

Bedrijfscoaching

Zeeland

*Leo van 't Veer*

**Expert Vermarkten**

**Geregistreerd Bedrijfscoach**

**Coach level**

Senior Practitioner

# Diverse coach technieken

## Face to face en Remote

### **Remote Coaching**

- **Op ieder moment**
- **Geen reistijd**
- **Geen planning**
- **Snel en efficiënt**
- **Veel korte contact momenten**
- **Tot 50% goedkoper**



# Coachen maakt het verschil !



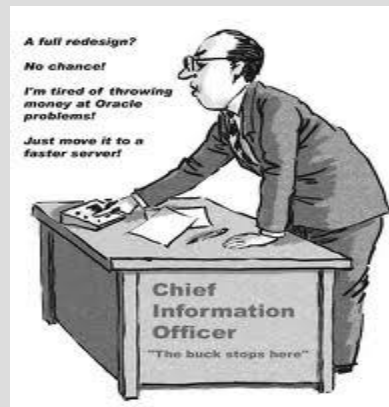
**Trainen**



**Advies**



**Therapie**



**managen**



**Coachen**

# Het Verschil

## **De Trainer**

Ik weet een manier en die kan ik je leren

## **De Adviseur**

Ik weet de oplossing en die kan ik je vertellen

## **De Therapeut**

Ik denk dat ik weet wat je mankeert

## **De manager**

Ik ken onze doelstelling dus ik weet hoe jij je taak moet uitoefenen.

## **De Coach**

Ik weet het niet, laten we er samen achter zien te komen

# Definitie van Vermarkten

## producten en diensten

Vermarkten is **de optimale mix** van handelingen en processen voor het creëren, leveren en uitwisselen van producten die waarde hebben voor klanten, partners en de samenleving als geheel.

# Definitie van Vermarkten personen

Alle acties die leiden tot persoonlijk inzicht.  
in kwaliteiten, vaardigheden, drive,  
inspiratie en motivatie. Deze waarden  
vormen de energiebron, die het  
functioneren verrijken.

# **Bedreigingen in 2015**

- **Opdrachten staan onder druk**
- **Concurrentie neemt toe**
- **Opdrachtgevers worden kritischer**
- **Marktveranderingen gaan sneller**
- **Lagere tarieven / marges**
- **Willekeur van partijen en financiers**
- **Resultaat verplichting**

# Fases van vermarkten

## kritische factoren

Idee

Creatief proces / Analyse  
Financiering eigen middelen

ontwikkeling

Werkend concept  
kritische evaluaties  
Subsidie, investors

Demonstratie

Pilots  
subsidie, investors, banken

Introductie

Beurzen, klanten,  
opdrachtgevers

Promotie

Brede markt introductie  
Investeerders / banken

Stabiele fase

Kwaliteit, betrouwbaarheid, winst  
Investeerders, banken, eigen verm



# Fases van vermarkten

Idee

ontwikkeling

Demonstratie

Introductie

Promotie

Stabiele fase

**Integrale aspecten**

**Technologie**

**Product / Dienst**

**Markt**

**Organisatie**

**Financien**

**Netwerken**

**Externe ontwikkelingen**

# Onderdelen van je plan

**Markt onderzoek** / eisen, wensen, trends

**Financien** / verdienmodel

**Personal branding / corporate branding** / onderscheidend vermogen

**Product, Dienst** / getoetst op 40 criteria

**Markt orientatie** / voorbereiding op de confrontatie met de markt

**Communicatie** / een mix afgestemd op de 7 niveaus in het koopproces

**Actie en ontwikkelingsplan** van persoon, bedrijf, product.

**Tijdsplanning** / wie, wat, waar. wanneer.

**Netwerken** m.b.t. kennis, prod/markt combinaties, totaal oplossing

# Vermarkten is een kwestie van Strategie Tactiek en Intuïtie

Lees over zijn  
tactiek en  
strategie die nog  
steeds van toepassing  
zijn in de moderne  
marketing.

