

PLATFORM KLANTGERICHT ONDERNEMEN

VOOR

CRM ASSOCIATION NL

Jaarplan 2014



Inleiding

De snelle ontwikkelingen in de maatschappij, mede als gevolg van de opkomst van Social Media maken het noodzakelijk om continu te innoveren. Het bestuur van Platform voor Klantgericht Ondernemen (PvKO) blijft de ontwikkelde visie om de vereniging trendsettend te laten zijn t.a.v. nieuwe ontwikkelingen, voortdurend actualiseren en waar nodig scherpt zij deze aan. De kern van de aanpak blijft gehandhaafd: het centraal stellen in de organisatie van een viertal co-creatieteams. De dynamiek die de co-creatieteams veroorzaken stuwt PvKO naar een grotere professionaliteit. Om dit geheel in goede banen te leiden en de benodigde randvoorwaarden te scheppen is het jaarplan 2014 opgesteld.

Algemeen:

Het nieuwe jaar zullen we onze lange termijn doelstellingen verder uitwerken en afgeleid daarvan de doelstellingen voor de komende jaren (per jaar) formuleren. Een belangrijk onderdeel daarvan zal het behouden van bestaande en het aantrekken van nieuwe leden zijn. Om dat te kunnen doen zullen we nog meer waarde moeten toevoegen aan het lidmaatschap en ook nieuwe proposities moeten ontwikkelen. Om aantrekkelijke proposities neer te kunnen zetten zullen we onze activiteiten moeten verbreden om nadrukkelijker de gesprekspartner te worden op ieder moment dat Klantgericht Ondernemen aan de orde is en zodoende Nederland Klantgericht te kunnen maken. Om dit te realiseren zullen wij meer en nieuwe inkomsten moeten genereren; niet alleen vanuit onze leden maar ook door het aantrekken van PvKO Platform Partners.

Een nadere invulling:

Naast het organiseren van bijeenkomsten, zal ook in toenemende mate de brug worden geslagen naar de online wereld om kennis, ervaring en netwerk zowel offline als online te delen en te vergroten. Een voorbeeld hiervan is het initiatief van PvKO TV om de fysieke bijeenkomsten ook online terug te kunnen kijken en te delen. Ervaring leert dat de gekozen aanpak niet gehanteerd kan worden voor iedere sessie. Onderzoek zal worden verricht om PvKO-TV een andere invulling te geven en de mogelijkheid om dit samen met partners te doen die voor de financiering kunnen zorgen.

Een zeer belangrijk aspect is de verdere profilering van het platform als de autoriteit op het gebied van Klantgericht Ondernemen. Om dit te realiseren willen we allereerst alle aanwezige kennis en kunde zodanig bundelen, dat we daadwerkelijk het meest krachtige en informatieve platform zijn op het gebied van klantgericht ondernemen. Dat vervolgens uitdragen waardoor we ook als zodanig gezien worden door de maatschappij. Kennis - opbouw, -verzameling, -bundeling en -deling (beschikbaar stellen) is daarbij cruciaal.

Deze aanpak willen we ondersteunen door het online kennis/informatieportaal, dat in de zomer 2013 is gelanceerd, in 2014 verder uit te bouwen en te verrijken met relevante kennis en informatie (content) om daarmee waarde toe te voegen voor onze leden. Immers waardevolle content is de basis om een breder publiek te bereiken en dat maakt het mogelijk om de communicatie rondom de maatschappelijke missie van PvKO te vergroten en tevens leden te werven. In 2013 is hiervoor een aanzet gegeven, die verder uitgewerkt en gerealiseerd zal worden in 2014.

Ook de evaluaties van de bijeenkomsten (Inspirations, kennis- en mastersessies) en de duiding van de resultaten wordt steeds belangrijker, evenals het onderzoeken welke onderwerpen leven onder de leden, zodat er een nog dichtere aansluiting bij het werkveld kan worden gerealiseerd.

Speerpunten voor 2014:

Voor 2014 hebben we speerpunten per co-creatieteam geformuleerd die passen in het lange termijn plan van het Platform voor Klantgericht Ondernemen, hieronder de speerpunten voor het bestuur en de co-creatieteams:

Bestuur speerpunten 2014:

1. Het zorgdragen voor het behoud van het bestaande aantal leden en daarnaast het ledenaantal met 5% uitbreiden.
2. Begroting versterken door het werven van platform partners en sponsors.
3. Formuleren nieuwe proposities voor leden en Platform Partners die in de ALV kunnen worden voorgelegd ter akkoording.
4. Uitwerken van een PR-strategie (beleid t.a.v. BNR Klantenshow, PvKO-TV, Infrastructuur: specifiek website en CRM systeem + ledencommunicatie) en, na akkoord van het bestuur, deze vanaf het tweede halfjaar 2014 implementeren.

