



# DE HEERSER

*Het is goed om koning te zijn*

## KERNVERLANGEN

controle

## MOTIVATIE

tophond zijn

## DOEL

welarend en succesvol iets te creëren

## VERLANGENS

macht, welvaart, status, overvloed

## PUBLIEK

high achievers, succesvol, gezaghebbend, ambitieus

## ANGSTEN

zwakte, mislukking, armoede, schaarste

## DE HEERSER IN HET KORT

Het merkarchetype Ruler wordt gedreven door zijn sterke kracht en controle. Ruler-merken staan erom bekend gezaghebbend te zijn en vaak het idee te verspreiden dat zij de leiders in hun vakgebied zijn. Zij zijn de hoofdonderwijzer, de vorst, de baas en de president en doordrenkt met een gevoel van rijkdom en succes. Gezien als 'mannelijk', zullen heersers solide en gepolijst zijn voor hun consumenten.

Om orde te scheppen in chaos, zullen ze macht gebruiken om positieve resultaten te creëren, maar ze moeten voorzichtig zijn met anderen te domineren of overdreven hiërarchisch of politiek te worden.

## MARKETINGNICHE

mensen helpen georganiseerd te worden, de orde te herstellen, meer stabiliteit en veiligheid te creëren in een chaotische wereld

## VOORBEELDEN

King Arthur  
Miranda Priestly – The Devil Wears Prada,  
Don Corleone – the Godfather,  
Microsoft,  
Barclays,  
Mercedes-Benz,  
Louis Vuitton,  
Rolex