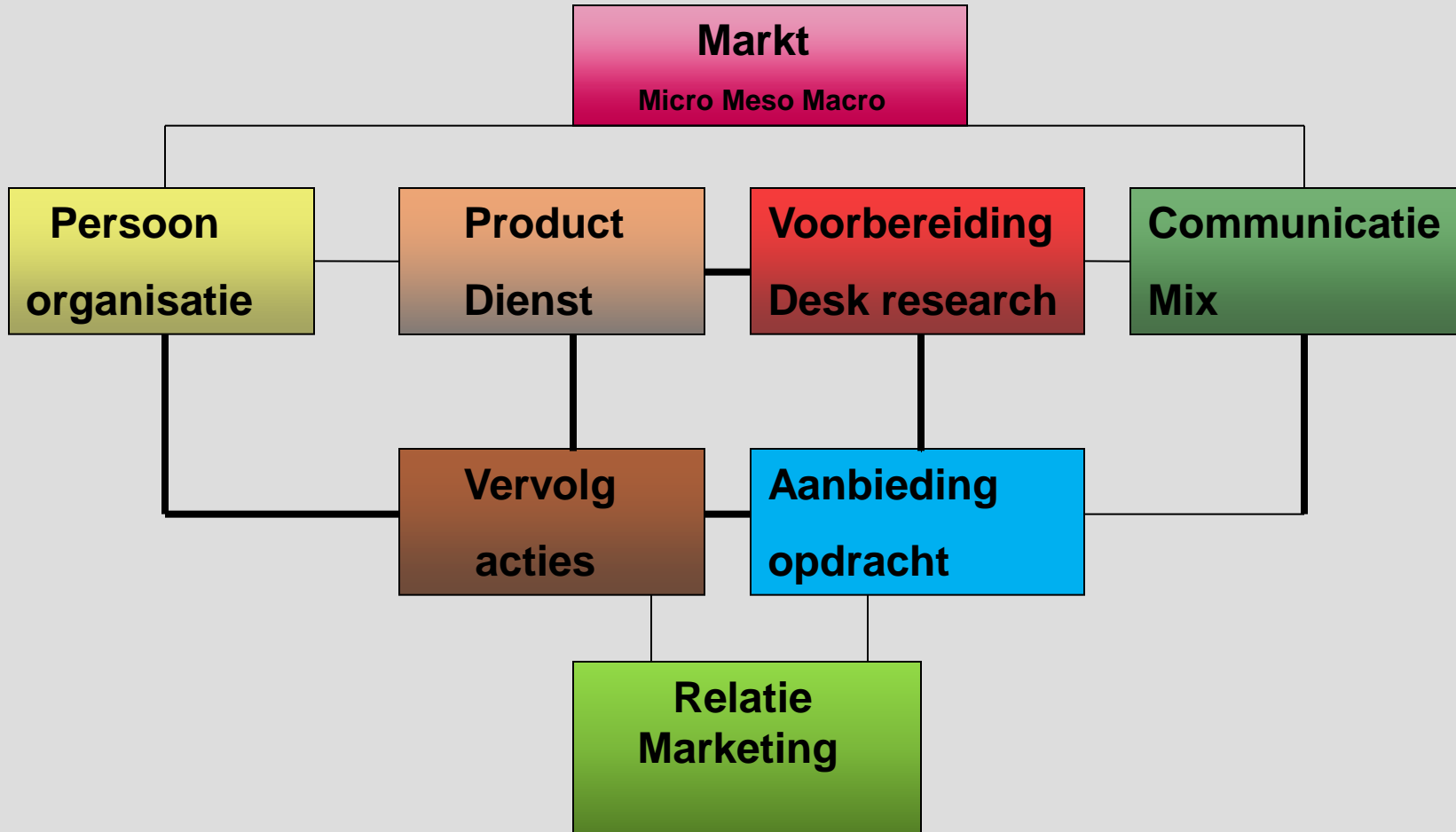


1. De kunst van het oorlog voeren.
2. Oorlog voeren voor vrouwen.

**Sun Tzu 550 jr voor Chr**

# Leergang Vermarkten

Een training in professioneel vermarkten



# Een checklist voor iedere fase in het proces van vermarkten

niveau 1 = slecht niveau 5 = uitstekend					
				1-5	opmerking
<b>1</b> <b>Markt</b>	<b>Onderzoek</b>  <b>Swot analyses</b>	<b>Micro</b>	Sterkte Zwakte Mogelijkheden Bedreigingen Financiering kennis		
		<b>Meso</b>	Potentieel Concurrenten Doelgroepen Subsidies /financiering Branche /segment Kanalen /netwerken Leveranciers/partijen		
		<b>Macro</b>	Trends Economische ontw regelgeving innovatie		
<b>2</b> <b>Persoon en/of Organisatie</b>	<b>Personal en Corporate branding</b>	Talenten/ Kennis  Balans Vaardigheden Competenties  Tools  Pitch  Imago / Cultuur Klant,product,prijs	Emotioneel /sociaal Netwerken Privé / zakelijk Leads genereren Gesprekstechniek leiderschap verkoopstechniek marketingkennis Presenteren Acties uitvoeren CV /profiel probleem versus aanbod Gedrag / houding Strategie bepaling		
<b>3</b> <b>Product of Dienst</b>	<b>inventarisatie van de kwaliteit</b>	Nut en Doel Doelgroep effect Toepassing ,rendement Benefits  Bescherming Promotie Aandacht,probleembewust- making Actiegericht,consistent Product, dienst, klant Methodiek, medium Web, tele.m, pers comm Direct mark. Voorwaarden Referenties Hoog,laag drempelig Niveaus  Nieuws ,technische beschr Helpdesk  Follow up service,meting, Analyseren,herijken	Wat is het? Wat doet het? Voor wie is het? Wat levert het op? De / uw voorwaarden De nulmeting De resultaatmeting Octrooi Presentaties Brochure / Website Mailings/ flyers Productbeschrijvingen Demo's Prijs Strategie positieonering Communicatie str. Pilots /voorwaarden Marketing-mix Overeenkomsten aansprakelijkheid Cases Ambiance Product / modules Cross selling Literatuur Service systeem Rapportering,verslag		

