

Waardecreatie in industriële markten

Jos Fleischeuer

De marketinguitdaging

- Being market driven or driving the market
- Creating value and capturing it
- Building/protecting resources and exploiting partner networks
- Competitive superiority and meeting or exceeding customer's expectations

Belang van zeer tevreden klanten

- Hogere 'share of customer'
- Lagere transactiekosten
- Testen van nieuwe ideeën, concepten
- Launching customer
- Prijs wordt relatief onbelangrijk
- Je mag een keer een 'foutje' maken

-
- Vertellen het door en genereren nieuwe klanten

Industriële marketing

Het proces om waarde te creëren voor afnemers door op een superieure manier hun probleem op te lossen.

Tevredenheid met de probleemoplossing is een voorwaarde voor een langdurige winstgevendende relatie.

→ Meer rendement voor de eigen onderneming

De essentie

Leverancier

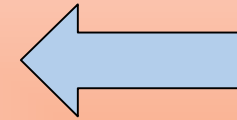


Klant

Vaardigheden
Kennis
Technologie
Cultuur



Producten
Diensten



Probleem

Het probleem van de klant

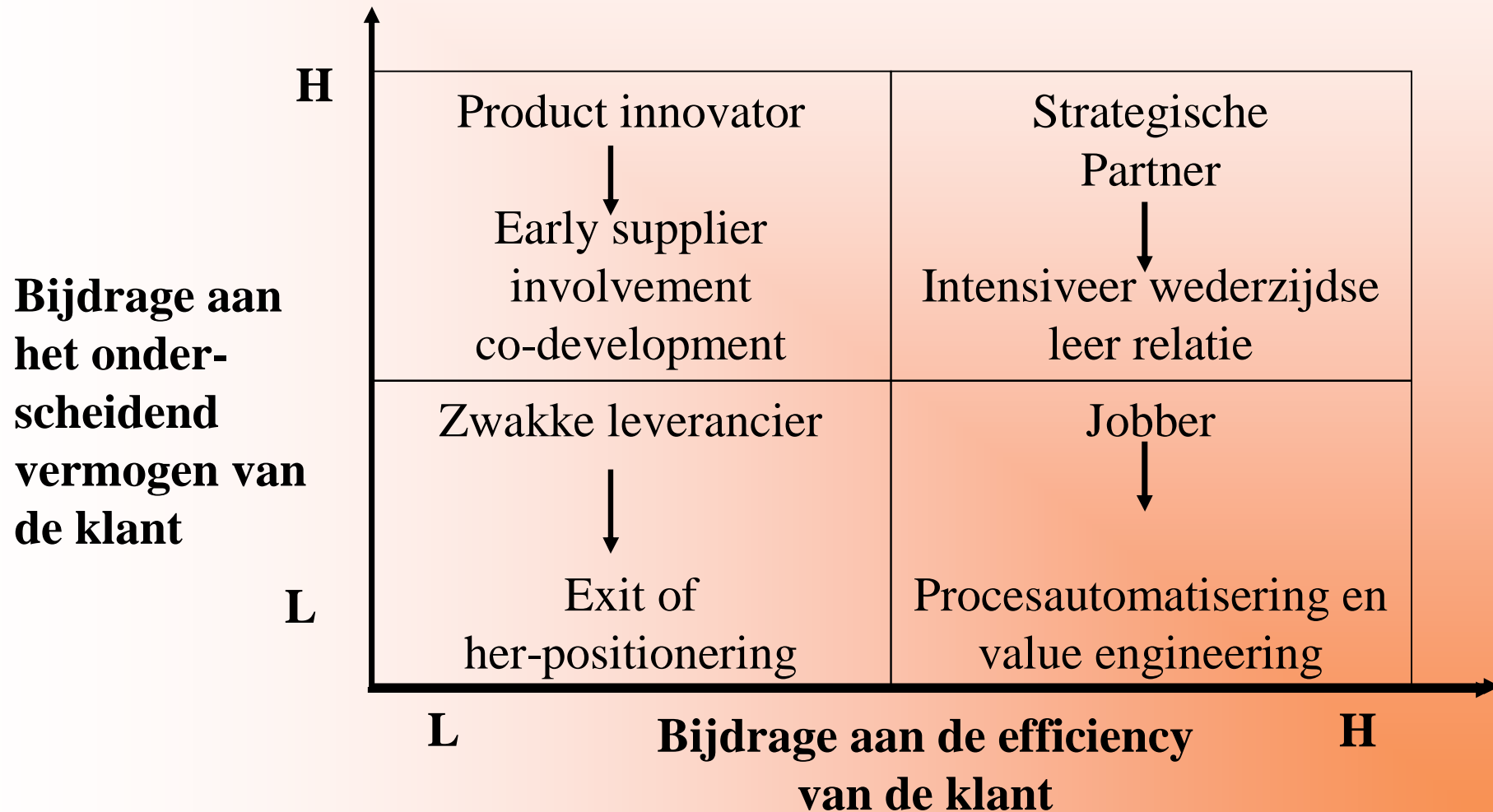
Winst maken is altijd een probleem!

