

Helder Spreken.

BRANDBOOK · MERKIDENTITEIT EN HUISSTIJL

VERSIE 1.0 · 2026

Inhoud

1	Wie we zijn	3
	Ons verhaal	4
	Missie, visie en waarden	5
	Doelgroep en markt	6
	Positionering en aanbod	7
	Persoonlijkheid en schrijfstijl	8
	Woorden en voorbeelden	9
2	Hoe we eruitzien	10
	Het logo en de gedachte erachter	11
	Logovarianten	12
	Vrije ruimte en fout gebruik	13
	Kleurenpalet	14
	Kleurgebruik en contrast	15
	Typografie	16
	Beeldstijl	17
	Grafische elementen	18
3	Toepassingen	19
	Visitekaartje en briefpapier	20
	Offerte en e-mail	21
	Website en social media	22
	Roll-upbanner	23
	Deelnemersmap en handout	24
4	Praktisch	25
	Checklist en bestanden	25

ZO GEBRUIK JE DIT BOEK

Dit brandbook legt vast wie Helder Spreken is, hoe het merk klinkt en hoe het eruitziet. Het is voor iedereen die iets maakt voor het bedrijf: de eigenaar, een drukker, een webbouwer, een reclamemaker of een nieuwe collega.

Twijfel je? Sla het boek open voordat je iets publiceert. Staat je vraag er niet in, kies dan wat het rustigst en het duidelijkst is.

Ontwerpstudie van Koersmerk. Helder Spreken is een fictief bedrijf; namen, prijzen en situaties zijn verzonnen om te laten zien hoe een brandbook eruitziet.

1

HOOFDSTUK 1

Wie we zijn

Het verhaal, de waarden en de mensen voor wie het merk werkt.

ONS VERHAAL

Zeg wat je bedoelt. Ze onthouden het.

Helder Spreken traint professionals in zorg en onderwijs die moeten presenteren, overtuigen of slecht nieuws brengen. Niet om indruk te maken, maar zodat de ander begrijpt wat je bedoelt en het onthoudt.

Een verpleegkundige die bij de overdracht in twee minuten moet zeggen wat ertoe doet. Een teamleider die een reorganisatie aankondigt. Een docent die ouders vertelt dat hun kind blijft zitten. Ze zijn goed in hun vak, en geen van hen heeft geleerd hoe je zoiets zegt. Daar gaan deze trainingen over: wat je zegt, in welke volgorde, en wanneer je stopt.

Jarenlang gaf de trainer zijn trainingen via opleidingsbureaus, voor een dagtarief en onder hun naam. De deelnemers waren tevreden, maar de opdrachtgever kende hem niet. Helder Spreken verandert dat: drie trainingen met een eigen naam, een vaste prijs per groep, en rechtstreeks contact met de opleidingsafdeling die de training inkoopt.

WAAROM DEZE NAAM

Helder Spreken zegt wat het doet, en dat is de bedoeling. Een trainer die mensen leert zeggen wat ze bedoelen, kan geen naam gebruiken die eerst uitgelegd moet worden. Twee gewone Nederlandse woorden: makkelijk te zeggen aan de telefoon, en makkelijk te onthouden voor een opleidingsadviseur die drie aanbieders vergelijkt.

WAAR WE OVER DRIE JAAR STAAN

Over drie jaar koopt een vaste kring van ziekenhuizen, zorginstellingen en scholengroepen in de regio elk jaar Helder Presenteren in voor nieuwe medewerkers. De slecht-nieuwstraining staat in hun opleidingsplan, en de keynote wordt gevraagd door wie de training al kent.

MISSIE

Professionals in zorg en onderwijs leren zeggen wat ze bedoelen, zo duidelijk dat de ander het begrijpt en onthoudt.

VISIE

In zorg en onderwijs hangt veel af van één gesprek of één presentatie. Daar hoort een training bij die net zo serieus is als de vakinhoud.

KERNWAARDEN

Helder

Eerst de kern, dan de rest.

WEL

Een training openen met de ene zin die deelnemers aan het eind van de dag zelf moeten kunnen zeggen.

NIET

Een uur theorie over communicatiemodellen voordat iemand iets heeft geoefend.

Oefenen

Je leert spreken door te spreken, niet door erover te horen.

WEL

Elke deelnemer staat binnen het eerste uur voor de groep, met een onderwerp uit zijn eigen werk.