# Marketing is een persoonlijk groeiproces



**Kennis** —————> **Kunde** —————> **Kunst**

# Definitie van Kunst

**K**walificeren

**U**niek zijn

**N**ut / Rendement aantonen

**S**trategie hebben

**T**actiek toepassen



**kunst**

**Ken uw USP's**  
**Ken de UPP's**  
**Ken de UBP's**  
**Ken uw Niche**





# MARKETING MODEL

80 % van uw omzet

**Relaties 7.**

High volumes

**Klanten 6.**

Medium volumes

**Kopers / Low volumes 5.**

**Hot Prospects 4.**

**Warm Prospects 3.**

**Cool Prospects 2.**

**Leads 1.**

**Uw marktsegment**

**Uw verticale // horizontale markt**

**Data Bestand**

**Relaties**

# Communicatiemix

**Klanten**

medium volumes

**Kopers / low volumes**

**Hot Prospects**

**Warm Prospects**

**Cool Prospects**

**Leads**

**Uw marktsegment**

**Uw verticale // horizontale markt**

**Data Bestand**

**Support**

**Service**

**Telefoon**

**Telefoon**

**white papers**

**Pers.verk**

**Aanbod**

**Brieven**

**social media**

**cases**

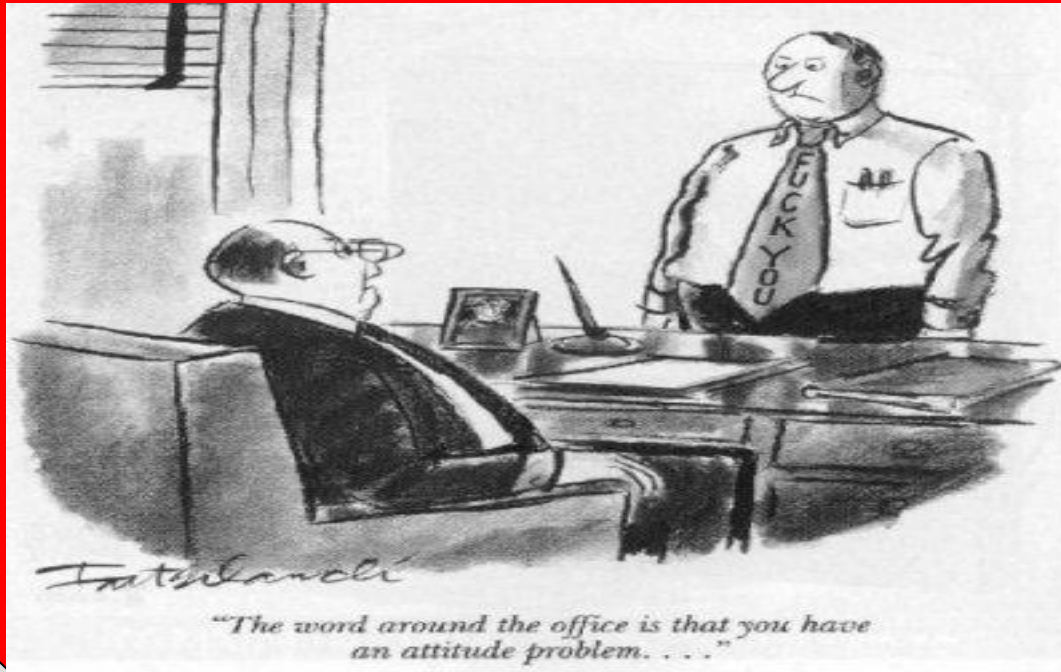
**Telefoon mail**

**internet**

**twitter**

**Advertising**

# Werkt je imago wel positief?



**Zet je talenten  
en kennis**



**om in  
Vaardigheden**

**Personal Branding**

Bedrijfscoaching Zeeland

# Wat is uw Pitch?



De connectie tussen de  
oorzaken van het probleem  
en hetgeen u kunt bieden

# Hoe ga je om met weerstand?

**Weerstand ► Begrip ► Overeenstemming**

**Wij hebben al een leverancier.**

**Wij hebben slechte ervaringen met...**

**Uw bedrijf is te klein**

**Uw concurrent werkt goedkoper.**

**U heeft te weinig ervaring.**

**U heeft geen referenties.