

PLATFORM VOOR KLANTGERICHT ONDERNEMEN CRM ASSOCIATION NL

Jaarverslag 2014



Voorwoord

Klantgericht ondernemen blijft een vraagstuk dat continu verandert en een grote uitdaging voor ons vormt. Organisaties zijn op zoek naar onze *Why*, de drijfveren achter ons handelen en de rol die de klant daarin speelt. Ze proberen het ondernemerschap terug te brengen met concepten als agile en lean. Ze kijken hoe ze kunnen converseren met klanten en gebruikers in een many-to-many omgeving. Ze zoeken naar methoden om de customer experience te vergroten, zodat mensen in specifieke situaties behalve een functionele oplossing ook emotioneel geraakt worden. Ze beseffen dat ze de technologie binnen ons vak een grotere rol gaat spelen; binnen veel organisaties wordt een groot gedeelte van het IT budget inmiddels aangewend binnen marketing, sales en service. Tegelijkertijd wordt het scala aan technische mogelijkheden waaruit we kunnen kiezen groter; en ze veranderen continu.

Ook in 2014 heeft het PvKO, als *kennisplatform* om organisaties en professionals die zich met deze onderwerpen van klantgericht ondernemen bezig houden, zich ingezet. Door, zoals we al jaren doen, kennis over dit onderwerp uit praktijk en wetenschap te ontsluiten, beschikbaar te stellen en te delen tijdens bijeenkomsten, via onze website, PvKO-TV en kennisbank.

2014 is het jaar geweest waarin de eerste uitvoering is gegeven aan het plan om het HBO te ondersteunen bij de ontwikkeling van het onderwijs in klantgericht ondernemen. In onderzoek met onder andere de Rijksuniversiteit Groningen is de benchmark ontwikkeld; in een self assessment hebben organisaties zichzelf beoordeeld. Hierdoor krijgen we een eerste inzicht in de status van het klantgericht ondernemen in Nederland en de invloed daarvan op klant- en organisatieresultaat. Verspreid over het jaar zijn ook weer zeer goed gewaardeerde bijeenkomsten georganiseerd, waaraan telkens 65 tot en met 135 mensen aan deelnamen. Het is een van de belangrijkste activiteiten van het PvKO, die ook een belangrijke invloed heeft op het behalen van onze NPS score van 46. Centraal stonden customer journey's en experience, NPS, klantfeedback, big data en privacy, social CRM en futurizing en business modellen. Langs tal van wegen wordt de content van deze sessies verrijkt en geschikt gemaakt voor verdere verspreiding. Denk bijvoorbeeld aan de contentpapers, PvKO TV, verslagen en achtergrondartikelen.

PvKO zou deze activiteiten niet kunnen realiseren zonder de steun van leden en ambassadeurs, waaronder de actieve co-creatieleden die deze vereniging haar positieve bijzondere karakter geven!

Het is een steun waar we ook in de toekomst op hopen te mogen rekenen bij het klantgericht of klantgedreven maken van Nederland.

Ed Peelen
Voorzitter PvKO
Mei 2015

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Organisatie	4
a. Kernleden	4
b. Raad van Advies.....	7
c. Bestuur	7
Bestuur - speerpunten 2014 en toelichting.....	7
d. Directie & Projectbureau.....	8
3. Kerndomeinen en speerpunten.....	9
a. Co-creatieteam Ontmoeten - speerpunten 2014	9
b. Co-creatieteam Onderzoeken - speerpunten 2014.....	14
c. Co-creatieteam Ontwikkelen - speerpunten 2014	15
d. Co-creatieteam Ondersteunen - speerpunten 2014	16
4. Activiteiten met derden.....	17
5. Waarom zijn onze leden lid?.....	17
6. Boeken en Managementboek.nl	18
7. Publiciteit	18
PvKO TV	18
8. Infrastructuur.....	19
9. Financieel.....	20
10. Conclusie.....	22

1. Inleiding

Platform voor Klantgericht Ondernemen (PvKO) is de kennis- en netwerkvereniging die iedereen samenbrengt die professioneel bezig is met klantgerichte marketing, innovatie, ondernemen en CRM. Het Platform is in 2002 gestart onder de naam CRM Genootschap dat later bekend werd als CRM Association NL. In de afgelopen 13 jaar is de vereniging doorgroeid naar ruim 150 aangesloten bedrijfsleden en 58 individuele leden. In totaal zijn ruim 1.700 professionals aangesloten.

