



Klanten winnen: "een kwestie van kiezen"

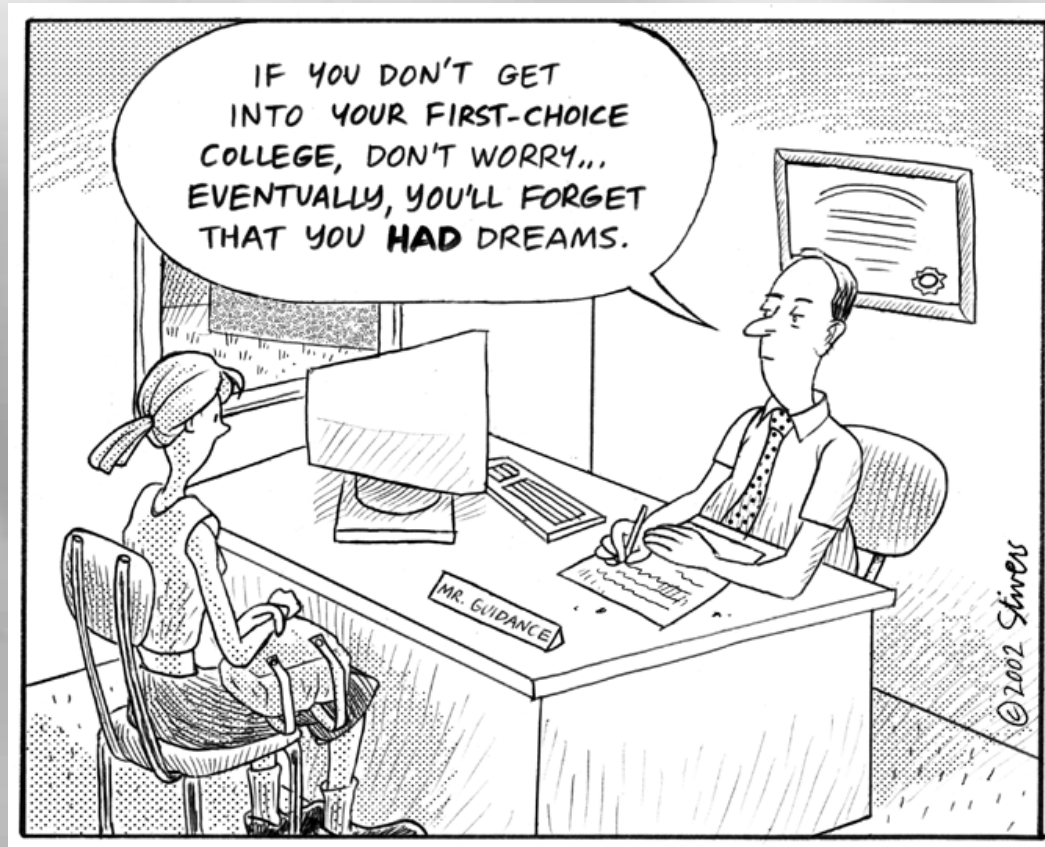
INFORUM 27 april 2006, Brussel
Presentatie door drs. Bart van der Meij
Directeur Projecten Reekx

Een kwestie van kiezen

Cheshire Kat, vroeg Alice. Wil jij mij alsjeblieft vertellen welke kant ik op moet vanaf hier? Dat ligt er voornamelijk aan waar jij naartoe wilt, zei de Kat. Dat kan mij niets schelen, zei Alice. Dan doet het er niet toe welke kant je opgaat, zei de Kat.

*Charles "Lewis Carrol" Dodgson 1832-1898,
Engels schrijver en wiskundige, Alice in Wonderland 1865*

1. Wat is uw uitgangspositie?



2. Wat is uw situatie?

- Toename complexiteit;
- Meer concurrentie;
- Nieuwe technieken;
- Klanten worden mondiger.

3. Wat verwacht men van u?

- Verbeterde producten en diensten;
- Nieuwe werkprocessen;
- Nieuwe doelgroepen & markten;

