Wakibi presenteert nieuwe merkstrategie: Leenkracht maakt een wereld van verschil

Na 15 jaar kiest Stichting Wakibi voor een vernieuwde merkstrategie en visuele identiteit. Met de nieuwe merkbelofte ‘Leenkracht maakt een wereld van verschil’ zet Wakibi ondernemerschap, zelfredzaamheid en de kracht van kleine leningen centraal. De nieuwe uitstraling ondersteunt de ambitie om nog meer mensen te inspireren om ondernemers wereldwijd vooruit te helpen.

Sinds de oprichting in 2011 verbindt Wakibi mensen die iets goeds willen doen met ondernemers die een goed plan hebben, maar onvoldoende toegang tot financiering. Via het platform kan iedereen vanaf €25 een kleine lening verstrekken aan een ondernemer wereldwijd. Zodra de lening is terugbetaald, kan de uitlener hetzelfde geld opnieuw inzetten om een andere ondernemer te steunen.
Dat maakt Wakibi bijzonder: één bedrag kan meerdere keren verschil maken.
Van armoedebestrijding naar ondernemerschap

Met de nieuwe merkstrategie kiest Wakibi bewust voor een andere manier van communiceren. Niet de armoede of hulpbehoevendheid staat centraal, maar de kracht, ambitie en het ondernemerschap van mensen. Wereldwijd zijn er ondernemers met plannen om hun bedrijf en daarmee hun bestaan te verbeteren. Wat vaak ontbreekt, is toegang tot financiering. Een kleine lening kan dan helpen om bijvoorbeeld extra voorraad in te kopen, gereedschap aan te schaffen of de productie uit te breiden.
Vanuit de merkessentie **‘Zet iets goeds in gang’** laat Wakibi zien hoe mensen met hun geld ondernemers vooruit kunnen helpen.

Leenkracht maakt een wereld van verschil

De nieuwe tagline ‘Leenkracht maakt een wereld van verschil’ verwoordt waar Wakibi voor staat: de kracht van geld dat niet één keer, maar steeds opnieuw kan worden ingezet.

Een belangrijk onderdeel van de nieuwe merkstrategie is de terugbetaling. Het merendeel van de leningen wordt volledig terugbetaald. Het geld komt vervolgens weer beschikbaar op het account van de uitlener, die kan kiezen om opnieuw uit te lenen of het bedrag op te nemen.
Deze bijzondere werking komt ook terug in de nieuwe merkbelofte: **‘Terugbetaald met geld en een glimlach’.**

Een herkenbare en energieke uitstraling

Samen met creatief bureau Gardeners ontwikkelde Wakibi een nieuwe visuele identiteit die aansluit bij de vernieuwde merkstrategie. De uitstraling is kleurrijk, eigentijds en toegankelijk. Het nieuwe beeldmerk bevat een herkenbare glimlach, als symbool voor de positieve impact van een lening en de terugbetaling ervan. De twee i's in het Wakibi-logo staan symbool voor de verbinding tussen de uitlener en de ondernemer.

Ook is de nieuwe huisstijl praktisch ingericht, zodat de vrijwilligers van Wakibi eenvoudig en zelfstandig communicatiemiddelen kunnen ontwikkelen. Met vaste sjablonen, herkenbare grafische elementen en duidelijke richtlijnen kan Wakibi op alle kanalen consistent communiceren.

Klaar voor de volgende fase

De vernieuwing komt op een bijzonder moment. Wakibi bestaat dit jaar 15 jaar en heeft sinds de oprichting al meer dan 184.000 ondernemers wereldwijd ondersteund met kleine leningen. Marije Roozendaal, directeur Marketing & Communicatie van Stichting Wakibi:

“Na vijftien jaar was het tijd voor een merk dat past bij onze ambitie om verder te groeien en meer ondernemers wereldwijd te steunen. Gardeners heeft onze missie krachtig vertaald. De merkstrategie geeft ons duidelijke richtlijnen en inspiratie binnen en buiten onze organisatie. Met het vernieuwde merk willen we een bredere doelgroep aanspreken om via Wakibi een kleine lening te verstrekken aan een ondernemer wereldwijd en zo iets goeds in gang te zetten.”

De vernieuwde merkidentiteit is inmiddels zichtbaar op de website en wordt de komende periode verder doorgevoerd in alle communicatie van Wakibi.

Ontdek de nieuwe uitstraling en wat jouw leenkracht kan doen op www.wakibi.nl.

Over Stichting Wakibi

Stichting Wakibi is een Nederlandse non-profitorganisatie die sinds 2011 mensen verbindt met ondernemers wereldwijd via kleine leningen. Vanaf €25 kan iedereen een ondernemer steunen. Het volledige uitleenbedrag gaat naar de ondernemer. Zodra de lening is terugbetaald, kan de uitlener het geld opnieuw inzetten voor een andere ondernemer. Zo maakt Wakibi ondernemerschap toegankelijker en zet leenkracht steeds opnieuw iets goeds in gang.

Contactgegevens

Marije van Dijk-Roozendaal
Directeur Marketing & Communicatie Wakibi
m.roozendaal@wakibi.nl
0652235745

Kopieer link

https://newsroom.wakibi.nl/274075-wakibi-presenteert-nieuwe-merkstrategie-leenkracht-maakt-een-wereld-van-verschil/