Samen met zijn leden zet PvKO zich in om het Nederlandse bedrijfsleven klantgericht te laten ondernemen. Een onafhankelijk netwerk met ruim 1.700 professionals dragen allemaal hun steentje bij aan de maatschappelijke missie om een klantgericht Nederland te stimuleren ten behoeve van ons Bruto Nationaal Geluk (waar wij een zeer goede klantbeleving onder verstaan) en ons Bruto Nationaal Product. Hieronder verstaan wij succesvol ondernemende organisaties.

De snelle ontwikkelingen in de maatschappij, economie en technologie maken het voor PvKO nodig om continu te innoveren. Het bestuur van 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 heeft zij 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 in april 2014 het jaarplan 2014 opgesteld en een meerjarenplan 2014-2016. De speerpunten voor bestuur en co-creatieteams zijn in dit jaarverslag meegenomen inclusief toelichting.

2. Organisatie

Platform voor Klantgericht Ondernemen is een vereniging met een Bestuur en een Directie die samen met het Projectbureau de dagelijkse gang van zaken leidt. Daarnaast is er een Raad van Advies die bestuur en directie beleidsmatig terzijde staat.

a. Kernleden

Een vereniging bestaat uit leden en kan niet zonder actieve leden. De kernleden van PvKO zijn niet alleen actief maar ook zeer betrokken bij de organisatie van activiteiten en ontwikkeling van het platform. In 2014 is het aantal kernleden gelijk gebleven. De actieve kernleden vervullen een belangrijke rol binnen de kerndomeinen; in 2014 zagen we dat de domeinen in toenemende mate autonoom actief waren.



Binnen PvKO spelen de kernleden een hele belangrijke rol bij de ontwikkeling van initiatieven, het organiseren van activiteiten en uitbreiden van het netwerk.



Ondersteunen

- Ledencommunicatie, werving en publiciteit
- Online platform

De kernleden →

Ontwikkelen



Peter Koning
peter.koning@marketing.coop
[LinkedIn profiel](#)



Willem Kwakernaat
willem.kwakernaat@inholland.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ed Peelen
ed.peelen@icsb.nl
[LinkedIn profiel](#)



Pieter de Rooij
rooy.h@nhtv.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ziryan Salayi
z.salay@bluebricks.nl
[LinkedIn profiel](#)



Gerard Struijf
gerard.struijf@gmail.com
[LinkedIn profiel](#)



Ruud Verduin
ruud@verduin.nl
[LinkedIn profiel](#)



Jan-Willem de Vries
j_w_devries@hotmail.com
[LinkedIn profiel](#)

Ontmoeten



Peter Bot
peterbot@hotmail.com
[LinkedIn profiel](#)



Robert den Braasem
robert@resultancy.nl
[LinkedIn profiel](#)



Rob Brosens
rob.brosens@customer-i.nl
[LinkedIn profiel](#)



Annemieke Deveer
deveer@drijfveren.org
[LinkedIn profiel](#)



Rik Dubbink
rik.dubbink@crmpartners.nl
[LinkedIn profiel](#)



Vincent van Hunnik
vincent.vanhunnik@humaninference.com
[LinkedIn profiel](#)



Jessica Jonasse
jonasse@servicecheck.nl
[LinkedIn profiel](#)



Martien de Laat
martien.de.laat@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Annemarie Noordam
Annemarie@TerSprake.com
[LinkedIn profiel](#)



Boudewijn Posthouwer
boudewijn.posthouwer@oracle.com
[LinkedIn profiel](#)



Karin Rigterink
karin.rigterink@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Theo van der Steen
theo@underlined.nl
[LinkedIn profiel](#)

Onderzoeken



Arjan Blaauw
arjan@marketingimprovement.nl
[LinkedIn profiel](#)



Victor Blom
vblom@efficy.nl
[LinkedIn profiel](#)



Lindy Borgman
L.borgman@unive.nl
[LinkedIn profiel](#)



Emile Elsbeek
emile.elsbeek@brw.nl
[LinkedIn profiel](#)



Bart Hoogendoorn
bhoogendoorn@anwb.nl
[LinkedIn profiel](#)



Eric Jepma
eric.jepma@cendris.com
[LinkedIn profiel](#)



Wolter Kloosterboer
w.kloosterboer@marketresponse.nl
[LinkedIn profiel](#)



Brian Manusama
brian.manusama@gartner.com
[LinkedIn profiel](#)



Frans Pigeaud
frans@fpigeaud.demon.nl
[LinkedIn profiel](#)