**

**\*\*\***

# Ken uw gesprekspartner

**confronterend**

**Extravert**

**Harmonieus**

**Gesprekspartner**

**Acquisiteur**

**Competitief**  
**Communicatief**  
**Praat over zichzelf.**  
**Overheersend**  
**Snel beslissen**  
**Uiterlijk vertoon**  
**Initiatief**  
**Veel doen**

**Hou in de gaten wat positief aan hem is.**  
**Zet positief om in gepaste bewondering.**  
**Stel veel open vragen.**  
**Haak in op zijn Succesverhalen.**  
**Relativeer ze niet.**  
**Hou dynamiek in het gesprek.**  
**Durf je laten sturen.**  
**Wees niet nederig**  
**Kom ook sterk over.**

**Prestige**

**Gesprekspartner**

**Acquisiteur**

**Spraakzaam**  
**Attent**  
**Vriendelijk**  
**Enthousiast**  
**Geïnteresseerd**  
**Associatief**  
**Mensgericht**  
**Reactief**

**Zijn tijdsbewustzijn serieus nemen.**  
**Spreek concrete Taal.**  
**Beantwoord vragen met open tegen vragen.**  
**Draag bewijzen en feiten aan.**

**Er bij horen**

# Introvert

## Confronterend

Gesprekspartner

Acquisiteur

Kritisch  
Kort van stof  
Feitelijk  
Direct  
To the point  
Doelgericht  
No nonsense  
Geen uiterlijk  
vertoon.

Blijf vriendelijk  
Blijf kordaat.  
Wacht op stilte.  
Breek in met noemen  
van zijn naam.  
Stuur met gesloten  
vragen.  
Maak heldere  
afspraken.  
Gebruik ruil om dingen  
gedaan te krijgen.  
*Als u er voor zorgt  
dat,...dan zorg ik ....*

Het nut voor afdeling / klanten

## Harmonieus

Gesprekspartner

Acquisiteur

Rustig  
Reflectief  
Bedachtzaam  
Rationeel  
Truggetrokken  
Stil  
Luisterend  
Beleefd

Blijf geduldig  
Bied keuzes  
Stel gerust door  
bewijzen en  
referenties.  
Geef concrete  
en feitelijke  
antwoorden.  
Vraag hoe je  
eventuele  
zorgen kunt  
wegnemen.

