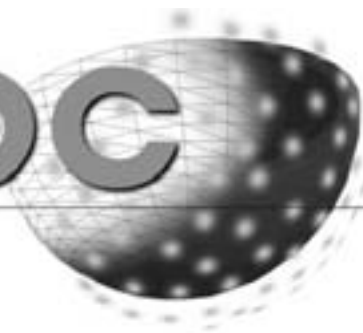


od&bc

oracle developer & business club

Where Oracle-partners meet!



Vereniging:

od&bc, opgericht op 29-6-1998

Adresgegevens:

oracle developer & business club

Postbus 10348

1301 AH Almere

Telefoon: 06-11124750

E-mail: info@odbclub.org

Website: odbclub.org

Bestuur:

Voorzitter: Laurens Hamelink

voorzitter@odbclub.org

Secretaris: Theo Purmer

secretaris@odbclub.org

Penningmeester: vacant

penningmeester@odbclub.org

Contact: bestuur@odbclub.org

Commissies:

Kascommissie:

Jelle Nieuwenhuizen

Activiteitencommissie:

Theo Purmer, Remco Moolenaar,

Laurens Hamelink en Annemieke

Steemers.

Contact: activiteiten@odbclub.org

Logistieke organisatie management:

Corporate Event Management, Leiden

Hoofdsponsor:

Oracle

Overleven in een wereld vol risico's

Als we de kranten mogen geloven hebben veel Nederlanders ook dit jaar weer gekozen voor een vakantie in eigen land. Op zich een prima keuze want er zijn in ons land voldoende mooie plekjes waar het goed toeven is.

Vakantie in Nederland kent echter ook een risico. Het weer. Te lage temperaturen worden opgevolgd door perioden met veel warmte en te droog wordt op zijn beurt weer opgevolgd door te nat.

Ik ben het helemaal met u eens als u denkt: "Dat is nu eenmaal het risico". En ondanks dat risico kiezen ieder jaar veel mensen voor een vakantie in Nederland en nemen het weer zoals het komt.

De economie en de ICT-sector in het bijzonder heeft op een zelfde manier te maken met dergelijke risico's en golfbewegingen in de omstandigheden. Als ICT-ondernemer heb je op het ene moment tien man op de bank en op het andere moment moet je 'nee' verkopen. Beide situaties komen echter in de praktijk voor en voor beide situaties geldt dat ze niet erg prettig zijn.

Nu hoor ik u denken "Dat is nu eenmaal het risico. Dat hoort er nu eenmaal bij". En daar ben ik het niet helemaal mee eens. Ik vertel u graag waarom.

Van een strandexploitant weet iedereen dat deze mindere en betere zomerdagen meemaakt en we weten ook dat hij daarop is ingesteld. Een strandexploitant wacht zijn kans af tot hij helemaal los mag gaan om in hoog tempo de oogst binnen te halen. Jammer genoeg zijn er in de ICT-sector nog steeds ondernemers die niet altijd even goed bekend zijn met de economische golfbewegingen en seizoensinvloeden in de sector. Gelukkig wordt de ICT-sector steeds meer volwassen en worden bedrijven steeds meer gemanaged volgens een aanpak die past bij de golfbewegingen van de markt en aansluit op de werkelijke wensen van de klanten.

Tijdens de business-meetings van de od&bc wordt met enige regelmaat gesproken over de omstandigheden waarin de ICT-ondernemer zijn markt benaderd en bewerkt. Met het doel om kennis over te dragen en bij te dragen aan een professioneler optreden van de ICT-ondernemer.

Tijdens deze bijeenkomsten wordt altijd gesproken over onderwerpen die de ICT-ondernemer bezig houden. Denk aan: nieuw producten, trends en ontwikkelingen in de ICT-sector; marketing, ervaringen, succesverhalen en nog veel meer.

De bijeenkomsten van de od&bc zijn altijd leerzaam en gezellig. Een prima plaats om met brancheleden te praten over wat je bezig houdt en uiteraard een uitstekende gelegenheid om je netwerk te verbreden.