NIET

Een dag vol dia's met tips en één oefenronde aan het eind, als er nog tijd is.

Respect

De luisteraar heeft recht op een duidelijk verhaal, ook als het slecht nieuws is.

WEL

Oefenen met de eerste zin van een slecht-nieuwsgesprek: het nieuws binnen dertig seconden, daarna stilte.

NIET

Deelnemers leren om slecht nieuws in te pakken in een lange aanloop, zodat de ander moet raden.

Voor wie we er zijn

KLANTPROFIEL 1

De opleidingsadviseur

Situatie	Werkt bij een ziekenhuis, zorginstelling of scholengroep en stelt elk jaar het opleidingsplan samen. Heeft te maken met inkoopregels, een vast budget en collega's die na een slechte training afhaken.
Vraag	Een training die ik met een gerust hart in het aanbod zet, met een vaste prijs en een trainer die zich aan de afspraken houdt.
Twijfel	Een bureau geeft zekerheid met een raamcontract; kan een zelfstandige dat ook, en wat als hij ziek wordt?
Vindt ons	Via een collega bij een andere instelling, via LinkedIn, en via Google op zoektermen als 'training slecht nieuws brengen zorg'.

KLANTPROFIEL 2

De leidinggevende

Situatie	Teamleider op een afdeling of locatiedirecteur in het onderwijs. Ziet dat zijn mensen lastige gesprekken uitstellen, of moet zelf een congres of teamdag openen.
Vraag	Kan mijn team dit in één dag leren, zonder dat het een toneelcursus wordt?
Twijfel	Mijn mensen zien op tegen oefenen met een acteur; komen ze wel, en haken ze niet af?
Vindt ons	Na een keynote op een congres of teamdag, en via deelnemers die de training bij collega's noemen.

WAT WE IN DE MARKT ZAGEN

Presentatietrainingen zijn er genoeg, vaak via bureaus die een catalogus vullen met algemene titels. Wie zoekt naar een training voor zorg of onderwijs, vindt vooral voorbeelden uit het bedrijfsleven: de pitch, het verkoopgesprek, de kwartaalcijfers. De opleidingsadviseur moet zelf vertalen naar een overdracht, een ouderavond of een slecht-nieuwsgesprek. En de trainer die de training geeft, staat zelden met naam op de site van het bureau.

POSITIONERING

Voor opleidingsafdelingen in zorg en onderwijs die hun mensen willen leren presenteren en lastige gesprekken voeren, is Helder Spreken de trainer die oefent met situaties uit hun eigen werk, omdat elke training draait op casussen uit de zorg en de klas, met een vaste prijs per groep en dezelfde trainer van intake tot evaluatie.

BELOFTE

Zeg wat je bedoelt. Ze onthouden het.

BEWIJS

- Jaren trainingservaring in zorg en onderwijs, eerst via bureaus
- Oefencasussen uit overdracht, ouderavond en slecht-nieuwsgesprek
- Vaste prijs per groep, inclusief intake en handout
- Dezelfde trainer van intake tot evaluatie

AANBOD

VASTE VORM

Training Helder Presenteren, één dag, groep tot acht

Een dag waarin iedere deelnemer drie keer voor de groep staat, met een onderwerp uit zijn eigen werk. Met korte video-opnames en feedback op opbouw, stem en de eerste en laatste zin.

Vaste prijs per groep, € 2.950 excl. btw

VASTE VORM

Slecht-nieuwsgesprekken voeren

Twee dagdelen met een trainingsacteur, voor artsen, verpleegkundigen, leidinggevenden en docenten. Deelnemers oefenen het gesprek zelf: het nieuws, de stilte en wat daarna komt.

Vaste prijs per groep tot acht, € 3.450 excl. btw, inclusief trainingsacteur

VASTE VORM

Keynote voor een congres of teamdag

Een lezing van dertig tot vijfenveertig minuten over helder spreken in zorg of onderwijs, met voorbeelden die de zaal herkent. Vooraf een gesprek met de organisator over het publiek en de boodschap van de dag.

Vaste prijs, € 1.750 excl. btw, plus reiskosten

Prijzen in deze ontwerpstudie zijn fictief.

