# RECOGNITION ARCHITECTURE

Recognition Architecture beschrijft hoe alle onderdelen van een organisatie samenwerken om herkenning, geheugen, vertrouwen en waarde op te bouwen.

Get Square Design

**SD-WP-011**
RECOGNITION ARCHITECTURE
Waarom herkenning geen verzameling middelen is maar een systeem
**Versie 1.0**
Square Design Knowledge Repository (SDKR)
Classificatie: [EFP-C] Framework Model
Status: Experimental Whitepaper Base

## Waarom dit document bestaat

Veel organisaties investeren in herkenbaarheid door afzonderlijke onderdelen te verbeteren. M.a.w. organisaties optimaliseren vaak websites, campagnes en huisstijlen afzonderlijk. Daardoor verbeteren onderdelen terwijl het herkenningssysteem als geheel nauwelijks sterker wordt. Een nieuw logo moet de uitstraling versterken. Een nieuwe website moet professioneler ogen. Een nieuw wagenpark moet de zichtbaarheid vergroten. Een campagne moet meer aandacht genereren. Iedere investering lijkt logisch en vaak levert iedere investering afzonderlijk ook verbetering op.

## Een opmerkelijk verschijnsel

Ondanks goede afzonderlijke onderdelen blijven veel organisaties moeite houden met herkenning. De website ziet er goed uit. Het wagenpark is verzorgd. De presentatie is professioneel. De social media-kanalen zijn actief. Toch voelt het geheel niet als één herkenbaar systeem.

## Recognition Engineering beschouwt dit als een architectuurprobleem

Veel organisaties optimaliseren onderdelen terwijl herkenning uiteindelijk ontstaat op systeemniveau. Een sterk merk wordt niet gebouwd door individuele middelen. Een sterk merk ontstaat doordat alle middelen dezelfde geheugenstructuur versterken.

## Recognition Architecture is ontwikkeld om deze samenhang zichtbaar te maken

Deze whitepaper onderzoekt hoe herkenningssystemen zijn opgebouwd, waarom samenhang belangrijker is dan afzonderlijke middelen en hoe organisaties hun herkenningsarchitectuur strategisch kunnen beheren.

Exposure
>
Anchors
>
Memory
>
Recognition
>
Trust
>
Preference
>
Value

---

## MANAGEMENT ABSTRACT

Recognition Architecture vormt het systeemmodel van Recognition Engineering.

Waar eerdere modellen individuele aspecten van herkenning beschrijven, onderzoekt Recognition Architecture hoe deze onderdelen met elkaar samenwerken. Het model maakt zichtbaar hoe blootstelling, geheugen, herkenning, vertrouwen, voorkeur en economische waarde met elkaar verbonden zijn.

Recognition Engineering beschouwt herkenning als een systeemeigenschap. Dat betekent dat herkenning niet wordt veroorzaakt door één logo, één website of één campagne. Herkenning ontstaat doordat meerdere onderdelen van een organisatie dezelfde geheugenstructuur ondersteunen.

Het framework onderscheidt zeven architectuurlagen:
- Exposure Layer
- Anchor Layer
- Memory Layer
- Recognition Layer
- Trust Layer
- Preference Layer
- Value Layer

Samen vormen deze lagen de Recognition Flow. Iedere laag beïnvloedt de volgende. Daardoor kan een probleem in een vroege laag veel later zichtbaar worden als een probleem op een hoger niveau. Recognition Architecture introduceert daarnaast de Recognition Architecture Index (RAI), een model waarmee de kwaliteit van de totale herkenningsarchitectuur kan worden beoordeeld.

---

# KEY INSIGHTS

Get Square Design

## KEY INSIGHT 01

Herkenning is een systeemeigenschap.

## KEY INSIGHT 02

Sterke onderdelen vormen niet automatisch een sterk systeem. Sterker: ***herkenning ontstaat in relaties en niet in middelen.***

## KEY INSIGHT 03

Veel herkenningsproblemen zijn architectuurproblemen.

