



Herman Opmeer heeft al bijna tien jaar zijn eigen communicatieadviesbureau in Haarlem en werkt in opdracht van overheden en het bedrijfsleven.

‘Je bedrijfsnaam en huisstijl, denk er goed over na’

Als starter heb je met veel zaken te dealen. Toen ik jaren geleden zelf met mijn bedrijf begon, vond ik het een spannende tijd. Gaat het zoals ik het vooraf had bedacht? Klopt mijn businessplan? Is mijn netwerk op orde? Komen er voldoende opdrachten binnen? Is mijn onderneming vindbaar en weten mijn potentiële opdrachtgevers wat ik precies doe? Het gebeurt nog weleens dat starters niet goed nadenken over hun eigen PR.

Ik had een aantal mensen om mij heen verzameld die ik kon vertrouwen en van wie ik hun kennis en smaak hoog had zitten. Samen met hen heb ik nagedacht over de wijze waarop ik wilde dat de buitenwereld mijn onderneming zou zien.

Dat begint met een goede bedrijfsnaam. De naam moet duidelijk maken waar je onderneming voor staat en wat de werkzaamheden zijn. Kijk naar je branche; een financieel dienstverlener zal betrouwbaarheid moeten uitstralen, een marketingbureau creativiteit. Bedenk dat de naam lang mee moet gaan. Een snelle flitsende bedrijfsnaam is prima voor de korte termijn, maar werkt dat over vijf jaar nog? Omdat ik geen veelvoorkomende familienaam heb, was het handig voor de herkenbaarheid om mijn naam in de bedrijfsnaam terug te laten komen.

Na al die jaren weten mensen precies waar mijn bedrijf voor staat als de woorden Opmeer en communicatie vallen. Via de website van de Kamer van Koophandel kun je checken of de bedrijfsnaam nog vrij is of in ieder geval niet al binnen je branche wordt gebruikt. Bekijk ook of de naam op een logische wijze kan worden verwerkt in een url die nog beschikbaar is.

Mijn volgende stap was het maken van een goede huisstijl. Vergis je daarbij niet, grafisch vormgeven is een vak. Ook hier is het weer belangrijk dat het logo en de huisstijlkleuren goed aansluiten bij wat je als bedrijf wilt uitstralen. Ik heb veel geïnvesteerd in professionele vormgeving. Met een paar mensen heb ik een keuze gemaakt uit drie verschillende ontwerpen. Zonder dat we het van elkaar wisten, kozen we allemaal voor hetzelfde ontwerp. Dat gaf vertrouwen. Mijn logo en huisstijl staan nog steeds en zijn de investering dubbel en dwars waard geweest. Ook mijn website heb ik door een bureau laten bouwen, ondersteund door professionele fotografie. Uiteraard zijn er kosten aan verbonden, maar van de juiste bedrijfsnaam en huisstijl heb je jaren plezier. Het is een belangrijke investering voor je onderneming.