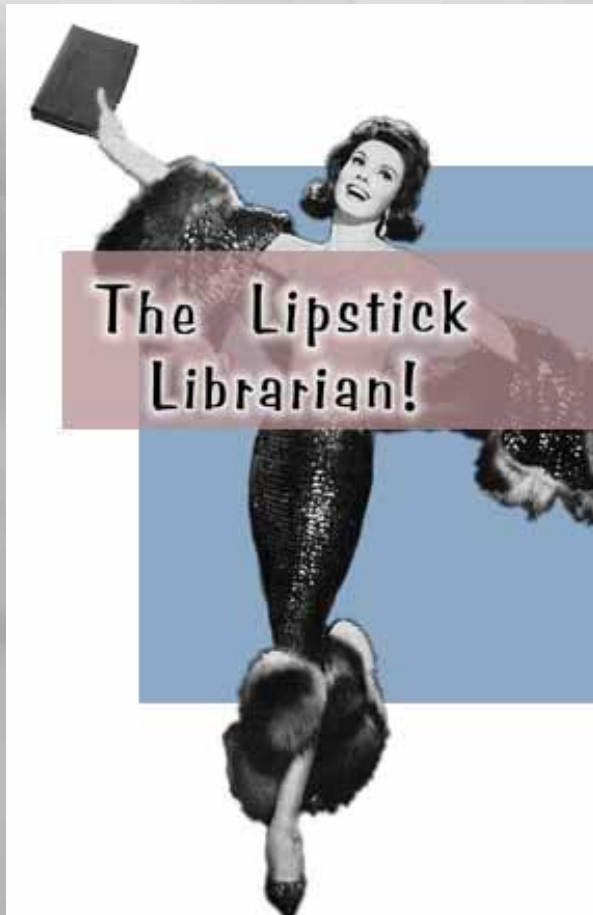
Maar bovenal...andersoortige informatiespecialisten!

Niet zo.....



Reekx...

Maar zo!!!!!!



She's Bold!!!

She's Sassy!!!

She's Helpfull!!!

She's.....

Maar hoe?

1. **Vaststellen uitgangspositie;**
2. **Uitvoeren situatieanalyse;**
3. **Uitvoeren SWOT-analyse;**
4. **Vervaardigen confrontatiematrix;**
5. **Bepalen strategische opties en maken van keuzes;**
6. **Segmenteren markt en bepalen van targets;**
7. **Bepalen positionering;**
8. **Bepalen marketingdoelstellingen;**
9. **Ontwikkelen marketingstrategie;**
10. **Invullen marketinginstrumenten (de 5 P's);**
11. **Maken activiteitenplan;**
12. **Feedback en evaluatie.**

Maak strategische keuzes!



Toon uw meerwaarde aan! (1)

- Hoe maak ik mijn meerwaarde duidelijk?
 - ▶ Wat zijn de kernactiviteiten van uw organisatie?
 - ▶ Wat is uw toegevoegde waarde?
 - ▶ Wat doet u dan precies?
 - ▶ Voor wie doet u dat?
 - ▶ Wat zijn de kosten en opbrengsten?

Toon uw meerwaarde aan! (2)

- Waar zit uw toegevoegde waarde (wat kunt u beter, sneller, goedkoper dan anderen)?
- Hoe maakt u uw toegevoegde waarde bekend?



Communiceer uw meerwaarde!

- Wat communiceren?
 - ▶ Meerwaarde;
 - ▶ Producten en diensten;
 - ▶ Succesverhalen.

- Aan wie communiceren?
 - ▶ Belangrijkste interne en externe doelgroepen;
 - ▶ Financiële beslissers;
 - ▶ Leidinggevenden;
 - ▶ Collega's.

Positioneer uw meerwaarde!

- Positionering en imago;
- Inzicht in de kernactiviteiten van de organisatie;
- Werkprocessen van de klant;
- Informatiestromen in de organisatie;
- Pro-activiteit;

Het draait uiteindelijk om de positie die u inneemt

→ gedrag beïnvloeden ←

Maar wat verkoopt u nu eigenlijk?

- Wat is de waarde van informatie?
- Wat is de prijs van informatie en van informatiediensten?
- Wat is uw Return on Investment?

Wist u dat?

- Werknemers bijna een kwart van hun dag speuren naar informatie, maar zelden vinden wat ze zoeken? Deze verloren uren kosten miljarden;
- Slechte classificatie van content een organisatie met 10.000 gebruikers gemiddeld € 10 mln. per jaar kost?
- 20% van de tijd van een medewerker wordt besteed aan het herontdekken van kennis die reeds ergens anders in de organisatie aanwezig is?

(Bron: Gartner en Delphi Group)

Wat gaat u nu eigenlijk doen?



Een kwestie van kiezen

Cheshire Kat, vroeg Alice. Wil jij mij alsjeblieft vertellen welke kant ik op moet vanaf hier? Dat ligt er voornamelijk aan waar jij naartoe wilt, zei de Kat. Naar de klant, zei Alice. Dan staan ze daar, aan de overkant op je te wachten, zei de Kat.

Bart van der Meij, 2006

*Directeur Projecten en senior-adviseur Reekx,
Klanten winnen: een kwestie van kiezen*