- Productie: efficiënter produceren
- R&D: versnellen productontwikkeling
- Kwaliteit: zero defects
- HRM: ziekteverzuim en medewerkersmotivatie
- M&S: meer sales, betere prijzen
- Financiën: cashflow verbetering

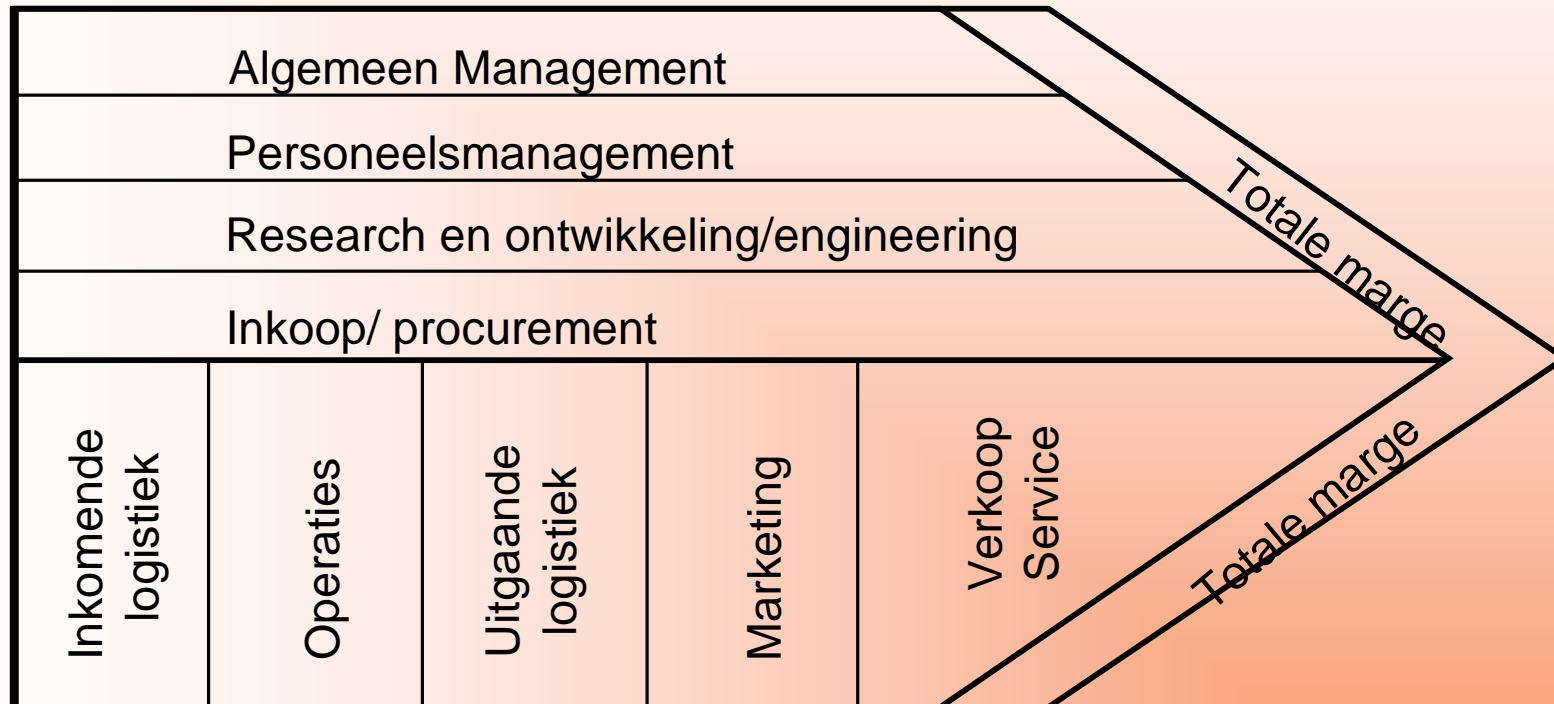
$$\text{Winst} = Q * P - (Q * VK + CK)$$