Kort, zeker, en dan stil

Helder Spreken praat zoals een goede spreker op het podium: korte zinnen, de kern eerst, een voorbeeld dat de zaal herkent en dan een pauze. Het merk is zeker van zijn zaak omdat het weet waarover het gaat, niet omdat het hard praat.

WEL	NIET
Zelfverzekerd	Opschepperig
Uitgesproken	Schreeuwerig
Kort	Kortaf
Concreet	Oppervlakkig
Warm	Sentimenteel

SCHRIJFREGELS

- Schrijf voor het oor. Lees elke tekst hardop; moet je halverwege een zin ademhalen, knip hem dan in tweeën: 'De training duurt een dag. Je staat drie keer voor de groep.'
- Kern eerst. De eerste zin zegt wat de lezer moet weten: 'Deze training is voor wie slecht nieuws moet brengen.' De uitleg komt daarna.
- Voorbeelden uit de zaal. Gebruik situaties uit zorg en onderwijs, zoals een overdracht, een ouderavond of een teamoverleg, en geen pitch voor de directie.
- Je, ook naar organisaties. Spreek deelnemers en opleidingsadviseurs aan met je; alleen in een offerte aan een bestuur mag u: 'U ontvangt na de training een kort verslag per groep.'
- Werkwoorden in plaats van naamwoorden. Schrijf 'je oefent' en niet 'er vindt oefening plaats'; 'we bespreken' en niet 'bespreking van'.

Woorden en voorbeelden

WOORDEN DIE PASSEN

zeggen wat je bedoelt · de kern · de eerste zin · oefenen · stilte · overdracht · slecht nieuws
· vaste prijs per groep

WOORDEN DIE WE NIET GEBRUIKEN

impact maken · storytelling · presentatieskills · power · uit je schulp kruipen ·
communicatieve vaardigheden

ZO NIET

Leer presenteren met impact en raak je publiek met krachtige storytelling.

Onze training communicatieve vaardigheden is geschikt voor iedereen die zijn presentatieskills wil verbeteren.

Neem contact met ons op voor de mogelijkheden en tarieven.

MAAR ZO

Je leert in één dag een presentatie opbouwen die blijft hangen: de kern eerst, één voorbeeld, een duidelijk einde.

Voor verpleegkundigen, artsen en docenten die moeten presenteren of slecht nieuws moeten brengen.

Helder Presenteren kost € 2.950 per groep tot acht. Mail me, dan plannen we een intake en een datum.

2

HOOFDSTUK 2

Hoe we eruitzien

Logo, kleur, letter en beeld: herkenbaar en rustig, overal hetzelfde.



Helder Spreken.

Het logo en de gedachte erachter

Het woordmerk is de naam in Fraunces, met een punt in Mandarijn erachter. Die punt is het eerste wat deelnemers in de training leren: zeg je zin en stop. Op kleine formaten blijft alleen de H met de punt over.

Een uitgesproken letter met karakter, mandarijn en inktblauw. Zelfverzekerd, zonder schreeuwerig te worden.

Het logo bestaat uit het beeldmerk en het woordmerk. Gebruik altijd de aangeleverde bestanden en zet het nooit zelf opnieuw.

Logovarianten



Helder Spreken.

Hoofdlogo, op licht



Helder Spreken.

Negatief, op de hoofdkleur



Helder Spreken.

Staand, voor vierkante vlakken



Helder Spreken.

Zwart, voor eenkleurig drukwerk



Beeldmerk, voor profielfoto en favicon



Helder Spreken.

Wit, op foto's en donkere vlakken

Vrije ruimte en kleinste maat

Houd rondom het logo minstens de hoogte van het beeldmerk vrij. Daar staat geen tekst, geen rand en geen ander beeld.

Drukwerk	minimaal 25 mm breed
Scherm	minimaal 120 pixels breed
Kleiner	alleen het beeldmerk, vanaf 16 pixels



ZO NIET



Niet uitrekken



Geen andere kleuren



Niet draaien



Geen schaduw

Kleurenpalet



HEX #1B2A4A

RGB 27, 42, 74

CMYK 64 43 0 71

Hoofdkleur voor tekst, het woordmerk en de achtergrond van de roll-up; zeker zonder lawaai.



HEX #E8743B

RGB 232, 116, 59

CMYK 0 50 75 9

Accent voor de punt in het logo, knoppen en één markering per pagina; nooit voor lange tekst.