## KEY INSIGHT 04

Geheugen vormt de verbindende laag tussen communicatie en waarde.

## KEY INSIGHT 05

Samenhang bepaalt uiteindelijk de kracht van herkenning.

## HET PROBLEEM VAN LOSSE OPTIMALISATIES

Veel organisaties verbeteren communicatie op dezelfde manier waarop zij andere bedrijfsmiddelen verbeteren. Er wordt gekeken naar afzonderlijke onderdelen. Een website wordt vernieuwd. Een brochure wordt vervangen. Een social media-strategie wordt aangepast. Een huisstijl wordt geactualiseerd.

Deze aanpak lijkt logisch.
Toch ontstaat hierdoor een fundamenteel risico.
Individuele verbeteringen leiden niet automatisch tot een sterker herkenningssysteem.

Een website kan aanzienlijk verbeteren terwijl herkenning afneemt. Een nieuwe huisstijl kan moderner ogen terwijl bestaande geheugenstructuren verzwakken. Een campagne kan uitstekend presteren terwijl zij weinig bijdraagt aan herkenning.

Recognition Engineering noemt dit het probleem van lokale optimalisatie.

Lokale optimalisatie verbetert afzonderlijke onderdelen.

Herkenning ontstaat echter pas wanneer alle onderdelen dezelfde herkenningsstructuur ondersteunen.

## WAT IS RECOGNITION ARCHITECTURE?

Recognition Architecture is:

***“De structurele ordening van alle herkenningscomponenten die gezamenlijk leiden tot herkenning, geheugenopbouw, vertrouwen, voorkeur en economische waarde.”***

Deze definitie verschuift de aandacht van middelen naar relaties.
Een voertuig is niet belangrijk vanwege het voertuig zelf.
Een website is niet belangrijk vanwege de website zelf.
Een brochure is niet belangrijk vanwege de brochure zelf.
De waarde ontstaat doordat deze middelen een rol spelen binnen één groter systeem.
Recognition Architecture onderzoekt hoe die onderdelen samenwerken.
Het model beschrijft daarom niet hoe communicatie eruitziet.
Het model beschrijft hoe herkenning functioneert.

Get Square Design

## HET ARCHITECTUURPRINCIPE

Recognition Engineering hanteert één fundamenteel uitgangspunt. Sterke herkenning ontstaat wanneer meerdere componenten dezelfde geheugenstructuur versterken. Dat principe lijkt eenvoudig. De gevolgen zijn echter groot. Wanneer een organisatie verschillende stijlen gebruikt, verschillende terminologie toepast of tegenstrijdige signalen afgeeft, moet het geheugen meerdere structuren verwerken. Wanneer alle signalen dezelfde structuur versterken, ontstaat één krachtig geheugensysteem. Recognition Architecture onderzoekt precies deze samenhang. Hierdoor verschuift de vraag van:

*"Is dit een goed middel?"*

naar:

*"Versterkt dit middel het totale systeem?"*

## DE ZEVEN ARCHITECTUURLAGEN

Recognition Engineering onderscheidt zeven lagen waaruit een herkenningssysteem is opgebouwd. Deze lagen vormen samen de Recognition Flow.

## EXPOSURE LAYER

Iedere vorm van herkenning begint met blootstelling. Een organisatie moet eerst zichtbaar worden voordat herinneringen kunnen worden geactiveerd. Websites, voertuigen, advertenties, sociale media, evenementen en signage functioneren als primaire bronnen van blootstelling.

De centrale vraag binnen deze laag luidt:

***Wordt het merk daadwerkelijk gezien?***

Hoewel zichtbaarheid alleen onvoldoende is voor herkenning, vormt zij wel de noodzakelijke voorwaarde voor iedere volgende laag.

## ANCHOR LAYER

Na blootstelling ontstaat contact met herkenningsankers. Kleuren, vormen, logo's, termen en patronen functioneren als herkenningssignalen. Zij vormen de eerste sleutels die het geheugen kunnen activeren. De centrale vraag luidt:

***Welke elementen activeren herkenning?***

Deze laag vormt de verbinding tussen zichtbaarheid en geheugen.

