

Het merk Obama

Samenvatting

Een score van Barack Obama op een viertal criteria die voor het bepalen van merkwaarde van belang zijn. Een 'flawless' prestatie op alle criteria met een heel sterke merkpersoonlijkheid en merkbekendheid en een superieure merkentrouw en ongekende merkassociaties. Een excellent gebruik van nieuwe media om de campagne te ondersteunen heeft de communicatie rond het merk perfect ondersteund.

Inleiding

Ondanks een bijzondere tweede naam voor een Amerikaanse president, Hoessein, toch gelukt; de eerste zwarte president van Amerika, en wat voor één. Als je een ideaalbeeld van een Amerikaanse president mag schetsen dan zou je Barack Obama als voorbeeld nemen. Talentvol, representatief, vrijwel onbesproken gedrag, een topuitstraling inclusief excellent redenaarstalent en een perfecte familie, wat wil je nog meer? De wereld lijkt het voorlopig genoeg te vinden, de inauguratie gisteren was zeer indrukwekkend en gaf aan dat er hoop op verandering is. En nu moet dat allemaal nog waar gemaakt worden.

Als we naar het merk Obama kijken dan kunnen we daar nu al een indrukwekkend bedrag aan geldswaarde tegenover stellen. In Nederland kwam Ajax al in de top twintig voor met 386 miljard euro (onderzoek naar merkwaarden van voetbalclubs door BBDO) op plaats veertien in september en nu op plaats negen door het nieuwe contract met Aegon; dit ondanks het ontbreken van een nationale titel en het twee jaar lang niet meedoen aan de Champions League.

Overnight moet daarmee de merkwaarde van Obama aanzienlijk hoger liggen zou je zeggen, het betreft hier slechts één speler in plaats van elf, maar de 'global impact' is vele malen groter. We kijken hoe Obama het doet op vier criteria die wel op het bepalen van de waarde van een merk worden toegepast.

Merkpersoonlijkheid

In dit geval is de merkpersoonlijkheid één op één hetzelfde als de persoonlijkheid van Obama zelf. Excellent, 'flawless' met een heel kleine uitschieter in de vorm van een bekende dominee en een wat ongelukkige opmerking over Laura Bush. Veel meer is er niet naar boven gekomen en zal er ook wel niet zijn. Criticasters hebben het over een mogelijk wat saaie man met een wat zachte inborst (Bambi Obama) maar dat kun je bij zo'n onbesproken gedrag eigenlijk wel verwachten. Onberispelijke voorbereiding, grote aandacht voor detail, klaarblijkelijk goed luisterend naar de goede adviseurs, allemaal veelbelovend.

Merkassociaties

Intens rechtvaardig, als donkere man opkomend voor rechten van minderheden, intelligent en met een familie van even onbesproken gedrag als hijzelf; wederom, je kunt het niet mooier bedenken. Een heel intelligente, mooie en elegante 'first lady' die het ongetwijfeld ook heel goed gaat doen. Heel anders dan de toch wat met de oude economie besmette Bush familie. Hier is inderdaad iemand die staat voor een nieuwe en betere wereld, als hij de uitdagingen heeft opgelost natuurlijk.

Merkentrouw

Hier is de 'the proof of the pudding is in the eating'. Hoe gaat dit verhaal zich ontwikkelen. Eerste signalen zijn veelbelovend, een enorm aantal mensen dat nu al van hem houdt en graag in zijn buurt wil zijn. Dat niet alleen in Amerika, maar vooral ook in de rest van de wereld. Een heuse fanclub in Nederland met een voorzitter die hem een keer heeft meegemaakt in de US en opmerkt dat het hem nogal wat deed. Een bijzondere gebeurtenis dus.

Merkbekendheid

Een inkopper, de hoeveelheid media-exposure die hier wordt gegenereerd kent zijn gelijke niet. Een wereldwijde hoeveelheid (deels free en deels 'campaign') publiciteit die zijn gelijke niet kent in de zakenwereld. In het voortraject door Obama zeer professioneel en modern bespeeld met campagnes in media als facebook (tegenhanger van Hyves in Nederland) en sms berichten om zijn fans te blijven informeren. Dit kun je niet winnen, zelfs niet als je Sarkozy heet, om over Balkenende maar te zwijgen.

Conclusie

Een ongekend goed voorbeeld van een pro-actieve opstelling in het vermarkten van je eigen persoonlijkheid. Hier geholpen door een enorme media power; en voor een gewone sterveling natuurlijk niet haalbaar. Er kunnen wel lessen worden geleerd, het bereiken van een houdbaar voordeel in het uitdragen van je persoonlijkheid behoort tot de mogelijkheden; het gebruik van moderne media om je impact te vergroten eveneens.

Wij wensen Barack Obama heel veel succes!
Robert J. (Bob) Fetter, januari 2009