

Strategie

BLOK 3: WAAR GAAT DAT HEEN?

- ✓ De kernvragen van strategie
- ✓ Wie wil ik als klant en hoe haal ik ze binnen?
- ✓ Gevaarlijke denkfouten in strategievorming



Philip Kotler:

"Velen denken dat marketing bestaat uit het opjatten van verkopers en schreeuwerige reclame... Een zeker recept voor mislukking."

Philip Kotler



GOEROE

PASPOORT

- De bestverkochte auteur op marketinggebied. Al ruim 35 jaar.
- Geboren in 1931 in Chicago.
- Studeerde economie aan de University of Chicago, promoveerde aan het Massachusetts Institute of Technology.
- Auteur van bestsellers als *Marketing Management* en *Principles of Marketing*.
- Hoogleraar aan de Northwestern University in Chicago
- Wereldwijd actief als adviseur en spreker.



Philip Kotler

MARKETING

- *Niet: reclametrucs, buikgevoel...*
- *...maar: "Een menselijke activiteit gericht op het voorzien in behoeften en verlangens door middel van ruilprocessen."*



Philip Kotler

DE KLANT

- *Kenmerken: culturele; sociale; persoonlijke; psychologische*
- *Beslisproces: probleem; informatie; keuze; aankoop; evaluatie*



Philip Kotler



Philip Kotler

DE VIER P'S

- *Product*
- *Prijs*
- *Plaats*
- *Promotie*

(eigenlijk van Jerome McArthy)



Philip Kotler

DE VIER P'S

- *Product*
- *Prijs*
- *Plaats*
- *Promotie*

(eigenlijk van Jerome McArthy)



Philip Kotler

PRODUCT

- Alles wat aangeboden kan worden op een markt dat een wens of behoefte van klanten kan bevredigen. Fysieke objecten, diensten, plaatsen, organisaties en ideeën.

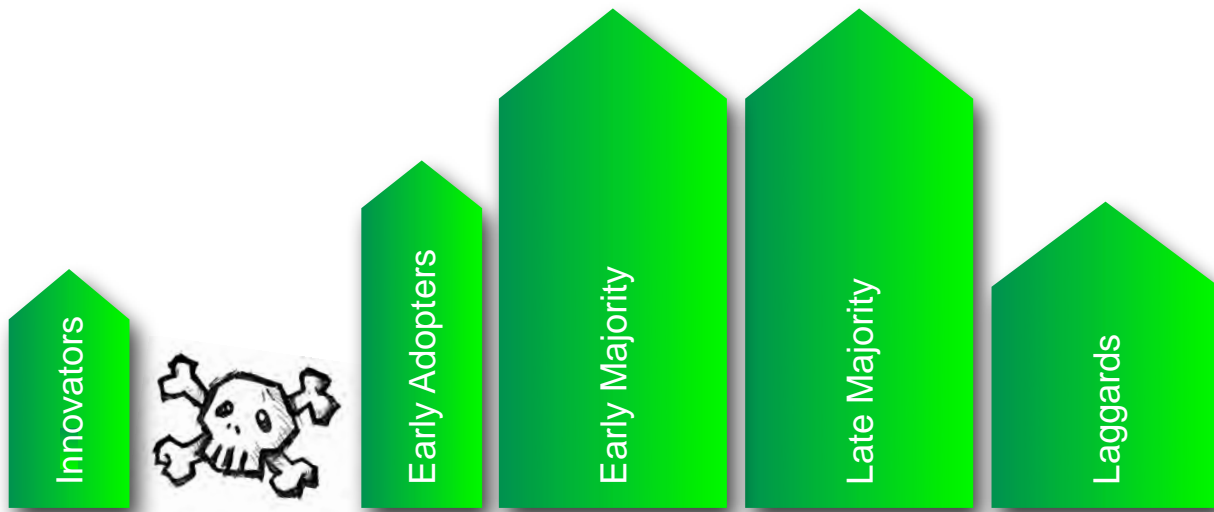


Philip Kotler

1. Kernproduct: wat de klant éigenlijk koopt. De oplossing voor zijn probleem.
2. Tastbare product: waarneembare elementen van het product. Kenmerken, vormgeving, merknaam, verpakking.
3. Uitgebreide product: het tastbare product PLUS alle dienstverlening er omheen.



Philip Kotler



Everett Rogers: innovaties verspreiden zich via sociaal contact



Philip Kotler

NIEUWE PRODUCTEN

1. Relatief voordeel
2. Compatibiliteit
3. Complexiteit
4. Probeerbaarheid
5. Zichtbaarheid





MINDSTORMS



Philip Kotler

PRIJS

- Het bedrag dat voor een product of dienst wordt gevraagd. De prijs is de enige variabele in de marketingmix die geen kosten veroorzaakt, maar inkomsten oplevert.



Philip Kotler

Van onderhandelen naar vaste prijzen: sinds een eeuw. Nu harmonisatiegolf (€ & e-biz).

1. Prijsdoel vaststellen: kosten terugverdienen, maximale omzet, maximale groei, maximale winst?
2. Vraag bij verschillende prijsniveaus schatten.
3. Kiezen.

En... prijs-reactieprogramma...



Philip Kotler

PLAATS

- Alle activiteiten van een bedrijf die zorgen dat een product verkrijgbaar is voor de doelgroep.



Philip Kotler

Direct (internet) of via tussenschakels (winkels).

Meerdere functies van kanalen:

- *Verzamelen en verspreiden van info*
- *Promotie op verkoopplaats*
- *Fysieke verspreiding van product*
- *Meedelen in risico dat onderneming loopt*



Philip Kotler

PROMOTIE

- De communicatie-activiteiten rond het product of de dienst. Promotie behelst alle activiteiten waarmee de kwaliteiten en het imago van een product onder de aandacht worden gebracht van de potentiële afnemers.