HEX #FFF6EC

RGB 255, 246, 236

CMYK 0 4 7 0

Achtergrond van handouts, site en dia's: een warm wit dat in zaallicht en op een beamer niet verblindt.



HEX #8A97B0

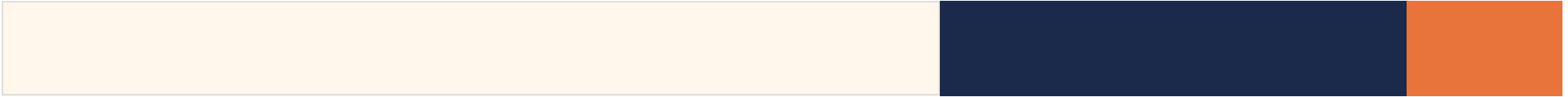
RGB 138, 151, 176

CMYK 22 14 0 31

Ondersteunend voor lijnen, bijschriften en paginanummers; niet voor tekst die gelezen moet worden.

Kleurgebruik en contrast

VERHOUDING



Veel ruimte in de lichte kleur, de hoofdkleur voor tekst en vlakken, het accent spaarzaam.

COMBINATIES, GETOETST OP LEESBAARHEID (WCAG)

Aa Helder Spreken

13.3 : 1

Goed voor alle tekst

Aa Helder Spreken

13.3 : 1

Goed voor alle tekst

Aa Helder Spreken

4.7 : 1

Goed voor tekst

Aa Helder Spreken

2.8 : 1

Niet voor tekst

Aa Helder Spreken

14.2 : 1

Goed voor alle tekst

Aa Helder Spreken

2.8 : 1

Niet voor tekst

KOPPEN · FRAUNCES

Aa Bb 123

TEKST · SOURCE SANS 3

Aa Bb 123

Fraunces mag in de koppen karakter tonen; Source Sans 3 doet niets anders dan duidelijk zijn. Hij blijft leesbaar op een beamer, in een handout en onderaan een roll-up.

Typografie

Kop 1 · 24 punt**Kop 2 · 15 punt**

Tekst · 10 punt, regelafstand 1,45. Zo leest een offerte of rapport prettig.

IN WORD EN GMAIL

Staan Fraunces en Source Sans 3 niet op de computer? Gebruik Georgia voor koppen en Arial voor tekst. Beide letters van dit merk zijn gratis te downloaden.

Beeldstijl

Mensen die spreken en mensen die luisteren, in echte zalen en lokalen uit zorg en onderwijs.

- Fotografeer de luisteraar net zo vaak als de spreker; het gaat om wat er aankomt.
- Echte locaties: een vergaderzaal in een ziekenhuis, een leslokaal, een congreszaal; geen podium met rook en spots.
- Deelnemers alleen met schriftelijke toestemming; een oefening met de trainingsacteur alleen van achter de deelnemer.
- Geen close-ups van microfoons, geen handen in de lucht en geen juichend publiek.

Opnamelijst voor de fotograaf: de zes beelden hiernaast.

De trainer bij een flip-over, halverwege een zin, met de groep in beeld

Een deelnemer voor de groep, gezien van achter in de zaal

Gezichten van luisteraars tijdens een presentatie, met toestemming

Trainingsacteur en deelnemer aan tafel, van achter de deelnemer

De trainer op een congrespodium, met de roll-up ernaast

De handout open op tafel naast koffie en een naambordje

Grafische elementen



Patroon, voor omslagen, achterkanten en grote vlakken.

Zeg wat je bedoelt.

De punt: na de belangrijkste zin komt een punt in de accentkleur. Op dia's, banners en posts. Eén punt per uiting, nooit meer.

H.

Het monogram is het kleinste herkenningsteken: voor de profielfoto, de favicon, een stempel of een sticker.

3

HOOFDSTUK 3

Toepassingen

Van visitekaartje tot website: zo komt het merk tot leven.



NAAM ACHTERNAAM **H.**

Trainer en spreker

naam@helderspreken.nl

helderspreken.nl

helderspreken.nl

Helder Spreken.