Vermijden van  
risico

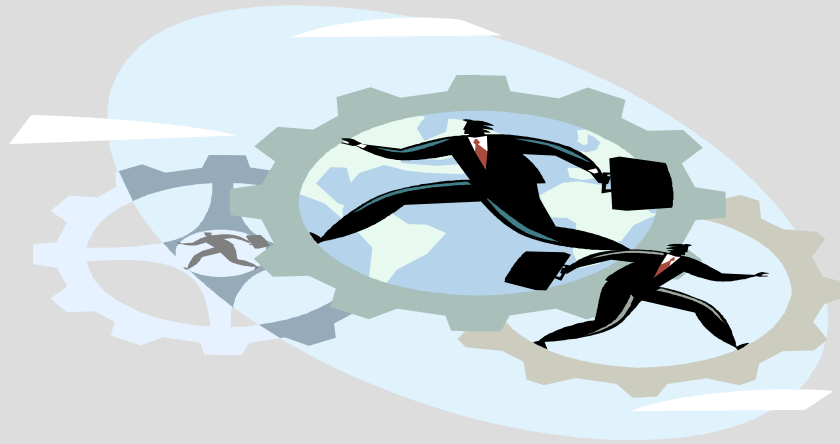


**Je wijze van communiceren bepaalt de reactie,  
ongeacht je bedoeling**



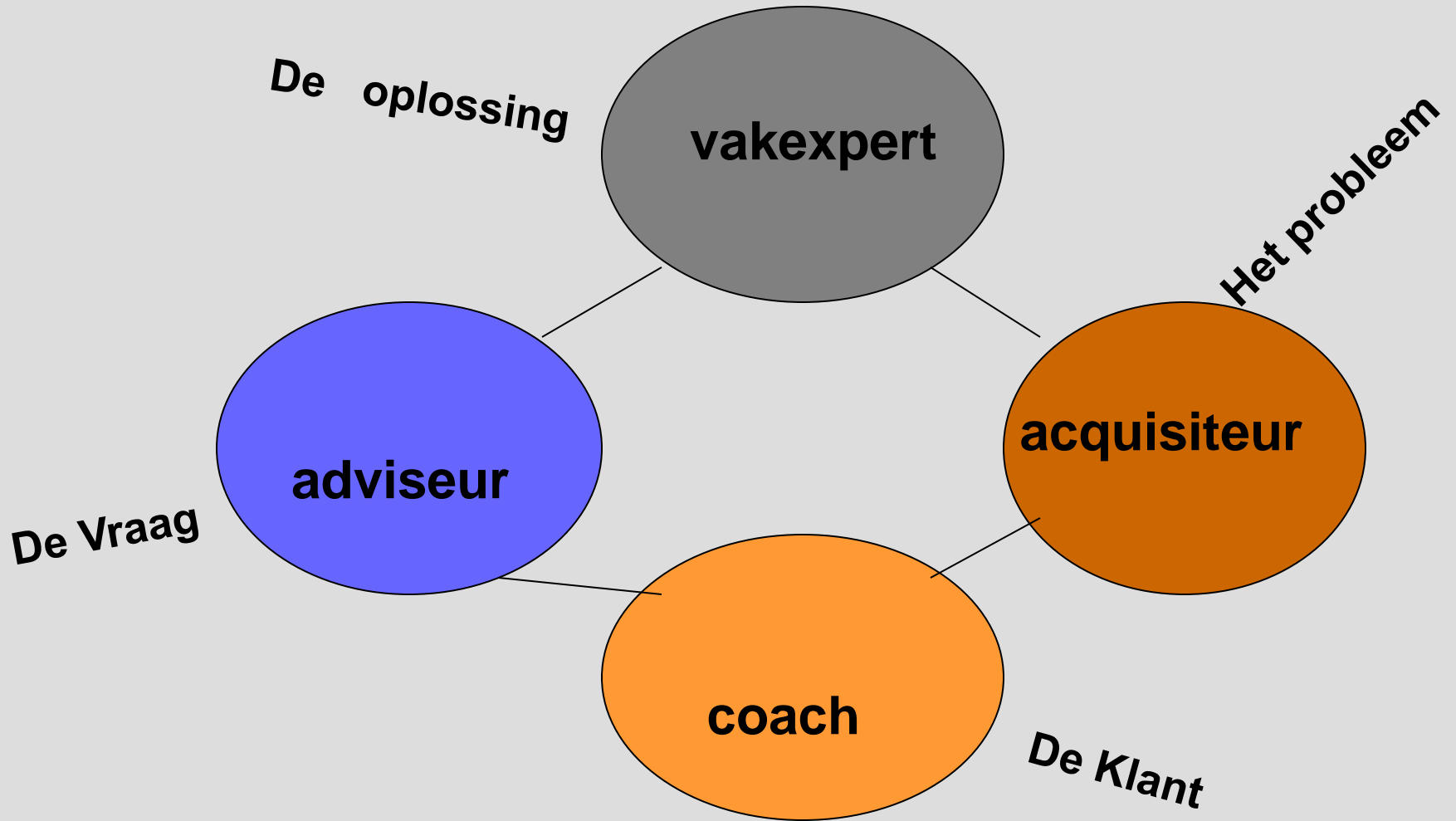
# Tips: Marketing Strategie Test

- Indien de beweringen in jouw strategie meetbaar, in actie om te zetten zijn en je onderscheiden van de concurrentie: Proficiat
- Indien de beweringen in jouw strategie niet meetbaar, in actie om te zetten zijn of je niet onderscheiden van de concurrentie, dan dien je ze te blijven herzien tot ze wel voldoen aan de criteria.
- Een goede marketing strategie wordt aangehouden tot de objectieven bereikt zijn (of tot wanneer de concurrentie omstandigheden drastisch veranderen) en wordt dus niet elk jaar veranderd.

