



# Nieuwsbrief December 2014

**Een goed verhaal blijft altijd hangen.**



Dat is de leerervaring na het beluisteren van de enthousiaste spreker Reinoud van Assendelft de Coningh.

Het thema van deze middag: hoe leg je het accent op *management, marketing & storytelling*?

Reinoud van Assendelft de Coningh (achtergrond Kleinkunstacademie en cabaretgroep) was zes jaar lang hoofd commerciële zaken bij de Efteling. Als adjunct-directeur zette hij attracties als Droomvlucht en Villa Volta in de markt. Hij werkte een aantal jaren bij Endemol en heeft nu een eigen adviesbureau voor de vrijetijdsector. [Meer](#)

## Bedrijven Contact Groep ligt op koers

Het afgelopen jaar is er bij de Bedrijven Contact Groep (BCG) veel gebeurd. John den Boef heeft, wegens het aanvaarden van werk, de voorzittershamer overgedragen aan Leonard Holtzer. De BCG is verder gegaan met het zich eigen maken van de werkzaamheden van een accountmanager om nog beter beslagen ten ijs te komen bij het bezoeken van de bedrijven. [Meer](#)

## Twee uur les van een vakman: het werk van een account manager



26 november 2014: Arie van Laar, per 1 december Commercieel Manager bij Randstad Technologies en belast met het opzetten van de regio Oost voor Randstad, komt de leden van de BCG vertellen wat het werk van een accountmanager inhoudt. Wat zijn de do's en de don'ts en wat zijn nuttige tips en trucs om een gesprek in te gaan met een klant. [Meer](#)

## Een goed verhaal blijft altijd hangen.

De kern van zijn verhaal: op dit moment leven we in een beleveniseconomie. Dat wil zeggen dat niet alleen de grondstof en het product van belang zijn voor de klant, maar vooral welke beleving hij/zij daarmee ervaart.

Als je je product of dienst in de markt wil zetten, dan is het belangrijk om je te realiseren dat dit product of deze dienst een *gevoel* moet losmaken bij de (potentiële) klant. Het verhaal moet aanspreken en blijven hangen. Daarbij helpt 'de kracht van woorden'. Voorbeeld: de Efteling verkoopt 'de beste jeugdherinnering'.

Wanneer het gaat om marketing, bedenk dan wat het probleem zou kunnen zijn voor de klant en geef aan dat JIJ de oplossing hebt/ bent. Voorbeeld is het jonge bedrijf Jeeves, dat vanuit transport- en taxidiensten een hele keten aan activiteiten voor ouderen heeft opgericht.

Reinoud legt ons uit wat het verschil is tussen 'Identiteit' en 'Imago'. Identiteit is hoe je gezien wil worden (in jouw hoofd) en Imago is hoe de markt (de consument) jou ziet. Het is dus nodig om de beleving van de consument bij jouw product te kennen om Identiteit en Imago op elkaar aan te laten sluiten. Een voorbeeld is Lovemarks (term en concept van Kevin Roberts): de relatie van de klant met jouw product is gebaseerd op liefde, empathie en betrokkenheid. Dus niet alleen op een goede naamsbekendheid. Passie voor je product en dat uitstralen is essentieel.

Het helpt om met 5 sleutelwoorden te bepalen waar de kwaliteit van jouw product/ dienst op gebaseerd is. Wat zijn de drie belangrijkste dingen die klanten over ons doorvertellen?

Volgens trendwatcher Adjiedj Bakas wordt 2015 volgens de Chinezen het *Jaar van de Geit*, wat staat voor verantwoordelijkheidsbesef, mededogen en creativiteit. Wat betekenen deze trends voor de marketing van jouw product/dienst?

Reinoud schotelt ons vijf vragen voor:

1. wat wordt de invloed van deze trend op mijn product?
2. wat moet ik nú doen om er later op in te kunnen spelen?
3. wat is het effect als ik dit nu negeer?
4. is dit een keerpunt?
5. wat zijn de mogelijke bijeffecten?

Tijdens het vertellen van zijn voorgeschiedenis gebruikt Reinoud dikwijls zinsneden als: 'ik had het geluk dat ik (die-en-die) tegenkwam...' of 'toevallig sprak ik .... die wist dat (daar-en-daar) iemand gezocht werd'.....

Zijn positieve kijk op het werkend leven geeft tegelijk het belang van een goed netwerk aan. En dat is waarvoor onze netwerkgroep maandelijks bij elkaar is.

Tot slot nog wat oneliners van Reinoud:

'People like to collect memories rather than things' (Bob Rogers).

'Story first, business second, product third'.

'Geluk is de kunst van de kleine beetjes' (Jo Wijnen in de Gelderlander).

'Als je alles loslaat, heb je handen vrij om (de toekomst) te grijpen'.

'If you can dream it, you can build it'.