Co-Creatieteam Ontmoeten speerpunten 2014:

1. Organiseren van 4 Inspirations, 3 Kennis-, 2 Boardroom-, 2 Mastersessies en 2 bijzondere bijeenkomsten met afwijkend format
2. Formuleren van het doel van iedere bijeenkomst aangevuld met een zo accuraat mogelijke omschrijving van de inhoud en het helder beschrijven van de te verwachten meerwaarde van de bijeenkomst. Het resultaat zou een gemiddeld hogere positieve score in de enquête na de bijeenkomst moeten zijn
3. Het verzorgen van verslagen van alle bijeenkomsten als content voor de website en te gebruiken voor PR doeleinden
4. Actief in de volgende bijeenkomst terugkoppelen van de resultaten van de enquête van de voorgaande bijeenkomst en wat er met deze info wordt gedaan

5. Het in 2014 samen met team Onderzoeken opzetten van de PvKO scriptieprijs zodanig dat deze in 2015 daadwerkelijk uitgereikt kan worden. (zie speerpunten Onderzoeken)

Co-Creatieteam Onderzoeken speerpunten 2014:

1. Het voor 1 september 2014 operationaliseren van het begrip 'Klantgericht ondernemen', waaronder we in ieder geval de volgende twee punten verstaan: het formuleren van een definitie en het uitwerken in begrijpelijke termen van: "wat is het". Het vertalen van het voorgaande in een te ontwikkelen Scan & self assessment-tool met betrekking tot klantgerichtheid.
2. Het voor 1 september 2014 ontwikkelen benchmark 'Klantgericht Ondernemen' en i.s.m. het team Ondersteunen eveneens voor 1-9-2014 ontwikkelen van een PR-plan daaromtrent en dit vervolgens voor eind 2014 implementeren
3. Het samen met het team Ontmoeten opzetten van een PvKO scriptieprijs. In 2014 moeten alle randvoorwaarden, criteria, selectieprocedures, juryleden etc. etc. uitgewerkt zijn, zodat in 2015 er daadwerkelijk gestart kan worden met de PvKO Scriptieprijs.
4. Opzetten kennisportaal inclusief (procedure voor publiceren en actualiseren van) content.
5. Ledenonderzoek uitvoeren cq actualiseren in het eerste halfjaar en het verzorgen van een terugkoppeling van de resultaten in het tweede halfjaar.

Co-Creatieteam Ontwikkelen speerpunten 2014:

1. Relatie opbouwen met vertegenwoordigers van HBO-instellingen (ten einde inzicht te verkrijgen op welke wijze het platform hen kan ondersteunen).
2. Het rubriceren van opleidingen (zodat de vraag naar opleidingen op het gebied van KGO op een eenvoudige wijze kan worden verbonden aan het aanbod op dat gebied).

Co-Creatieteam speerpunten Ondersteunen 2014:

1. Verzorgen van tenminste 2 PvKO publicaties
2. Visie document presenteren aan bestuur over Consumenten betrokkenheid en Meldpunt
3. Structuur en bezetting organiseren voor doorlopende Contentmarketing
4. Via SEO en SEA aantoonbaar zorgen voor tenminste 30% verhoging van bezoek website PvKO
5. Kerndomeinoverschrijdend content ontsluiten, faciliteren en communiceren (social media)

Voorlopig overzicht Bijeenkomsten 2014

Woensdag	15 januari	Inspiration (Oracle)	
Dinsdag	11 februari	Kennissessie (Transavia)	
Woensdag	12 maart	Inspiration (Adobe)	
	Maart	K.O.in de boardroom	
Donderdag	10 april	PvKO Mastersessie	
Dinsdag	13 mei	Kennissessie	
Donderdag	3 juli	Special meeting +ALV	speciale bijeenkomst
Donderdag	11 sept.	Inspiration	
Donderdag	18 sept.	CRM in 1 Day	De hele dag actuele crm info http://www.crmin1day.nl/
Woensdag	15 oktober	PvKo Mastersessie	
	Oktober	K.O.in de boardroom	
Donderdag	6 november	Inspiration (Oracle)	
Dinsdag	25 november	Kennissessie	
Woensdag	17 december	Jaarpln+eindejr borrel	speciale bijeenkomst

Thema's voor de bijeenkomsten in 2014

1. Customer Journey & Experience
2. NPS, klantfeedback, big data & privacy
3. Social CRM & gedrag
4. Trends, futurizing en business modellen

Definities van de verschillende bijeenkomstsoorten:

Om aan alle onduidelijkheid een eind te maken over de verschillen tussen de bijeenkomsten die georganiseerd worden heeft het co-creatieteam Ontmoeten definities geformuleerd. Hieronder deze definities, zoals ze inmiddels ook op de website van PvKO staan:

Definities bijeenkomsten

Inspirations

Bijeenkomsten die gericht zijn op het delen van kennis en ervaring van actuele onderwerpen, standpunten, vernieuwende inzichten op het gebied van Klantgericht Ondernemen. Op basis waarvan een goede interactie binnen de groep van aanwezigen kan ontstaan met als ultieme doel de aanwezigen meer kennis en visie mee te geven, alsmede hen te voorzien van alternatieve inzichten die er uiteindelijk toe bijdragen aan een klantgerichter ondernemend Nederland.