Brief



Helder Spreken · KvK · btw-id · IBAN · helderspreken.nl

Visitekaartje en briefpapier

- Visitekaartje 85 × 55 mm, voorkant in de hoofdkleur
- Briefpapier als sjabloon in Word en Google Docs
- Gegevens onderaan, achter een lijn in de accentkleur

Helder Spreken.**Offerte**

Omschrijving	Bedrag
Onderdeel 1	€ 000
Onderdeel 2	€ 000
Totaal excl. btw	€ 000

Helder Spreken · KvK · btw-id · IBAN · helderspreken.nl

Helder Spreken.**Factuur**

Omschrijving	Bedrag
Onderdeel 1	€ 000
Onderdeel 2	€ 000
Totaal excl. btw	€ 000

Helder Spreken · KvK · btw-id · IBAN · helderspreken.nl

Offerte, factuur en e-mail

- Vaste opbouw: wat we doen, wat het kost, wanneer, wat je mag verwachten
- Op elke factuur: naam, adres, KvK-nummer, btw-id, factuurnummer en datum
- Factuur bij voorkeur uit het boekhoudpakket, met logo en kleuren

E-MAIL HANDTEKENING

Met vriendelijke groet,

Naam Achternaam

Trainer en spreker

Helder Spreken. helderspreken.nl



Website en social media



Lichte achtergrond, tekst in de hoofdkleur, één knop in de accentkleur per scherm. Posts uit een vaste set sjablonen, in de toon van hoofdstuk 1.



Roll-upbanner

De roll-up staat naast de trainer op het podium of achter in het trainingslokaal. Hij moet op tien meter leesbaar zijn en mag de spreker nooit overstemmen.

- Formaat 85 bij 200 cm; alles wat telt staat boven de 80 cm, want daaronder staan tafels en mensen.
- Achtergrond Inktblauw, de tagline in Fraunces in Papier, met een kapitaalhoogte van minstens 6 cm.
- Het woordmerk bovenaan, met de punt in Mandarijn; geen foto van de trainer, want die staat er zelf naast.
- Hooguit twaalf woorden op de hele banner, woordmerk en webadres niet meegeteld.
- Onderaan alleen helderspreken.nl; geen lijst met trainingen, die leest niemand vanuit de zaal.



Deelnemersmap en handout

Deelnemers krijgen een handout van acht pagina's. Geen naslagwerk, maar een oefenblad dat ze na de training op hun bureau houden.

- A4 staand, geniet; omslag in Inktblauw met de naam van de training in Fraunces, de datum en de organisatie in Source Sans 3.
- Eén pagina per oefening: bovenaan de opdracht in één zin, daaronder ruimte voor aantekeningen.
- Op de achterkant de kern van de training in vijf zinnen, groot genoeg om met een telefoon te fotograferen.
- Nooit dia's afdrukken als handout; wat op een dia werkt, werkt niet op papier.
- Mandarijn alleen voor oefennummers; tekst altijd in Inktblauw op Papier.

Checklist voordat je iets publiceert

- Kun je deze tekst hardop voorlezen zonder te haperen?
- Zegt de eerste zin wat de lezer moet weten?
- Komt het voorbeeld uit zorg of onderwijs, en niet uit het bedrijfsleven?
- Staat de prijs per groep erbij, met het aantal deelnemers?
- Heeft de tekst één boodschap, of vertel ik er drie tegelijk?
- Staan er woorden in als impact, storytelling of skills?
- Is Mandarijn alleen als accent gebruikt, en staat er geen lange tekst in?
- Heeft iedereen op de foto toestemming gegeven, en is een oefening met de acteur van achteren gefotografeerd?
- Kloppen de namen van de trainingen precies, zoals Helder Presenteren en Slecht-nieuwsgesprekken voeren?
- Weet een opleidingsadviseur na het lezen wat de volgende stap is, zonder eerst te bellen?

BESTANDEN EN BEHEER

01 Logo	Alle varianten als SVG, PNG en PDF, plus beeldmerk en favicon
02 Kleuren	Kleurwaarden voor scherm en druk
03 Letters	Fraunces en Source Sans 3, gratis (Open Font License)
04 Sjablonen	Visitekaartje, briefpapier, offerte, factuur, presentatie en posts
05 Toepassingen	Drukklare bestanden voor de branchetoepassingen
06 Brandbook	Dit boek als pdf en als webpagina

COLOFON

Dit brandbook is een ontwerpstudie van Koersmerk. Helder Spreken is een fictief bedrijf. Zelf zo'n brandbook voor je bedrijf? Kijk op koersmerk.nl.

