagement with civil society and/or CSOs. It then describes various additional elements of 'good donorship', including ways in which official development cooperation providers channel and administer their financial support to CSOs, as well as their broader, non-financial engagement with CSOs and other stakeholders or CSO-related issues.

Civil society and/or CSO policy or strategy

Having a civil society policy or strategy in place is a fundamental starting point to the provider-CSO relationship. Sometimes a specific policy is not feasible, but coverage is instead provided in an over-arching policy document that guides providers' decision-making. Other alternatives are a strategy or even a simple guidance. In either case, ideally such a document does

not focus simply on CSOs as partners in implementation or as instruments to achieving development goals. Rather, such a document would speak also to the intrinsic value of CSOs as development actors in their own right and of a strong and pluralist civil society as an end in and of itself. Ideally, a provider's CSO policy would furthermore be developed in consultation with CSOs and civil society from both the provider and aid recipient countries.

The comprehensiveness of a policy will vary from provider to provider. At minimum a policy sets out a framework for providers' support to and engagement with civil society, including the purpose, objectives, and priorities. A policy may also address some or all of the elements of good practice as provided in the rest of this Part of the Guidance.

Good Practices: Civil society and/or CSO policy or strategy
Highlights: Coverage of CSOs as implementation partners (means) and intrinsic value of CSOs and a strong civil society; consultation in policy development; promoting CSO enabling environments (CSPP) for International Assistance (Canada)

Example: Canada's 2017 CSPP sets out Canada's approach to enhancing effective cooperation with civil society, international and local CSOs to maximize the impact, and results of Canada's international assistance, and foster a strong and vibrant civil society sector. The CSPP's guiding principles amongst others include HRHA, the 2030 Agenda, and domestic legal frameworks guiding official development assistance spending, with recognition of CSOs' commitment to the Istanbul Principles for CSO Development Effectiveness.

The CSPP addresses both the development outcomes sought through CSO partnerships and ways to achieve them, and explicitly identifies action areas that will be taken. Amongst other objectives, the CSPP strives to: facilitate a safe and enabling environment for civil society; foster CSO leadership in innovation for dialogue and support to a diversity of CSOs; establish more predictable, equitable, flexible, and transparent funding mechanisms; foster multi-stakeholder approaches.

Though critiqued for its short timeframe, a consultation process invited Canadian CSOs' inputs through in-person meetings and written contributions, are also engaged in development of the CSPP implementation plan, and through annual meetings to implement the CSPP again.

The world is in need of perseverant dreamers.
Dreamers who know it's not a paved path
but a step by step journey.

Who continue their quest in striving for
a better world where human rights
and well being are equally enjoyed by all.

Dreamers who believe
that shared dedication
can make this dream a reality





Turning people **into fans**