Zijn boekentip: De Alchemist - Paulo Coelho: probeer je legende waar te maken

Marleen van Noort

[Terug](#)

## **Bedrijven Contact Groep ligt op koers**

Het vinden van Boegbeelden was de eerste stap die begin dit jaar met succes is gezet. Bekende Nijmegenaren hebben ons manifest al ondertekend en daarmee te kennen gegeven achter het initiatief van de Netwerkgroep45plus te staan.

Wethouder Turgay Tankir (gemeente Nijmegen)  
Ronald Migo (oud directeur KvK)  
Rikus Wolbers (directeur Novio Tech Campus)  
Chris Doomernik (directeur Health Valley)  
Hans van Hooft (fractievoorzitter SP)  
Erna van de Ven (directeur Orientalis)  
Joost Bouman (directeur RNCT)  
Hein van der Pasch (directeur Mercator Incubator)

Vervolgens hebben we bedrijven en ondernemers bezocht met het doel de Netwerkgroep45plus onder hun aandacht te brengen. Met wisselend succes krijgen de leden van de BCG daadwerkelijk een gesprek met een ondernemer. In een aantal gevallen komen de BCG leden niet verder dan het secretariaat, maar als ze een gesprek hebben, dan is dat ook meteen een succes.

Ondernemers willen graag over hun bedrijf vertellen en zijn bereid om onze groep in gedachten te houden, wanneer zich een gelegenheid tot werk voordoet.

We hebben succesvol met bedrijven als Berko Wijchen bv, Kropman Installatietechniek, Quantore, InnovioPapers, WeVerhuizen (onderdeel van Verkroost), Orient Plaza en Spierings Medische Techniek gesproken. Andere bedrijven, zoals in de sectoren techniek, zorg en horeca zijn benaderd.

Er zijn contacten met de IKN (Industriële Kring Nijmegen), de gemeente Beuningen, Driestroom in Elst en natuurlijk met Health Valley, Novio Tech Campus en het Regionaal Nijmeegs Centrum voor Technologie (RNCT).

Ook heeft de BCG een aantal professionals gevraagd om een presentatie te geven. Zie hiervoor de impressies in deze nieuwsbrief.

Met de Driestroom staat een symposium met als thema 'Creatieve kansen creëren in de zorg' gepland. Dit symposium is afgelopen jaar voorbereid, maar is uitgesteld omdat een aantal sprekers verhinderd was. De planning is om dit symposium volgend jaar te houden.

Inmiddels is het aantal BCG leden gegroeid tot 15 mensen. Enkele mensen zijn weer uitgestroomd, omdat zij werk hebben gevonden. Er zijn ook mensen gestopt, omdat zij de prioriteit aan andere zaken geven. Gelukkig zijn er ook actieve leden ingestroomd. Er is nog altijd behoefte aan nieuwe en gemotiveerde mensen. Als men zich aanmeldt, wordt men geïnformeerd wat de BCG doet en waar de BCG voor staat. Daarna kan men worden ingezet om de Netwerkgroep45plus te vertegenwoordigen bij bedrijven.

Volgend jaar gaat de BCG gestaag door met haar activiteiten om de leden van de Netwerkgroep45plus zichtbaar te maken bij ondernemers in de regio en wordt de professionaliteit van de BCG verbeterd. De after-sales moet nog beter worden ingericht,

de website (deel van de BCG) en de communicatie worden verder onder de loep genomen.

Natuurlijk streeft de BCG naar nieuwe successen in 2015, maar voor het zover is wensen wij iedereen goede feestdagen en een gezond nieuwjaar.

Namens de Leden van de BCG,  
Leonard Holtzer

[Terug](#)

## **Twee uur les van een vakman: het werk van een account manager**

De leden van de BCG hebben de volgende vragen:

Hoe benader ik een nieuw contact?

Hoe kom ik langs de secretaresse van een belangrijk persoon?

Wat is een goede tactiek?

Wat vertel ik aan de telefoon? Wat in het gesprek?

Is het belangrijk om eerlijk te zijn? Of moet je soms bluffen?

Wat is het juiste moment om contact te zoeken?

Wanneer eerst over koetjes en kalfjes praten en wanneer direct tot de kern komen in een gesprek?

Eerlijkheid maakt je tot een serieuze gesprekspartner. Goed voorbereid te werk gaan is belangrijk en de taal van de (beoogde) klant spreken ook. Net als goed kunnen luisteren en observeren.

Vasthoudendheid is een van de 'kerneigenschappen' van een accountmanager, sommige zaken duren lang. Laat je niet ontmoedigen, maar ook niet 'trekken aan een dood paard', is de boodschap van Arie van Laar.

Met een rugzak vol tips zullen de leden van de BCG nog beter de gesprekken ingaan met de te bezoeken bedrijven. We kunnen onze leden van de Netwerkgroep45plus nog beter vertegenwoordigen.

[Terug](#)