Marcel Rosbergen
marcel.rosbergen@anno1974.com
[LinkedIn profiel](#)



Lars Spruijt
l.spruijt@bluedeskcrm.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ton Timmermans
ton.timmermans@ttma.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ronald Wiekenkamp
r.wiekenkamp@cmotions.nl
[LinkedIn profiel](#)

Ondersteunen



Robert Buisman
robert@salesinbusiness.nl
[LinkedIn profiel](#)



Rik Drop
rdrop@egain.com
[LinkedIn profiel](#)



Steyn Elshout
selshout@me.com
[LinkedIn profiel](#)



Maricken Hengeveld
maricken.hengeveld@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Jos Jelier
jos@procurios.nl
[LinkedIn profiel](#)



Peter Joziase
peter@peterjoziase.com
[LinkedIn profiel](#)



Maartje Luinenburg
maartje.luinenburg@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Anne Vreeman
annevreeman@gmail.com
[LinkedIn profiel](#)

b. Raad van Advies

De Raad van Advies adviseert het bestuur en toetst de strategische plannen.
 De volgende leden vertegenwoordigen de Raad van Advies:



Michel Brakenhoff
michel.brakenhoff@makro.nl
[LinkedIn profiel](#)



Paul Iske
paul.iske@nl.abnamro.com
[LinkedIn profiel](#)



Jan van Nederveen
jan.van.nederveen@planet.nl
[LinkedIn profiel](#)



René de Zoete
R.P.Zoete@rn.rabobank.nl
[LinkedIn profiel](#)

c. Bestuur

Het bestuur is zo samengesteld dat zij de beoogde ledensamenstelling van Platform voor Klantgericht Ondernemen afspiegelt. Ieder bestuurslid is (mede) verantwoordelijk voor een kerndomein en zorgt voor onderling contact tussen de leden van hun domein en stimuleert activiteiten.
 In 2014 is René de Zoete als bestuurslid (voorzitter) teruggetreden en neemt zitting in de Raad van Advies. Ed Peelen is in juli 2014 tijdens de ALV benoemd als nieuwe voorzitter.



Peter Bot
 Secretaris en domein Ontmoeten:
 Boardroomsessies
peterbot@hotmail.com
[LinkedIn profiel](#)



Michel Brakenhoff
 Domein Ontmoeten events derden,
 Raad van Advies
michel.brakenhoff@makro.nl
[LinkedIn profiel](#)



Peter Joziasse
 Coördinator domein Ondersteunen
peter@peterjoziasse.com
[LinkedIn profiel](#)



Martien de Laat
 Penningmeester en domein
 Ontmoeten: Inspirations,
 Kennissessies en Mastersessies
martien.de.laat@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ed Peelen
 Voorzitter
ed.peelen@icsb.nl
[LinkedIn profiel](#)



Pieter de Rooij
 Coördinator domein Ontwikkelen
rooy.h@nhtv.nl
[LinkedIn profiel](#)



Ton Timmermans
 Coördinator domein Onderzoeken
ton.timmermans@ttma.nl
[LinkedIn profiel](#)



Linda van Zomeren
linda.van.zomeren@postnl.nl
[LinkedIn profiel](#)

Bestuur - speerpunten 2014 en toelichting

- Het zorgdragen voor het behoud van het bestaande aantal leden en daarnaast het ledenaantal met 5% uitbreiden.
 In 2014 hebben 21 bedrijfsleden opgezegd voor 2015 en zijn er 25 nieuwe leden bijgekomen. Bij de individuele leden zijn er 15 leden bijgekomen en hebben 20 leden opgezegd voor 2015. Hiervan zijn 4 individuele lidmaatschappen overgegaan in 2 bedrijfslidmaatschappen.
- Begroting versterken door het werven van platform partners en sponsors.
 In 2014 zijn diverse partners en sponsors geworven:

- Human Inference – sponsor van PvKO TV
 - L&DJ - strategisch partner
 - Procurios – partner online platform
 - Diverse locatie- en faciliteiten sponsoren o.a.: Philips Healthcare, Oracle, Adobe, VODW, transavia.com, Dialogues House, NHTV
 - Mediabarters – Lumido, BBP, Emerge, Adfo Groep
3. Formuleren nieuwe proposities voor leden, Platform Partners en nieuwe leden (ledenwerving). Er is een werkgroep geformeerd om nieuwe proposities te bedenken en de lidmaatschapstructuur onder de loep te nemen. Deze werkgroep bestaat uit:
- Jan van Nederveen (RvA PvKO)
 - Peter Joziase (Bestuur PvKO)
 - Pieter de Rooij (Bestuur PvKO)
 - Maricken Hengeveld (Directeur PvKO)