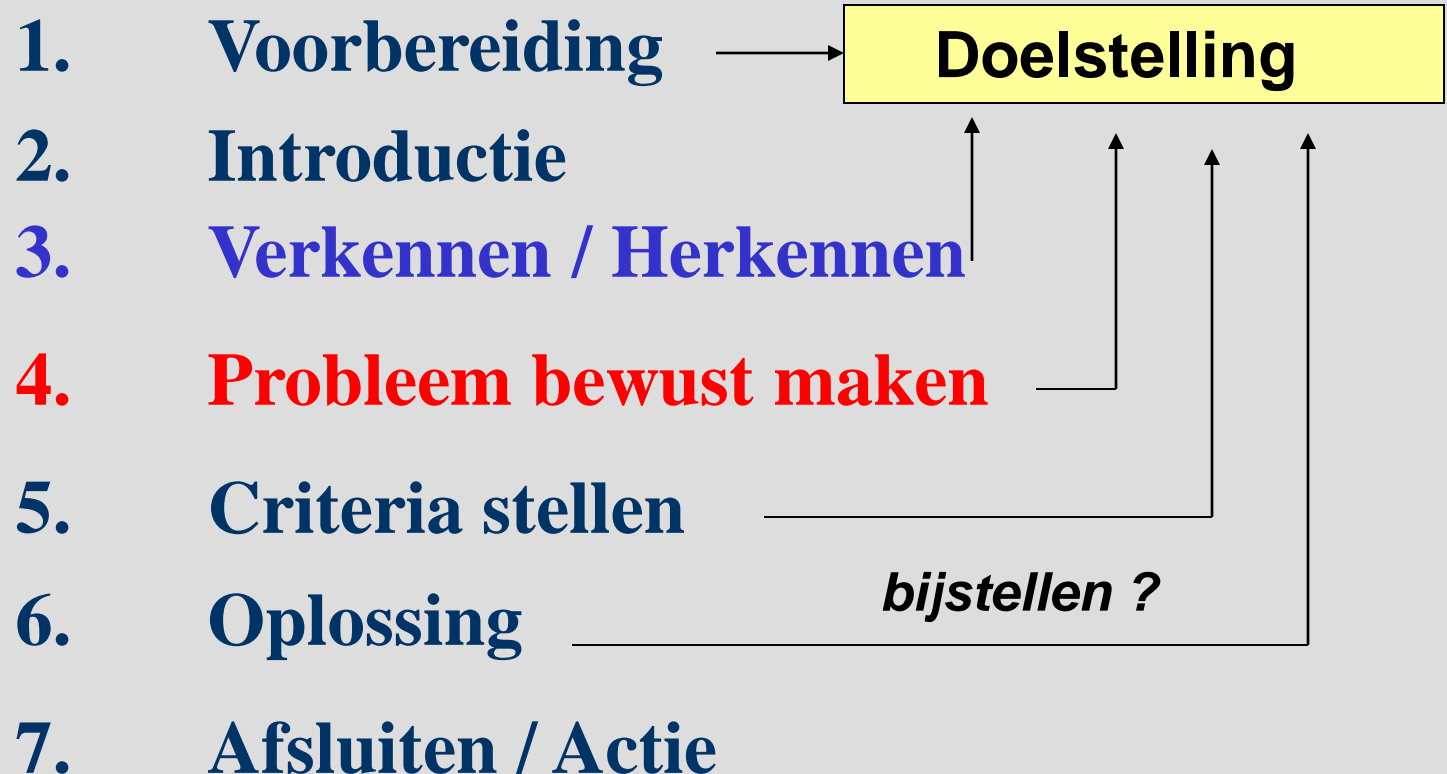


**Veel oplossingen lijken het  
probleem kwijt te zijn**

