

Nieuwsbrief

In dit nummer!

*Nieuwsbrief van
Novi Vendi*

*Innovatie Hype:
Wat is Mooc?*

*Case: Geautomatiseerde
zoutmeter eindelijk
succesvol!*

Boeken en Artikelen

*Werk in uitvoering:
Versterking commerciële
slagkracht wiskundig
ingenieursbureau*

*Case: Nieuwe Generatie
producten voor Machine
bouwer*

*Werk in uitvoering:
Nieuwe richting voor
internet bedrijf*

*Succesfactoren van een
start-up met een radicale
innovatie*

Over Novi Vendi

Contactgegevens

Bezoek adres:

Martinus Nijhofflaan 2
Verdieping 20 kamer 6
Delft

Postadres:

Postbus 1036
2600 BA Delft

Telefoonnummers:

Tel: 015-2574000

post@novivendi.nl

www.novivendi.nl

Nieuwsbrief van Novi Vendi

Voor u ligt de nieuwsbrief van Novi Vendi. Voor sommigen van u wellicht een bericht van een oude bekende, voor andere een nieuwe kennismaking. Er is de laatste jaren veel gebeurd en ik wil u daarover graag meer vertellen. In deze nieuwsbrief vindt u twee afgeronde klantcases (digitale zoutmeting en machinebouwer), twee lopende trajecten (scientific software en internet bemiddeling), het artikel succesfactoren van een radicale innovatie van een start-up, de innovatie hype over Mooc, de innovatie en marketing boekenkast en meer achtergrond over Novi Vendi.

Tot zo ver de inhoud. Ik ben in 1999 voor mezelf begonnen als zelfstandig adviseur & interimmer. Sinds 2011 heet mijn bedrijf Novi Vendi Marketing & Innovatie. In dat jaar ben ik aan de Open Universiteit afgestudeerd in de Management Wetenschappen met als specialisatie innovatiemanagement. Hierdoor is de ontwikkeling van mijn bedrijf naar een complete consultancy organisatie verder voltooid en werd het tijd voor deze nieuwe naam.

Het Novi Vendi team is sinds 2012

uitgebreid. Voor 1 à 2 dagen per week met ing. Dick Groenewegen als consultant en drs. Liesbeth van der Waart biedt management support op afroepbasis. Veel plezier bij het lezen en wellicht tot binnenkort,

Met vriendelijke groet,
Drs. ing. Gerard Groenewegen MBA

PS Vergeet u onze aanbieding op de achterkant niet?



Innovatie Hype: Wat is Mooc?

Mooc staat voor Multiple Online Open Course en houdt in dat iemand zich gratis kan inschrijven voor een universitaire cursus die middels het internet wordt gegeven. Een gemiddelde cursus duurt 6 tot 8 weken waarin elke week nieuwe video's beschikbaar komen met huiswerk opdrachten.

De beschikbare cursussen beslaan alle wetenschappelijke disciplines. Van computer science tot filosofie van business tot kunst. Er is geen onderwerp of het komt wel aan bod.

Voor meer informatie over mogelijkheden zie www.coursera.org.

Case: Geautomatiseerde zoutmeter eindelijk succesvol!

Begin 2012 zijn we betrokken geraakt bij HedoN, een middelgrote onderneming die zich met name richt op de ontwikkeling en toelevering van high-tech producten. Eén van de eigen ontwikkelde producten van HedoN is de Soluble Saltmeter, een geautomatiseerde zoutmeter voor de bepaling van de concentratie oplosbare zouten op staaloppervlakken. Hoewel de zoutmeter veel unieke voordelen biedt ten opzichte van de bestaande meetmethoden, bleef het succes na 4 jaar achter bij de verwachtingen en de ingeschatte marktpotentie.

Novi Vendi heeft onderzocht hoe groot de marktpotentie werkelijk was en hoe hoog de 'customer value'. Daarnaast zijn het businessmodel en de 5-P's (product, prijs, plaats, promotie en personeel) bekeken.

De marktpotentie bleek groot. Echter voor potentiële gebruikers was de verkoopprijs ten opzichte van de concurrerende meetmethoden te weinig aantrekkelijk en te hoogdrempelig. Ook op het gebied van de resellers en commercie viel het nodige te verbeteren. Voor de pricing is een meer flexibele vorm bedacht: naast gewoon kopen ook een huur-koop optie en een

'buy-lite'- versie met credits voor het doen van metingen. Na deze aanpassingen kan de zoutmeter veel flexibeler en gebruikergericht worden aangeboden, en is zo ook voor de resellers veel aantrekkelijker geworden. Er zijn verkoopplannen voor de resellers en eindgebruikers opgesteld en de commercie binnen HedoN is verbeterd door advies bij het verkoopproces en versterking van de verkoopafdeling met een ervaren salesmanager.