- Directe kostenbesparingen
- Indirecte kostenbesparingen (TCO)
- Differentiatie van de afnemer

Waardecreatie

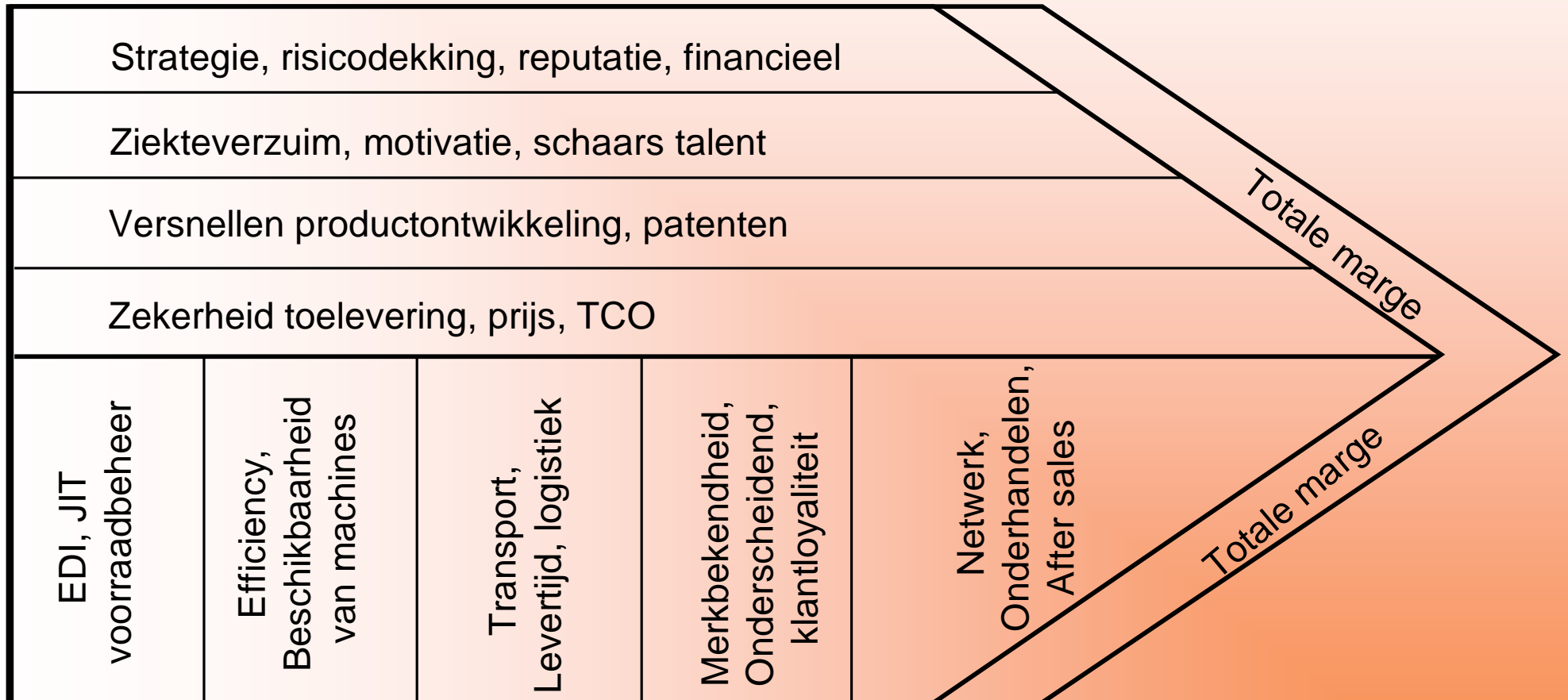


Het waardesysteem van de klant

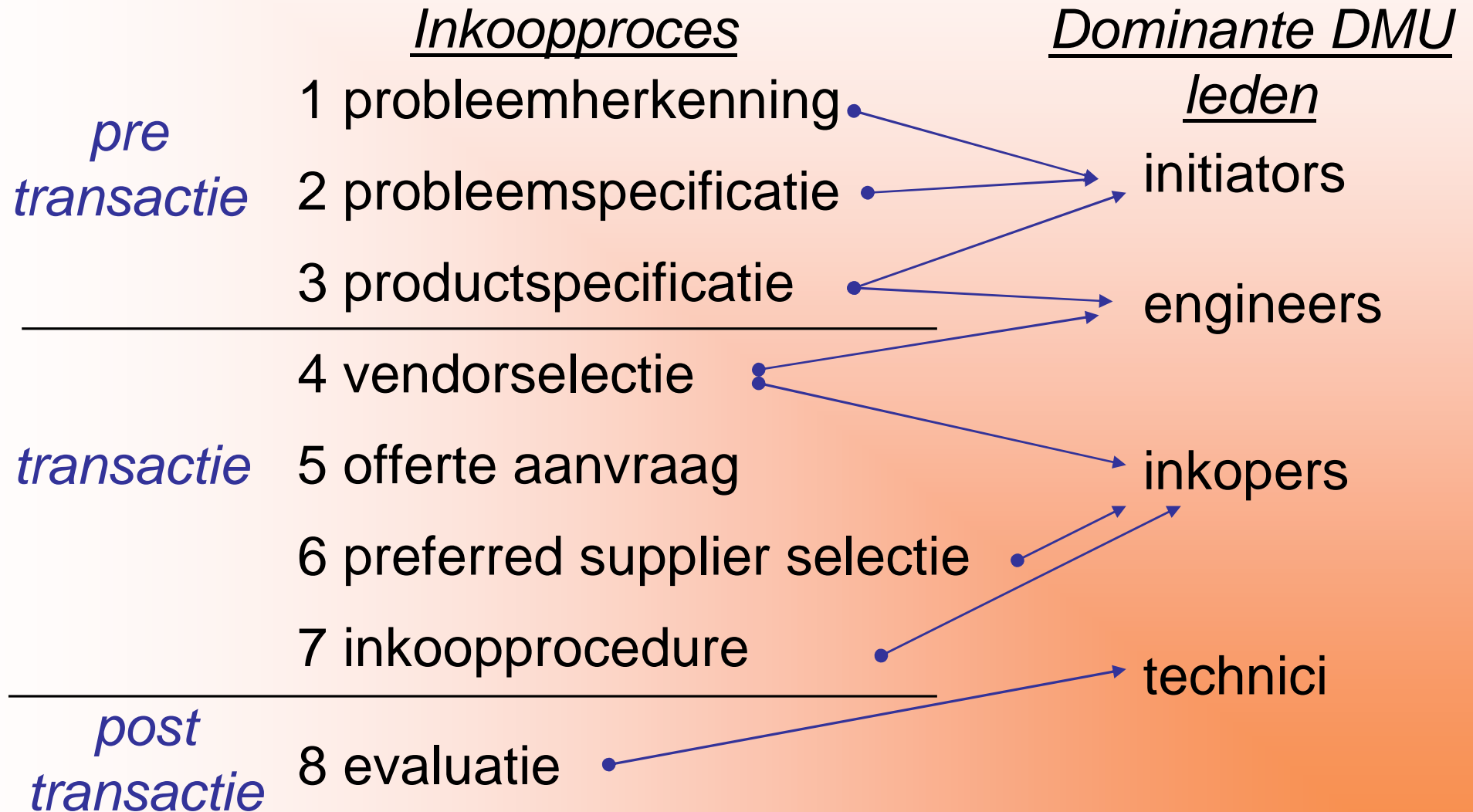


- Waar zitten de kosten- en winst drivers?
- Hoe is het proces georganiseerd?
- Waar zitten knelpunten, problemen?
- Hoe zit de organisatiestructuur in elkaar?
- Wat zijn de key challenges?
- Hoe ziet de strategie van de klant eruit?
- De doelstellingen?
- Etc. etc.