Ons advies: doe als de strandexploitant. Wees voorbereid op betere en mindere perioden in de economie. Een lidmaatschap van de od&bc helpt u hierbij.

Ik ontmoet u graag op één van onze activiteiten.

Laurens Hamelink, voorzitter od&bc

od&bc

oracle developer & business club
Where Oracle-partners meet!



Business Meeting 'In de bedstee'

Op 10 juni 2004 organiseerde de activiteitencommissie van od&bc een inspirerende business meeting onder de naam 'In de bedstee'. Jos Burgers, marketingadviseur en auteur van verschillende boeken in zijn vakgebied, was de keynote speaker in het Openluchtmuseum in Arnhem. Aan de hand van zijn boek, *Marketing voor op het nachtkastje*, gaf hij de leden van od&bc inzicht in een aantal facetten van het marketingvak.

Oma Geertje, gespeeld door een 21-jarige actrice, opende de avond op passende wijze. Vanuit haar schommelstoel, naast haar bedstee, las zij voor uit het werk van Jos Burgers. Zoals een echte oma becommentarieerde zij de teksten met anekdotes uit die goede oude tijd. Toen zij tot het inzicht kwam dat zij weinig kaas had gegeten van de hedendaagse marketingstrategieën, liet zij Jos Burgers aan het woord.

Boren en gaten

De boodschap van Jos Burgers was duidelijk. Het is veelal de benadering en de manier van denken over de eigen producten en diensten, die bepalen of het aangeboden aanslaat bij potentiële klanten. Verwoord hetgeen je verkoopt. Let daarbij op de reactie die jouw aanbod opwekt bij de klant en richt je hierop. Jos Burgers gebruikte het voorbeeld van de boren en de gaten. De borenfabrikant verkoopt boren. Zijn klanten willen gaten. De fabrikant moet zich dus niet op de boren concentreren, maar op de gaten.

Uit het bovenstaande blijkt al dat het niet onbelangrijk is om te bekijken op welke wijze we over onze klanten den-

ken. Jos Burgers benadrukte keer op keer dat ook klanten mensen zijn. Uiteraard is hier het aloude voorbeeld van de dienstverlening die steen en been klaagt over de rinkelende telefoon. Zonder die rinkelende telefoon kan men tenminste doorwerken. Men vergeet echter dat er zonder die rinkelende telefoon vaak helemaal geen werk is.

Richtlijnen

Jos Burgers raadde ons aan de klanten te categoriseren. Er zijn klanten die veel aandacht verdienen. Er zijn er die min-

**“Vanaf vandaag
meer LSD:
luisteren,
samenvatten en
doorvragen”**

der verdienen en er zijn er die het minimale verdienen. De zogenaamde A-, B-, en C-klanten. De categorieën dienen tevens verschillende richtlijnen mee te krijgen, zodat er een duidelijke bedrijfs-

voering wordt gehanteerd. Dit is wel zo duidelijk voor het bedrijf en de betreffende klanten.

Verder leerden we over de te hanteren prijzen. Lagere prijzen garanderen niet per definitie meer opdrachten. Eerder argwaan. Je hebt zeker geen werk. Je zult wel niet goed zijn in je werk. Hogere prijzen werken beter. Het is ook een aanrader aan de buitenwereld te tonen dat het je goed gaat. Rijdt liever in een dure auto, kom met chique kleding en houdt er een mooi bedrijfspand op na. Je zult eerbied wekken bij je klanten. Het gaat je immers goed. Dat kan alleen als je goed bent in je werk.

Inspirerend

Na afloop noteerden we een aantal korte reacties van de aanwezigen. Theo Purmer van Tepucom: "Het is maar weer eens gezegd. Klanten zijn mensen." Tom Molenwijk van SQL Integrator: "Dit is een moment van meditatie." Christel Petroci van Oravision: "Een product is en blijft een product. Klanten willen aandacht." Tot slot zei Pieter Kranenburg van Qualogy Consultancy: "Vanaf vandaag meer LSD: luisteren, samenvatten en doorvragen."

We kijken uit naar de volgende business meeting en hopen dat deze minstens zo inspirerend is.