Philip Kotler

1. Communicatiedoelgroep bepalen
2. Doelen: kennis, houding, gedrag
3. Boodschap bepalen
4. Communicatiekanalen selecteren
5. Budget bepalen
6. Communicatiemix
7. Meten van resultaten
8. Managen van het integrale proces, bijsturen en vernieuwen



Michael Porter:

***"Strategie draait
vooral om de
vraag:
wat doe je níet?"***

Michael Porter



GOEROE

PASPOORT

- Eén van de meest geciteerde managementdenkers van onze tijd.
- Geboren in 1947 in Ann Arbor (Michigan).
- Studeerde luchtvaart-techniek aan Princeton en bedrijfskunde aan Harvard.
- In 1973 gepromoveerd aan de Harvard Business School.
- Nu de Bishop William Lawrence University Professor aan de Harvard Business School.



Michael Porter

STRATEGIE

Het nemen en uitvoeren van beslissingen die je een unieke positie bezorgen in de markt en leiden tot bovengemiddelde winstgevendheid



Michael Porter

STRATEGIE IS NIET

- Hoe groot is je bedrijf?
- Hoe laag zijn je kosten?
- Hoe hoog is je productiviteit?



Michael Porter

STRATEGIE IS WEL

- Wat maakt jou uniek, volgens de klant?
- Waarin ben je anders, beter?



Michael Porter

DRIE BASISSTRATEGIEËN

1. Kostenleiderschap: laagste kosten
(Aldi, Scapino, Kia)
2. Differentiatie: onderscheidende propositie
(Bertolli, Becel en Planta)
3. Focus: onderscheidende doelgroep
(Aston Martin, Nakamichi)



Opdracht 6: strategie met één A4-tje



Michael Porter

Valkuil 1:

Geen acute noodzaak voor keuzes

Valkuil 2

Mogelijkheden om te groeien



Michael Porter



Michael Porter

PORTER EN DE TRENDS...

1. Concurreren op internet
2. Concurrentie in de gezondheidszorg
3. Concurreren op Maatschappelijk
Verantwoord Ondernemen



W. Chan Kim & Renée Mauborgne

*"De échte kans voor bedrijven is
om nieuwe, blauwe oceanen
te creëren zonder concurrentie"*

Kim & Mauborgne

PASPOORT



Renée Mauborgne

- Hoogleraar strategie INSEAD en met Kim auteur van meerdere prijswinnende artikelen in Harvard Business Review.
- Verkocht met Kim miljoenen exemplaren van 'Blue Ocean Strategy' in 41 talen.

GOEROE'S

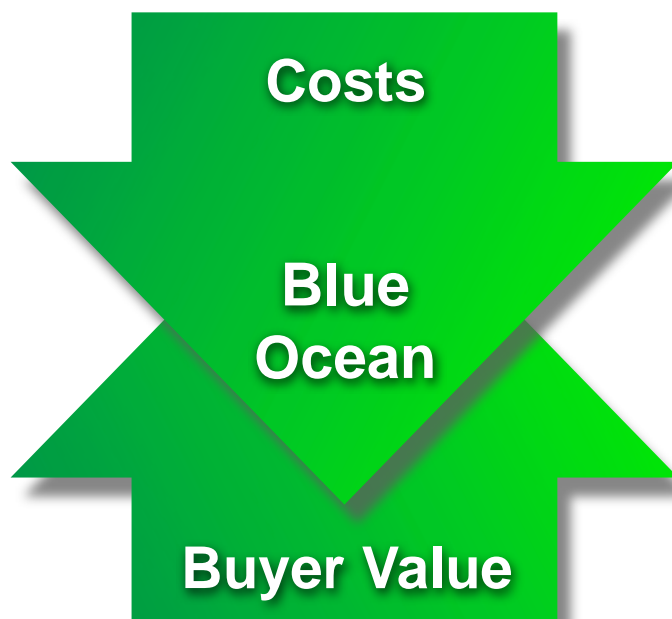


W. Chan Kim

- Hoogleraar strategie INSEAD en met Mauborgne winnaar van de prestigieuze Eldridge Haynes Prijs voor de beste bedrijfskundige publicatie.
- Samen met Mauborgne lid van het World Economic Forum.



Kim & Mauborgne



Het circus opnieuw uitgevonden



Le Cirque du Soleil

HENRY
MINTZBERG

Henry Mintzberg

VIER MANAGEMENT-MYTHES

1. Managers zijn bedachtzaam **bullshit** matische plannenmakers.
2. Managers hebben **bullshit** en vaste werkzaamheden te verrichten.
3. Managers hebben behoefte aan **bullshit** gestructureerde informatie, bij voorkeur uit **bullshit**.
4. Management is **bullshit** wetenschap en een vak.



Henry Mintzberg

Strategie draait om algemene richting met daarbinnen ruimte voor experimenten.

Drie basale denkfouten in veel organisaties:

1. De toekomst kan voorspeld worden op grond van het verleden.
2. Denken en handelen kunnen gescheiden worden in strategievorming.
3. Strategievorming is een gestructureerd, formeel proces.



JIM COLLINS

Jim Collins



PASSIE

BESTE

ECONOMIE



Opdracht 7: tentamen in twee minuten



Ben Tiggelaar

DRIE STRATEGIETIPS

1. Kotler: beslisproces klant staat centraal
2. Porter: strategie draait om kiezen
3. Mintzberg: visie vastleggen, en daarna praktisch experimenteren