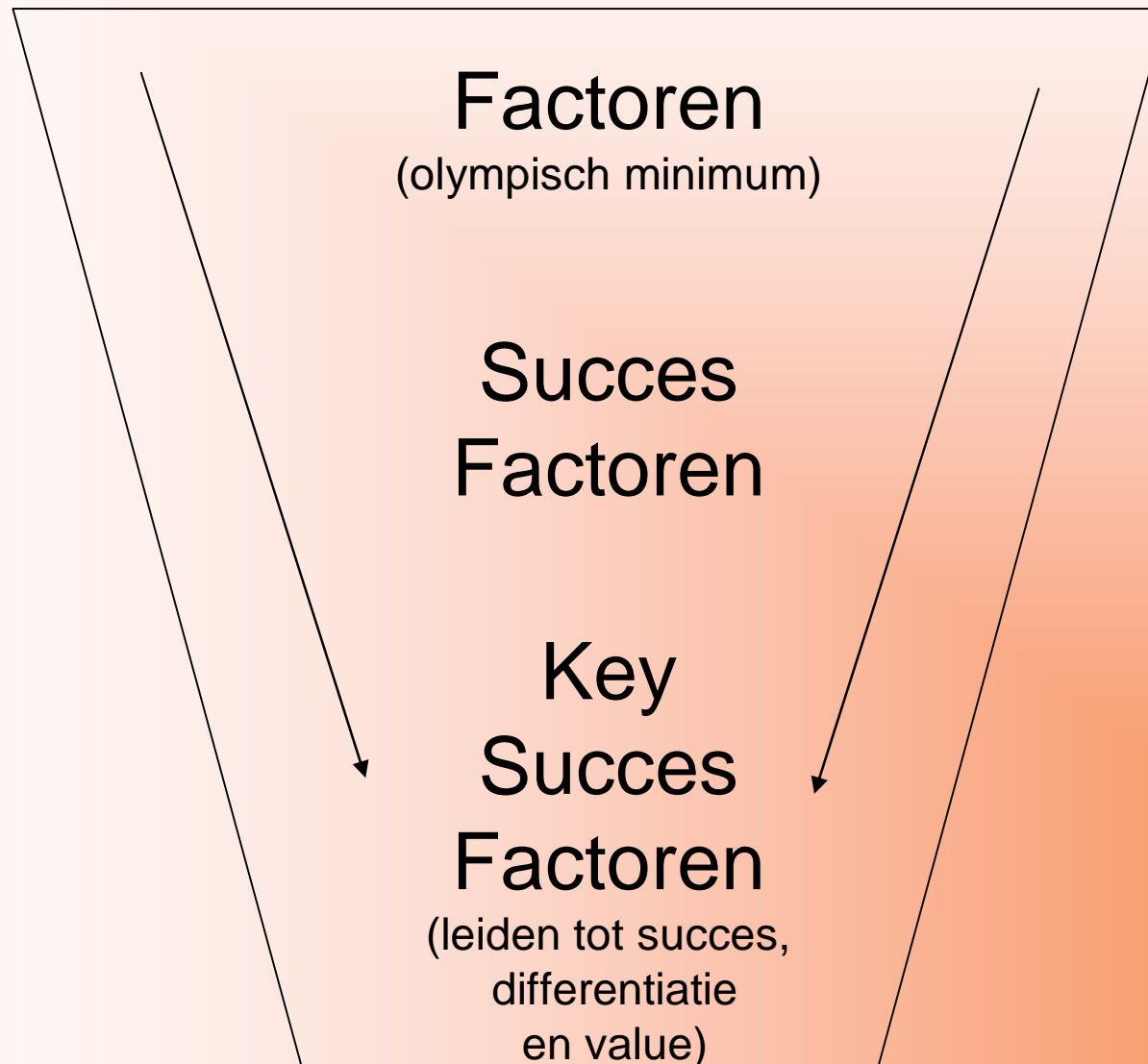
Het waardesysteem van de klant



Wie bepaalt de klanttevredenheid?