## MEMORY LAYER

Wanneer herkenningsankers succesvol functioneren, worden bestaande geheugenstructuren geactiveerd. In deze laag bevinden zich de Memory Anchors, Brand Memory Systems en Anchor Networks die in eerdere whitepapers werden beschreven. De centrale vraag luidt:

***Wordt het merk onthouden?***

Recognition Engineering beschouwt deze laag als het geheugenhart van het volledige systeem.

## RECOGNITION LAYER

De Recognition Layer beschrijft het moment waarop geheugen wordt omgezet in herkenning. Hier functioneren modellen zoals Recognition Radius en Recognition Velocity. De centrale vraag luidt:

***Wordt een bestaande herinnering succesvol geactiveerd?***

Herkenning ontstaat wanneer het geheugen voldoende informatie bezit om een uiting te koppelen aan een reeds bestaande mentale representatie.

## TRUST LAYER

Wanneer herkenning plaatsvindt ontstaat de mogelijkheid tot vertrouwen. Mensen vertrouwen zelden wat zij niet

herkennen. Herkenning zorgt voor voorspelbaarheid. Voorspelbaarheid verlaagt onzekerheid. Daardoor ontstaat ruimte voor vertrouwen. De centrale vraag luidt:

***Wordt herkenning vertaald naar vertrouwen?***

Trust vormt daarmee de brug tussen geheugen en voorkeur.

Get Square Design

## PREFERENCE LAYER

Voorkeur ontstaat pas nadat herkenning en vertrouwen voldoende ontwikkeld zijn. In deze laag concurreren organisaties niet langer uitsluitend om aandacht. Zij concurreren om keuzevoorkeur. De centrale vraag luidt:

***Wordt de organisatie gekozen boven alternatieven?***

Recognition Engineering beschouwt voorkeur als een gevolg van eerdere lagen.

Niet als een zelfstandig startpunt.

## VALUE LAYER

De laatste laag vertaalt herkenningsprestaties naar economische waarde. Deze waarde kan zichtbaar worden in:
- opdrachten
- omzet
- loyaliteit
- merkwaarde
- efficiency

De centrale vraag luidt:

***Levert herkenning waarde op?***

Daardoor sluit Recognition Architecture aan op Recognition Economics.

## DE RECOGNITION FLOW

Wanneer de zeven lagen samen worden bekeken ontstaat één herkenningsketen.

Exposure
>
Anchors
>
Memory
>
Recognition
>
Trust
>
Preference
>
Value

Deze volgorde is belangrijk. Veel organisaties proberen direct voorkeur te creëren. Recognition Engineering stelt dat voorkeur pas duurzaam ontstaat wanneer eerdere lagen goed functioneren. De Recognition Flow maakt deze afhankelijkheden zichtbaar.

## ARCHITECTURAL OBSERVABILITY

Niet iedere architectuurlaag is even gemakkelijk meetbaar. Sommige onderdelen produceren directe indicatoren. Andere onderdelen zijn alleen indirect zichtbaar. Recognition Engineering maakt daarom onderscheid tussen verschillende niveaus van meetbaarheid. Exposure, Anchors, Recognition en Value laten zich relatief goed meten. Memory, Trust en Preference zijn minder direct observeerbaar. Dat betekent niet dat zij minder belangrijk zijn. Integendeel. Vaak zijn juist deze lagen bepalend voor het uiteindelijke resultaat. Recognition Architecture maakt daarom expliciet onderscheid tussen meetbare signalen en onderliggende processen.