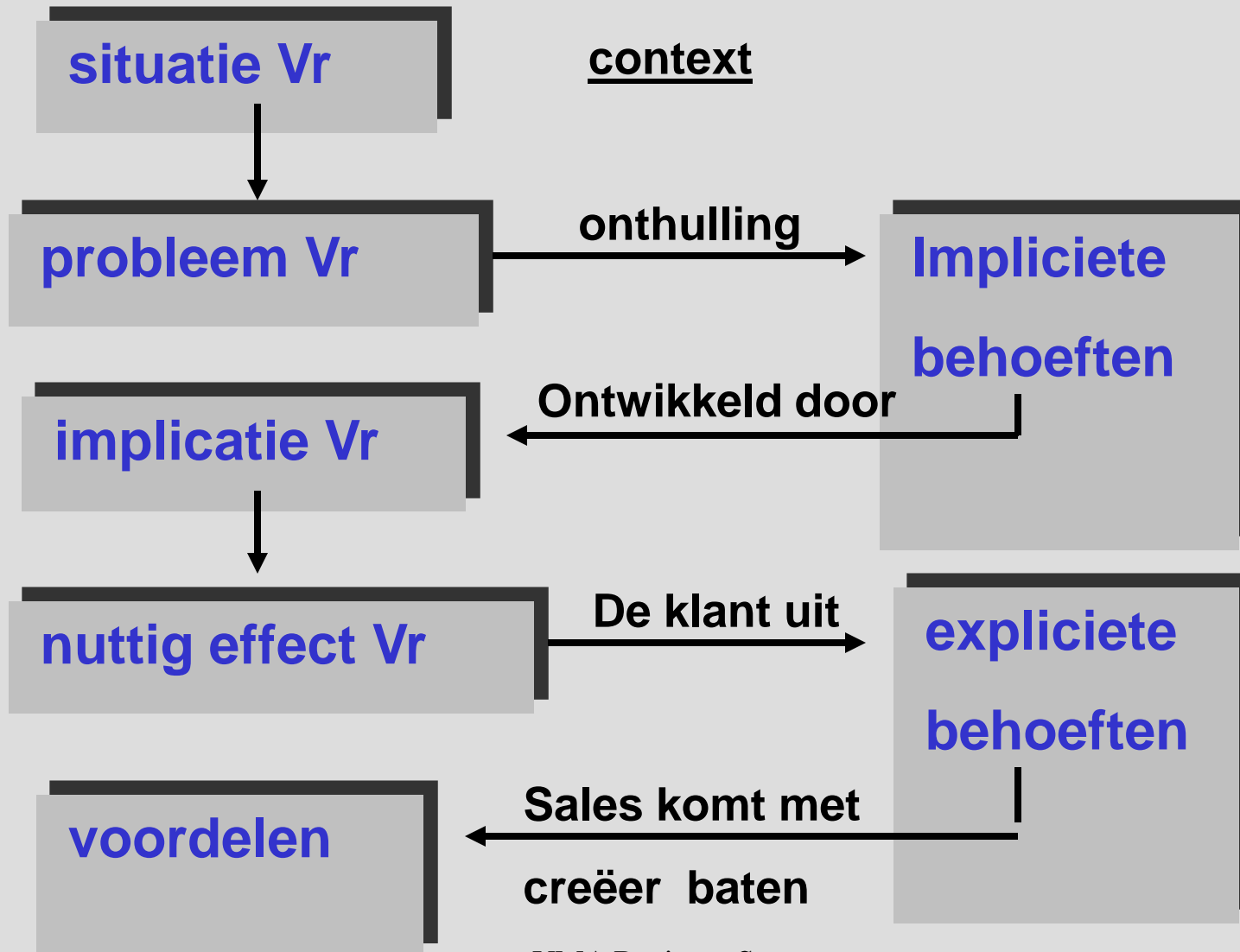
# Combineer ook de diverse rollen in je communicatie.