Key Succes Factoren

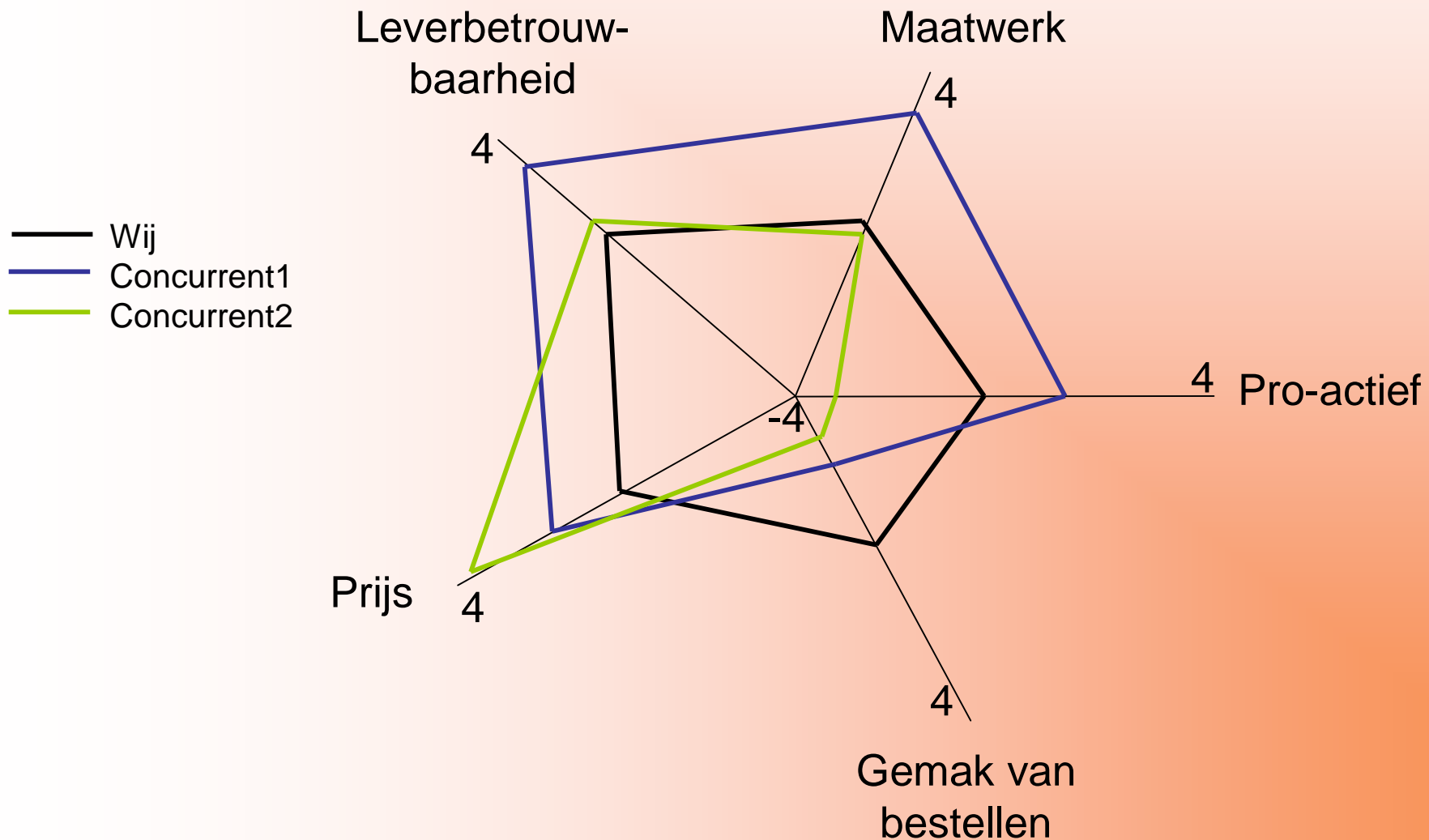


Concurrentie analyse

Het succes en tevredenheid van de klant wordt bepaald door de Key Succes Factoren.

De klant beoordeelt ons op de Key Succes Factoren ten opzichte van de concurrent of een alternatieve oplossing.

Concurrentie analyse



Customer delight

$\frac{\text{Gepercipieerde waarde}}{\text{Verwachte waarde}} = 1$



$\frac{\text{Gepercipieerde waarde}}{\text{Verwachte waarde}} < 1$



$\frac{\text{Gepercipieerde waarde}}{\text{Verwachte waarde}} > 1$



Bedankt

Vragen?

Opmerkingen?

Discussie?

Groepswork

Bediscussieer in uw groepje in hoeverre het thema ‘Kletsende klanten als BtoB marketingstrategie’ relevant is voor uw onderneming.

- Bepaal de relevantie op een schaal van 1 t/m 5 (1 totaal niet relevant; 5 zeer relevant)
- Welke overwegingen heeft u een rol laten spelen bij het bepalen van de relevantie?

Groepswerk

Stel u wil in uw onderneming aan de slag gaan met het implementeren van 'Kletsende klanten als BtoB marketingstrategie'.

- Inventariseer binnen uw groepje tegen welke belemmeringen u verwacht aan te lopen.
- Bespreek mogelijkheden om deze belemmeringen te overwinnen.

Groepswerk

- Zes groepen
- 20.15 uur terug voor korte rapportage en discussie
- Eén rapporteur per groepje