

## Met de Yellow Cats op klantwaarde expeditie..

Hoe krijg je een plek in het hoofd en hart van je klant?



**Datum:** 30 oktober 2018

**Tijd:** Ontvangst vanaf 16.00 uur, het programma start om 16.30. Rond 18.00 uur is er een korte pauze. Vervolgens is er vanaf 20.15 diner in de Lakei op landgoed Nyenrode tot uiterlijk 21.30 uur.

**Sprekers:** Reinier Willems, Ed Peelen, Dorien van der Heijden, Manfred Hoogenboom (Fokker), Brecht Janssen (Longfonds) en Heleen van Rijn – Wassenaar (Rijk Zwaan)

**Locatie:** Nyenrode Business Universiteit, Straatweg 25, 3621 BG Breukelen (De Rooij gebouw, zaal 05) .

Barbara van de Distelseheyde heeft het tijdig zien aankomen. Ze heeft het oorspronkelijke aanbod uitgebouwd tot een ware propositie. Met opties om te verduurzamen, met data slimmer te worden, met upgrades luxer, met service gemakkelijker... Maar haar ervaring is dat zij ontzettend veel moeite heeft om voor al deze extra's een meerprijs te vragen die de kosten overstijgt.

Hoe ga je hiermee om? Hoe kan je ontdekken waar en hoe je waarde levert voor jouw klant en gebruiker? En, hoe kunnen we dit communiceren? Niet alleen in termen van geld. Maar ook door concreet te maken hoe je bijdraagt aan de operaties van de klant, de relatie, de positie van de klant in de markt... Dit wordt de zoektocht in deze Yellow Cats bijeenkomst, waar **drie Yellow Cats hun case inbrengen, toelichten en waarna we aan de slag gaan.**

Duurzame groei draait om het leveren van de voor de klant meest relevante waarde. Maar hoe ontdek je wat van waarde is voor jouw klant? Zeker in een complexe DMU is dit niet altijd eenduidig. Veel markten bewegen zich richting commodity's. Onze reflex is onderscheidend vermogen te creëren door additionele diensten en features aan te bieden; we 'duwen' ze er in! We maken de propositie duurzamer, met data maken we hem slimmer, met upgrades luxer, met service gemakkelijker. Maar het is de vraag of de klant op al deze extra's wacht; misschien verliezen we zelfs wel uit het oog waar het werkelijk om gaat en bereiken we zelfs het tegenovergestelde bereiken, met zo veel extra's moet je wel duur zijn. Maar waarmee maak je nu echt een klantrelevant verschil? Welke waarde realiseer je voor jouw klanten?

En zeker zo belangrijk: hoe zorg je ervoor dat de klant dit ook weet, ervaart en wil doorvertellen. Hoe zorg je ervoor dat de waarde van geleverde diensten gezien wordt en gebruik je dit om je klantrelatie verder uit te bouwen. Tijdens deze Yellow Cats werksessie draait het **om het analyseren, specificeren en communiceren van klantwaarde.**

Alvast een glimp op het programma:

- Reinier Willems neemt ons mee in zijn persoonlijke ervaringen bij een internationaal autoleasebedrijf in het creëren van onderscheidend vermogen in een commodity markt door te focussen op klantwaarde. Hij gaat in op vragen als: **Hoe ontdek je wat voor verschillende stakeholders belangrijk is? Hoe maak je geleverde waarde expliciet, zichtbaar en overdraagbaar?**
- De kracht van het expliciet maken van klantwaarde, een cijfer zegt meer dan 1000 woorden, **hoe bereken je de waarde van jouw diensten en services voor de klant?**
- Aan de slag met drie cases van de Yellow Cats. In drie groepen gaan we in een aantal rondes het stakeholderveld verkennen en de verschillende waarde systemen van deze stakeholders. Om vervolgens uit te werken hoe we het aanbod kunnen inrichten en presenteren om goed aan te sluiten bij de waardenbehoeften van verschillende stakeholders. Wat wordt de **kern van de value story?**
- **Fokker:** De waarde van een servicepropositie: Wat als de meerwaarde van je propositie wordt ervaren door de gebruiker, een partij die niet de koper is?
- **Longfonds:** hoe kunnen we aan verschillende stakeholders (waaronder ook politiek/gemeenten) de waarde aantonen van 'stoppen met roken programma's'?
- **Rijk Zwaan:** De waarde van zaad: wat als de meerwaarde van je product niet aansluit bij de gebruikelijke manier van prijsbepaling in de keten?
- We werken aan de hand van een **model**; dit model kan je na afloop van deze werksessie ook meteen binnen jouw eigen organisatie/afdeling effectief gebruiken om de klantwaarde inzichtelijk te maken en door te vertalen.
- We sluiten af met de vraag is: hoe **communiceer** je waarde effectief?



Overige data 2018/2019 ook in jouw agenda?

- donderdag 6 december 2018
- donderdag 7 februari 2019
- donderdag 18 april 2019
- dinsdag 18 juni 2019
- donderdag 19 september 2019
- donderdag 31 oktober 2019
- donderdag 28 november 2019

**Aanwezig?**

Natuurlijk is het voor ons handig (kan d.m.v. **reply** op deze mail) om te vernemen of je er 30 oktober 2018 weer bij kan zijn? Mocht je vragen hebben, we vernemen het altijd graag.

Hartelijke groet, namens de yellow cats,  
Ed Peelen, Dorien van der Heijden en Karin Rigterink  
[km@yellowcats.nl](mailto:km@yellowcats.nl)  
06 543 340 80