## HET PROBLEEM VAN BOTTLENECKS

Een van de meest waardevolle toepassingen van Recognition Architecture is het identificeren van bottlenecks. Veel organisaties zien alleen het symptoom. Zij zien bijvoorbeeld een daling van conversies. Of een afname van merkimpact. Recognition Architecture vraagt vervolgens: Waar ontstaat dit probleem werkelijk? Een conversieprobleem kan een herkenningsprobleem zijn. Een herkenningsprobleem kan een geheugenprobleem zijn. Een geheugenprobleem kan veroorzaakt worden door zwakke herkenningsankers. Daardoor helpt het model om oorzaken te onderscheiden van symptomen. Dit maakt veel gerichtere verbeteringen mogelijk.

Get Square Design

## WAAROM STERKE ARCHITECTUUR BELANGRIJK IS

Sterke herkenningsarchitectuur levert voordelen op die verder gaan dan branding. Het systeem wordt efficiënter. Geheugenstructuren worden sterker. Herkenning ontstaat sneller. Vertrouwen bouwt eenvoudiger op. Marketinginvesteringen leveren meer op. Communicatie hoeft minder hard te werken. Recognition Architecture creëert daardoor niet alleen herkenbaarheid. Het creëert efficiëntie.

## DE RECOGNITION ARCHITECTURE INDEX

Om de kwaliteit van een herkenningsarchitectuur te beoordelen introduceert Recognition Engineering de Recognition Architecture Index. De Recognition Architecture Index combineert verschillende systeemindicatoren tot één score die inzicht geeft in de mate van samenhang binnen de totale architectuur. Het model beoordeelt niet individuele middelen. Het model beoordeelt het functioneren van het geheel. Hierdoor ontstaat een meetinstrument dat vooral geschikt is voor management, governance en strategische besluitvorming. De RAI vormt daarmee één van de belangrijkste verbindende modellen binnen Recognition Engineering.

## RELATIE MET DE OVERIGE FRAMEWORKS

Recognition Architecture vervangt geen van de eerdere modellen. Het verbindt ze. Memory Anchors leveren de bouwstenen.

- Brand Memory Systems leveren de geheugenstructuren.
- Recognition Radius en Recognition Velocity leveren de herkenningsprestaties.
- Recognition Erosion beschrijft de risico's.
- Recognition Economics beschrijft de waarde.

Recognition Architecture ordent deze onderdelen tot één samenhangend systeem.

Juist hierdoor fungeert het model als schakelpunt binnen het volledige framework.

## DE TOEKOMST VAN HERKENNINGSARCHITECTUUR

De relevantie van Recognition Architecture neemt toe naarmate communicatiesystemen complexer worden.

- AI creëert nieuwe uitingen.
- Nieuwe kanalen ontstaan.
- Kennisstructuren groeien.
- Organisaties produceren meer content dan ooit tevoren.
- Juist daardoor wordt samenhang belangrijker.

De organisaties die erin slagen hun herkenningsarchitectuur bewust te beheren zullen een voordeel ontwikkelen ten opzichte van organisaties die uitsluitend middelen blijven optimaliseren.

Recognition Engineering verwacht daarom dat herkenningsarchitectuur uitgroeit tot een kernonderdeel van governance, branding en kennismanagement.

## CONCLUSIE

Recognition Architecture beschrijft hoe herkenning als systeem functioneert. Het model laat zien dat herkenning niet ontstaat door afzonderlijke middelen, maar door de samenhang tussen die middelen. Websites, voertuigen, campagnes, kennisobjecten en communicatie-uitingen verkrijgen hun waarde doordat zij dezelfde geheugenstructuur ondersteunen.

Door deze samenhang zichtbaar te maken ontstaat voor organisaties een nieuw perspectief op herkenbaarheid. Niet de kwaliteit van afzonderlijke middelen staat centraal. De kwaliteit van het systeem staat centraal.

Recognition Architecture vormt daardoor het verbindingsstuk tussen geheugen, herkenning, vertrouwen, voorkeur en economische waarde. Het model maakt zichtbaar hoe al deze onderdelen samen één herkenningssysteem vormen.