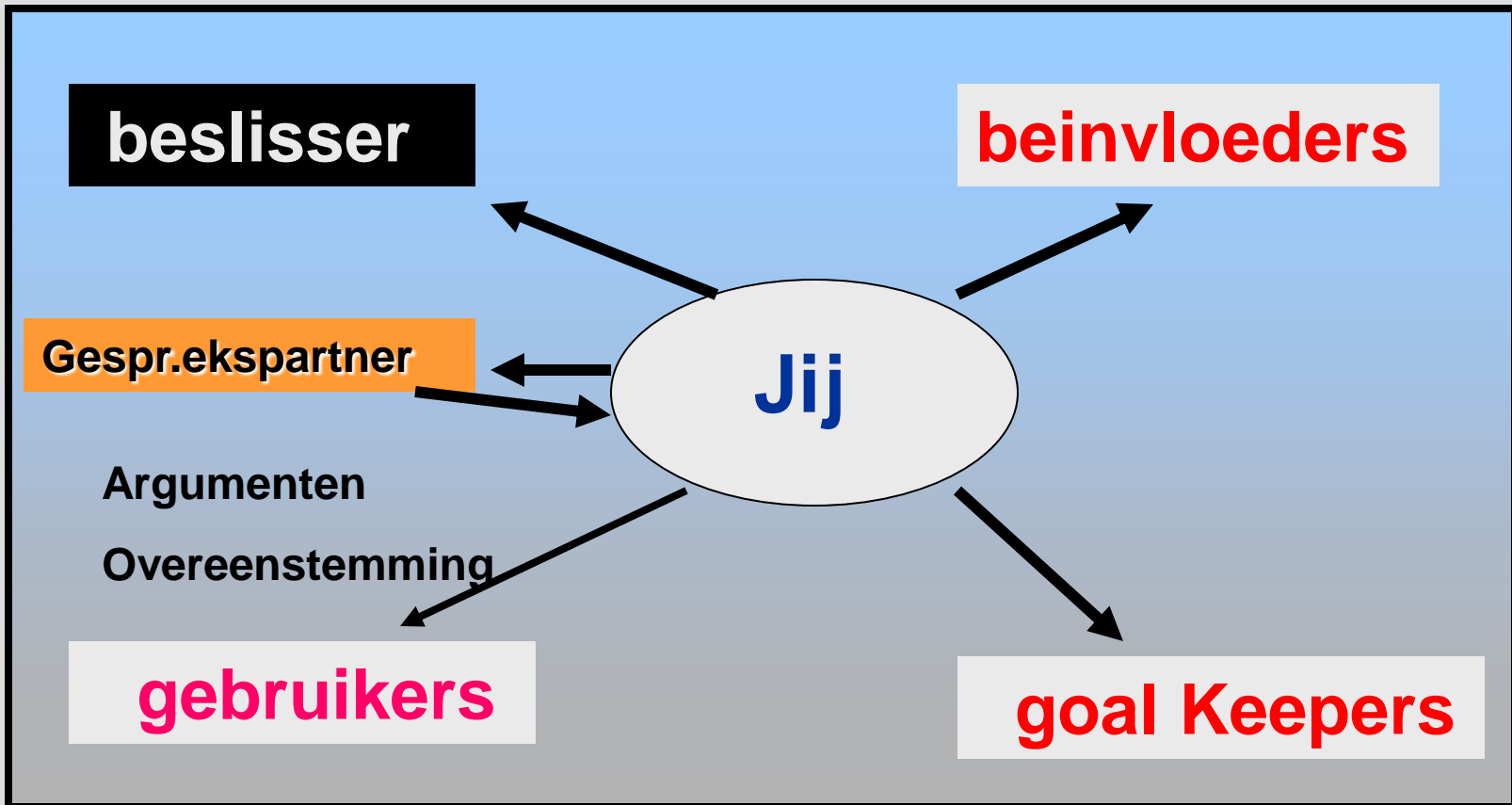
# HET GESPREK



# Hoe maak je je gesprekspartner probleem bewust ?



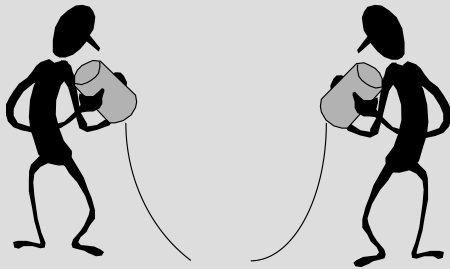
# Hoe houd je de lead in het beslissingsproces?



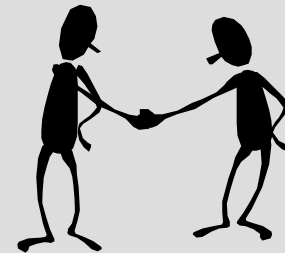
## Pas je aan aan de Cultuur over de grens

Cultuurverschillen tussen  
Vlaanderen en Nederland?  
We spreken toch dezelfde taal?

Dus we begrijpen elkaar!!



Toch?





# Vlaams en Nederlands

2CV/eend/geit

stappen/lopen/rennen

duimspijker/punaise

klappen/kletsen

omslag/envelop

nagel/spijker

motermuis/zwaantje

kleed/jurk

kop/tas

u/gij/jij

grijs brood / bruin brood

aftrekker/flesopener

janet/homo

middag/namiddag

zeuren/zagen

bureel/kamer

(een sollicitatie) weerhouden / aanhouden

botten/laarzen

onthaal/receptie

kuisen/schoonmaken

verstandskies/wijsheidstand

federaliseren/defederaliseren

Ik heb de afgeslagen **botten** in de solden gekocht

=

Ik heb de laarzen met korting in de uitverkoop gekocht

# Enkele (cultuur-)verschillen

## Nederlander

- Hoog profiel / arrogant
- Luide, letterlijke communicatie
- Ingenieurs/planmatig
- Rationeel
- Handelaar
- Iedereen gelijk
- Volgt regels
- Uitproberen
- Druk, druk, druk
- Zoekt consensus

## Belg

- Bescheiden/past zich aan
- Contextuele communicatie
- Bricoleurs/flexibel
- Relationeel
- Bourgondiër
- Respect voor hiërarchie
- Flexibel
- Kat-uit-de-boom kijken
- Alle tijd van de wereld
- Zoekt beslissing

Dit zijn natuurlijk generalisaties!

# Succes

Bedrijfscoaching

Zeeland