



VERNIEUWDE GO-TO-MARKET STRATEGIE

• Centrum voor Nieuwe Klanten voor AirInternet •

RESULTAAT NA 6 MAAND: KLANTEN X 100

De strategische keuzes en resultaten van dit project werden gebundeld. Hiermee heeft AirInternet een herhaalbaar plan dat online en offline kan worden ingezet om de aandacht van de juiste prospects te winnen en van prospects klanten te kunnen maken. Het plan kan steeds worden bijgesteld met voortschrijdend inzicht over de doelgroep. Het is een houvast om concrete vooruitgang te boeken zonder de 'speelruimte' te verliezen om gaandeweg tot nieuwe inzichten te komen. De omzet is initieel met +/-300% gestegen. Na 6 maand is het klantenbestand uiteindelijk verhonderdvoudigd (x 100).

AirInternet biedt IT partners een veilig alternatief voor hun klanten in gebieden zonder of met traag internet. Hierdoor kunnen klanten projecten opstarten die vandaag (zonder snel internet- of glasvezelverbinding) nog niet mogelijk zijn. Toepassingen zijn: windmolenparken, automatisering landbouwbedrijven, binnenscheepvaart, havens, vliegvelden etc.

AirInternet partners zijn actief in Nederland, Duitsland en inmiddels ook in de rest van Europa. AirInternet biedt ondersteuning vanuit Maastricht. Ze voorzien regelmatig opleidingen en kennismakingssessies.

SITUATIESCHETS

AirInternet wilde haar aanpak analyseren omdat het hun niet lukte hun unieke product goed in de markt te zetten. Hierdoor kwamen ze niet bij de juiste partijen aan tafel en werden ze steeds opnieuw vergeleken met andere, niet vergelijkbare oplossingen.

AirInternet werd wel vaak gebeld door klanten om acute problemen op te lossen maar ze werden niet gezien als strategische partij door klanten die in grote projecten denken.

Centrum voor Nieuwe Klanten werd hierbij ingeschakeld om ondersteuning te bieden bij volgende uitdagingen:

Het verdubbelen van de omzet.

Het onderzoeken van huidige situatie en blinde vlekken waardoor er meer grip komt op de resultaten in plaats van een verkoopproces gebaseerd op toeval en geluk.

Het onderzoeken van de interne samenwerking en draagvlak voor verandering van de betrokken stakeholders. Trekt iedereen aan hetzelfde zeil?

Het opzetten van een maatwerkplan dat past bij AirInternet waarmee de interne samenwerking naar een hoger plan wordt getild.

AANPAK

Bij aanvang van het project werd een grondige brainstormsessie georganiseerd bij de leidinggevendenden. Uit de analyse is gebleken dat de klantwaarde wordt omschreven d.m.v. opsomming van algemene USP's van AirInternet. De impact van de echte klantwaarde en waarom de klant zou moeten veranderen is onduidelijk. In alle daarop volgende stappen van het project werd steeds gezocht naar de echte klantwaarde en klanten waar AirInternet graag mee aan tafel zou willen. Verschillende workshops werden daarbij georganiseerd met het management, zowel Technisch als Sales.

De rol van CVNK bestond erin om dit project te faciliteren en om goede praktijken te delen vanuit onze expertise met dergelijke projecten bij andere ICT-organisaties. Om het transformatieproces van de klanten van AirInternet duidelijk te maken werd ook met echte cases geoefend. CVNK kon de oogkleppen wegnemen waar AirInternet vanuit de technische aanpak onbewust mee behept was.

GEREALISEERDE TASTBARE RESULTATEN

Klantenbestand verhonderdvoudigd, ge-upgraded en drie nieuwe internationale partners. (na 6 maand!)

Een implementatieplan met actiepunten.

Een duidelijke klantwaarde gezien vanuit het perspectief van de klant en de impact die de oplossingen van AirInternet hebben op de bedrijfsvoering van hun klanten en de 'klant van de klant'. Zo konden we waarde creëren.

Het vermogen om klanten te helpen de juiste keuzes te maken in hun veranderingsproces.

Een gezamenlijke visie op de nieuwe aanpak.

Een cultuurverandering in de onderlinge relatie tussen de stakeholders.
Men kan nog beter samenwerken en wordt geënthousiasmeerd door de positieve verandering.

De evolutie naar een organisatie die zelf in staat is om geleidelijk aan te groeien in deze verandering en de uitwerking ook zelf naar zich toe zal trekken.

AirInternet wordt nu wel meegenomen in het voortraject bij strategische projecten bij hun klanten.

De omzet is met +/-300% gestegen.

Een integrale inventarisatie en analyse van de huidige werking van het marketing en salesproces.

"Samen met René Knecht en Vera de Rave van CVNK hebben wij onze marketing - en sales tegen het licht gehouden. Door hun verhelderende adviezen en alles wat wij geleerd hebben in in het marketing traject toe te passen hebben wij al binnen 6 maanden ons klantenbestand verhonderdvoudigd, ge-upgraded en hebben we er 3 nieuwe Internationale partners er bij.

We hebben hiervoor geen zware complexe marketing systemen op hoeven te tuigen met bijbehorende hoge investeringen. Enkel een andere taal, andere vragen, het aanspreken van de juiste doelgroepen op de juiste manier: m.a.w. we hebben met een andere blik naar onze huidige en toekomstige klanten gekeken.

Wij hebben nu een sterke marketing- en sales-basis waarbij onze Expert power het uitgangspunt is om onze klanten te helpen met hun uitdagingen en transformaties. We investeren in onze partners met een lange termijn planning.

De samenwerking met CVNK is prettig en persoonlijk, waarbij alle medewerkers in hun waarde gelaten worden en worden aangezet het maximale uit zichzelf te halen. Geen salestrucjes maar twee authentieke mentoren.

CVNK levert wat ze beloven, en méér, de communicatie loopt vlot, de timing wordt gerespecteerd en de professionele aanpak leidt tot oplossingen en de gewenste vooruitgang.

Conclusie: CVNK is de perfecte partij als het je zelf even niet lukt het maximale uit je onderneming of medewerkers te halen."

CONTACT

Website:

<https://www.centrumvoornieuweklanten.com/>

René Knecht:

Tel: +32 497 483 852

Vera de Rave:

Tel: +31 638 329 333