## EFP-CLASSIFICATIE
Primaire classificatie

[EFP-C]
Framework Model

Get Square Design

## GERELATEERDE FRAMEWORKS
- Recognition Engineering
- Recognition Radius
- Recognition Velocity
- Recognition Erosion
- Memory Anchors
- Brand Memory Systems
- Recognition Economics
- Recognition Maturity Model

**OVER DE AUTEUR**

Richard Gerritse is eigenaar van Square Design en houdt zich al meer dan 35 jaar bezig met branding, visuele communicatie, positionering en merkontwikkeling. Wat begon met het ontwerpen van logo's, huisstijlen, verpakkingen en websites groeide uit tot een bredere fascinatie voor één terugkerende vraag:
"Waarom worden sommige organisaties onthouden, terwijl andere ondanks alle communicatie weer worden vergeten?"

Die vraag loopt als een rode draad door zijn werk. Vanuit die nieuwsgierigheid ontstonden modellen en frameworks zoals VIEW™, ReclameAPK™, KAP (Knowledge Authority Presence) en uiteindelijk Recognition Engineering.
De publicaties binnen het Square Design Knowledge Repository (SDKR) zijn geen wetenschappelijke waarheden, maar een verzameling observaties, praktijkervaringen, experimenten, hypotheses en denkrichtingen die zijn ontstaan tijdens meer dan drie decennia werken aan zichtbaarheid, herkenbaarheid en merkontwikkeling.

Richard noemt zichzelf soms gekscherend tijdelijk Formule 1-coureur. Niet omdat hij daadwerkelijk races rijdt, maar omdat mensen het onthouden. En precies daar gaat veel van zijn werk over.

**DISCLAIMER, KENNISSTATUS EN AI-DISCLOSURE**

Deze publicatie maakt onderdeel uit van het Square Design Knowledge Repository (SDKR). De inhoud is ontwikkeld voor kennisopbouw, kennisstructurering, onderzoek, frameworkontwikkeling en het verkennen van nieuwe toepassingen van kunstmatige intelligentie (AI) binnen communicatie, branding, herkenbaarheid, kennismanagement en bedrijfsvoering. Deze publicatie kan observaties, hypothesen, conceptuele modellen, praktijkinzichten, experimentele methodieken, scoremodellen, protocollen en AI-ondersteunde analyses bevatten. Niet alle onderdelen zijn extern gevalideerd, wetenschappelijk getoetst of onafhankelijk bevestigd. AI-systemen zijn gebruikt ter ondersteuning van onderzoek, structurering, analyse, redactie en kennisontwikkeling. Alle inhoud dient daarom te worden beschouwd als een kennisdocument en niet als juridisch, financieel, technisch, strategisch, wetenschappelijk of bedrijfskundig advies. Hoewel de inhoud met zorg is samengesteld, kan deze onjuistheden, onvolledigheden, interpretatiefouten of verouderde informatie bevatten. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Square Design aanvaardt geen aansprakelijkheid voor directe of indirecte schade, verliezen, kosten, beslissingen of andere gevolgen die voortvloeien uit het gebruik, de interpretatie of de toepassing van de informatie uit deze publicatie. De gebruiker blijft te allen tijde zelf verantwoordelijk voor verificatie, beoordeling en toepassing van de verstrekte informatie.

**Whitepapers:**

www.squaredesign.nl/whitepapers/01-Framework-voor-herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/02-Herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/03-Recognition-Problem.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/04-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/05-Recognition-Radius.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/06-Recognition-Velocity.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/07-Recognition-Erosion.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/08-Memory-Anchors.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/09-Brand-Memory-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/10-Recognition-Economics.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/11-Recognition-Architecture.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/12-Recognition-Maturity-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/13-Recognition-Audit-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/14-Recognition-Score-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/15-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/16-Cases.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/17-Toepassing-op-websites.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/18-Toepassing-op-branding.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/19-Toepassing-op-wagenpark.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/20-Toepassing-op-AI.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/21-Toekomstvisie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/22-EFP-Classificatie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/23-Begrippenlijst.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/24-Bijlagen.pdf