De nieuwe versie is als Soluble Saltmeter 2.0 opnieuw gelanceerd middels een nieuwe demonstratiefilm en website, activering van sociale media (twitter en LinkedIn) en een campagne met persberichten, reclame en mailing. Het resultaat is dat er in 2012 twee keer meer meters verkocht zijn dan in 2011, halverwege 2013 is het duidelijk dat het er dit jaar nog meer zullen zijn. Zie www.hedon.nl voor meer info.



Boeken en Artikelen

De volgende boeken zijn recent door mij gelezen:

Verleiden op het Internet:

Arjan van Erkel: Simplistisch, toch een aantal leuke eye-openers: 7

MBA in één dag Het Boek:

Ben Tiggelaar: Als naslag werk prima, hier en daar wat te stellig: 7

Guide to organisation Design:

Naomi Stanford: Goed naslagwerk met pluriforme blik: 8

Argumenteren:

Jessica Rijnboutt: Overzichtelijk, nivo had hoger gekund: 7

Innovatie Vernieuwd:

WRR. Goed beleidstuk, raad iedereen aan het te lezen: 9

Imagine How creativity Works:

Jonah Lehrer. Mooie verhalen. Goede inzichten: 8

Innovation Management:

Context, Strategy and Process: K. Ahmed: Basis boek. Verplichte kost: 9



Werk in uitvoering: Versterking commerciële slagkracht wiskundig ingenieursbureau

Sinds begin 2013 is Novi Vendi bezig met een versterkingstraject bij Vortech, een middelgroot ingenieursbureau dat zich met name richt op de wiskundige modelontwikkeling, 'scientific software', optimalisatie & parallelisatie van simulatiemodellen en 'high performance computing'. Vortech is bezig met een verdere aanscherping van de strategie en professionalisering van de marketing en het businessdevelopment.

Als onderdeel van dit traject is een salesteam opgezet en wordt een salesmeeting georganiseerd en begeleid. Tevens zijn er versterkingen in gang gezet rond CRM en het commercie competentie management. Daarnaast worden twee marktmanagers, een productmanager en twee accountmanagers geadviseerd bij het maken en uitvoeren van hun plannen. Dit betreft marktplannen, accountplannen en productplannen. Er wordt momenteel goede vooruitgang geboekt en de resultaten zijn navent. Meer informatie op www.vortech.nl



Case: Nieuwe Generatie producten voor Machine bouwer

Een grote machinebouwer ontwikkelt, produceert en verkoopt productieapparatuur die wereldwijd binnen de industrie wordt gebruikt. Het bedrijf is al jaren erg succesvol. De laatste jaren echter staat het marktaandeel onder druk door toenemende concurrentie en een veranderende markt. Novi Vendi is begin 2012 gestart met een vooronderzoek om de onderzoeksvraag te kunnen verduidelijken en beter te kunnen afbakenen. Er is hiervoor gesproken met interne en externe specialisten en er is 'desk-research' uitgevoerd. Naar aanleiding daarvan is een projectplan gemaakt.

Hierin is een marktonderzoek gedefinieerd om te bepalen aan welke hoofdeisen de toekomstige oplossingen en apparatuur moeten voldoen om binnen een aantal jaren

een nieuwe generatie geïntegreerde oplossingen te kunnen bieden die goed aansluiten bij de veranderende marktbehoefte. Tijdens het marktonderzoek is er klantonderzoek gedaan middels interviews en een survey, trends zijn geanalyseerd en impact is bepaald, relevante techniek en IT ontwikkelingen zijn in kaart gebracht.

Een concurrentie analyse en een product portfolio gap analyse zijn uitgevoerd. De resultaten zijn beschreven in een onderzoeksrapport waarin is geformuleerd waaraan de nieuwe generatie oplossingen moet voldoen. Eind 2012 heeft de board van directors toestemming gegeven dit verder uit te werken in een businessplan. Momenteel is dit plan rijp voor implementatie.



Werk in uitvoering: Nieuwe richting voor internet bedrijf

Strategisch vraagstuk voor dit middelgrote internet bedrijf. Al meer dan 10 jaar is deze organisatie bemiddelaar tussen vraag en aanbod van specifieke goederen middels het internet. Wat echter eens een pioniers markt was waarin dit bedrijf monopolist en marktleider was, is veranderd in een hoogcompetitieve markt met een

veelheid aan aanbieders en belanghebbenden.