Vorm: Een theoretische basis en een verwerkingsvorm (praktijkcase, discussie, stellingen, etc). Daarnaast verzorgt veelal ook een lid een Pecha Kucha (20 slides in 20 seconden) over een onderwerp gerelateerd aan het thema van de bijeenkomst. De inhoud moet vernieuwend en prikkelend zijn. Er moet voor gewaakt worden dat leveranciers/consultants een promopraatje voor zichzelf houden.

Doelgroep: Leden en potentiële leden die kennis, ervaringen en contacten met elkaar willen delen. Ook voor niet-leden is deze bijeenkomst een goede gelegenheid om kennis te maken met Platform voor Klantgericht Ondernemen.

Locatie: Inspirations vinden plaats op locatie van een van haar leden. Slechts bij hoge uitzondering in een openbare gelegenheid.

Frequentie: 5 keer per jaar.

Kennissessies

Bijeenkomsten waarbij een bedrijf (lid) een case of vraagstelling inbrengt waarvoor de aanwezigen ondersteuning kunnen bieden door de inbreng van de gezamenlijk beschikbare kennis. Met als doel het betreffende lid verder te helpen en middels discussies ook het bewustzijn en de toepassing van de beschikbare kennis door de andere leden te vergroten.

Vorm: Een theoretisch kader van de probleemstelling ofwel de case dient geschetst te worden. Aanwezigen brengen hun kennis en ervaring in aan de hand van workshops, discussies, etc en het bedrijf dat probleemstelling/case brengt, geeft terugkoppeling van de resultaten en visie die zij heeft verkregen.

Doelgroep: Voor alle leden en geïnteresseerde niet-leden met (beperkte) kennis van klantgericht ondernemen die graag praktisch vervolgstappen willen zetten.

Locatie: Kennissessies vinden plaats op locatie van het betreffende bedrijf dat haar case/vraagstelling inbrengt.

Frequentie: 4 keer per jaar.

Klantgericht Ondernemen in de Boardroom

Het ontdekken en ondersteunen van directie-tafel-thema's die betrekking hebben op klantgericht ondernemen. Hierdoor kun je het thema klantgericht ondernemen extra bij directies onder de aandacht brengen, maar ook niet-executive leden helpen om het beeld en de taal van de directie te snappen – met als doel het mogelijk maken van klantgericht ondernemen over management lagen heen.

Vorm: De executive die als host van de betreffende meeting optreedt brengt een onderwerp rondom klantgericht ondernemen in dat hem bezighoudt. Het andere onderwerp wordt aangedragen door de organiserende kernleden. Dit onderwerp zal veelal voortkomen uit de eerdere discussies of actualiteiten rondom Klantgericht Ondernemen.

Doelgroep: Directieleden (executives) van PvKO-leden en geïnteresseerde executives zoals klanten van leden die verantwoordelijk zijn voor klantgericht ondernemen binnen de eigen organisatie.

Locatie: Op locatie van een van de executives die deelneemt aan de betreffende KO boardroommeeting.

Frequentie: 3 a 4 keer per jaar.

PvKO Mastersessies

Bijeenkomsten waarbij delen van kennis a.d.h.v. onderzoeken rondom Klantgericht Ondernemen door studenten/pas universitair afgestudeerden, centraal staan. Primair zal het hierbij draaien om verkregen inzichten aan de hand van onderzoek die (nog) vrijwel nauwelijks in de praktijk zijn geïmplementeerd of getoetst. In de daaropvolgende discussies met de deelnemers zal de vertaalslag naar de praktijk worden gemaakt.

Vorm: Een tweetal studenten zullen hun onderzoek presenteren waarna ruimte is voor een (gefaciliteerde) discussie. Er zullen twee onderzoeken met verschillende onderwerpen worden gepresenteerd.

Doelgroep: Leden en potentiële leden die kennis willen opdoen aan de hand van actuele onderzoeken en de discussie die daaruit volgt.

Locatie: Inspirations vinden plaats op locatie van een van haar leden. Slechts bij hoge uitzondering in een openbare gelegenheid.

Frequentie: 2 keer per jaar.