Sinds een aantal jaren daalt de omzet en winst van dit bedrijf dan ook gestaag. Ondanks diverse bezuinigingen en aanpassingen is deze trend nog niet omgebogen. Novi Vendi is gevraagd om te bekijken welke strategische opties

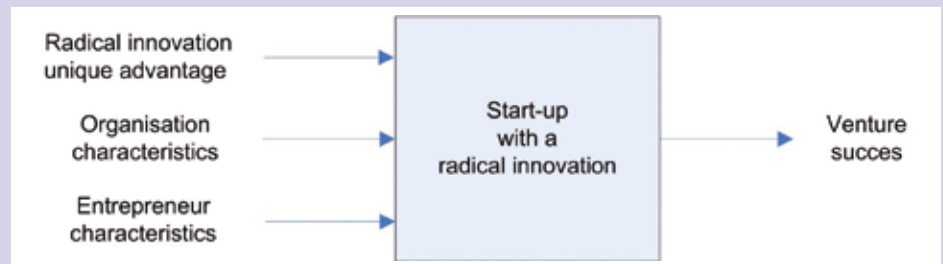
een oplossing zouden kunnen bieden. In juni 2013 is een Quicksan uitgevoerd die diverse mogelijkheden aan het licht heeft gebracht. Momenteel worden een aantal strategische opties uitgewerkt in een businessplan en veranderprogramma.

Succesfactoren van een start-up met een radicale innovatie

Eind 2012 is het artikel dat ik samen met Frank de Langen, Associated Professor aan de Open Universiteit, geschreven heb, gepubliceerd in JAEBR (Journal of Applied Economics and Business Research). Het hele artikel is na te lezen op <http://tinyurl.com/9ts2v9p>, hier een korte samenvatting.

Het doel van het onderzoek was om vast te stellen welke factoren het succes bepalen bij een start-up met een radicale innovatie in de eerste 3 jaar. Ten eerste is een conceptueel model ontwikkeld (zie figuur) waarin 3 hoofdfactoren het succes van de groei bepalen: de mate van uniekheid van het voordeel van de innovatie, de karakteristieken van de startup organisatie en de persoon van de ondernemer. (Zie het oorspronkelijke artikel voor een overzicht van deze factoren). Vervolgens is een survey uitgevoerd waarna er een correlatie analyse kon plaatsvinden met 75 geldige respondenten.

Groei is op twee manieren geoperationaliseerd: groei van omzet en groei in personeel. Het bleek dat afhankelijk van het type groei sommige factoren wel,



en andere factoren niet, correleerden. We hebben verschillende factoren gevonden die op een andere manier correleerden met de twee groei typen. Er zijn een aantal specifieke conclusies getrokken: Zowel groei in personeel als omzet zijn positief gerelateerd aan een grondig businessplan en meer dan 75.000 Euro start kapitaal. De uniekheid van het voordeel van de innovatie, klant proactiviteit, meerdere oprichters, en een relevant netwerk hebben een positieve invloed op de omzetgroei, maar niet op de personeelsgroei. Er is een positieve relatie van personeelsgroei met extern advies en gebruikt risico kapitaal maar niet met de omzetgroei. Alleen een grondig businessplan, extern advies, 75.000 euro start kapitaal en gebruik van risico kapitaal hadden een positieve invloed op de personeelsgroei. Andere conclu-

sies waren dat afhankelijk van het gebruikte groei criterium de significante factoren verschillen en dat in het algemeen de personeelsgroei een factor 4 kleiner is dan de omzet groei van de respondenten.

Samenvattend is het beeld dat geschetst kan worden van een succesvolle radicale starter: De radicale starter bestaat uit een team van oprichters met niet al te veel ervaring en een relevant sociaal netwerk. De oprichters hebben een uitgebreid businessplan gemaakt dat wordt uitgevoerd met een startkapitaal van minstens 75.000 euro. Door een proactieve klant aanpak is men in staat een radicale innovatie op de markt te zetten met voldoende uniek voordeel t.o.v. andere mogelijkheden waardoor initiële klantweerstand worden overwonnen en de radicale innovatie succesvol is.

Over Novi Vendi

Novi Vendi richt zich op bedrijven die een technisch, ICT, consultancy of hoogwaardig dienstverlenend specialisme bezitten. Deze bedrijven gebruiken innovatie en marketing om omzet en winst op peil te houden en te groeien. Hierdoor ontstaan regelmatig vraagstukken op dit gebied.

Novi Vendi onderscheidt zich van andere adviesbureaus doordat wij zowel inhoudelijke kennis van techniek, ict, consultancy en hoogwaardige dienstverlening hebben als kennis en ervaring van innovatie, marketing, organisatiekunde en verandermanagement. We ondersteunen bedrijven middels

advies op het gebied van strategie, marketing, sales en organisatie, en middels trainingen, workshops, interimmanagement of projectmanagement.

Aanbieding aan alle nieuwe klanten:

Gratis kennismakingsconsult van 2,5 uur. Per mail, skype of middels een persoonlijke afspraak.

Aanbieding aan alle bestaande klanten:

Hernieuwde kennismaking middels een innovatieworkshop naar keuze van 2,5 uur