Acties die zijn ondernomen:

- Minder actieve leden benaderen en enthousiasmeren om actief het lidmaatschapsvoordelen te benutten
 - Leden helpen om draagvlak voor PvKO te vergroten binnen de organisatie
 - Vanuit thema, branche en onderwerp bijeenkomst actief nieuwe leden benaderen binnen eerste en tweede lijns netwerk
 - huidige lidmaatschapsmodel onder de loep nemen om waarde te vergroten voor alle leden
4. Uitwerken corporate communicatie en voorbereiden PR strategie rondom lancering benchmark. Samen met strategisch partner L&DJ en een aantal leden, te weten:
- Jacqueline van Koert (Zwitserleven)
 - Marco Disseldorp (Adobe)
 - Rogier van den Berg (Procurios)
 - Bob Oord (Heliview Online)
 - Michel Brakenhoff (PvKO bestuur en Makro)
 - Peter Joziase (PvKO bestuur en peterjoziase)
 - Maricken Hengeveld (PvKO Directeur)

Gedurende een aantal sessies hebben we besproken en uitgewerkt hoe we met de benchmark nieuwswaarde kunnen genereren, voor/in welke branches, in welke vorm, met welke middelen, media en netwerk we de communicatie kunnen optuigen. Het doel moet driedelig zijn:

- een grotere naamsbekendheid krijgen;
- autoriteit worden op het gebied voor klantgerichte innovatie en organisaties;
- om draagvlak te vergroten binnen BV Nederland om collectief een steentje bij te kunnen dragen aan een klantgerichter Nederland.

d. Directie & Projectbureau

De directeur en het projectbureau voeren de operationele en ondersteunende werkzaamheden uit voor het platform. Daarnaast vervullen zij een actieve rol in het meedenken en doen bij diverse activiteiten.

Maricken Hengeveld is directeur PvKO. Het projectbureau bestaat verder uit Karin Rigterink, Maartje Luinburg en Eva Rietbroek.



Maricken Hengeveld
maricken.hengeveld@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Karin Rigterink
karin.rigterink@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Maartje Luinburg
maartje.luinburg@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)



Eva Rietbroek
eva.rietbroek@pvko.nl
[LinkedIn profiel](#)

3. Kerndomeinen en speerpunten

Rondom de vier kerndomeinen Ontmoeten, Onderzoeken, Ontwikkelen en Ondersteunen zijn co creatieteams bestaande uit de kernleden geformeerd die invulling geven aan de volgende domeinen:

a. Co-creatieteam Ontmoeten - speerpunten 2014

Centraal binnen het Kerndomein Ontmoeten staat het creëren en faciliteren van offline en online ontmoetingen voor het delen van kennis, informatie, ervaringen, contacten en netwerk op het gebied van klantgericht ondernemen. De volgende activiteiten worden hieronder door PvKO georganiseerd: Inspirations, Kennissessie, Boardroomsessies voor executives en PvKO Mastersessies. Ook is PvKO betrokken bij diverse events waarbij klantgericht ondernemen centraal staat. Dit kunnen eigen events zijn, maar ook events i.s.m. derden.

Naast het organiseren van bijeenkomsten, is in toenemende mate een brug 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 de contentpapers en PvKO TV om de fysieke bijeenkomsten ook online terug te kunnen kijken en te delen.

Speerpunten 2014 en toelichting

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)

In 2014 zijn de eerste vier speerpunten gerealiseerd, hieronder is een verdere toelichting te vinden. Het 5^e speerpunt samen met het team Onderzoeken een PvKO scriptieprijs is nog niet gerealiseerd, wel zijn de eerste verkenningen hiervoor gedaan en tal van contacten met universiteiten geïnitieerd.

In 2014 stonden de volgende 4 thema's centraal voor de bijeenkomsten:

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

Woensdag 15 januari 2014 Inspiration (Oracle)

Thema / onderwerp: Customer Journey & Experience / Winnende praktijkcases van klantgerichte awards

Spreekers: Vincent van Hunnik, VP Marketing bij Human Inference en PvKO-kernlid (dagvoorzitter)
Eric Leebeek, Commercieel Directeur van PLUS Retail
Martin de Lusenet, Manager Op Maat binnen de afdeling Customer Intelligence van ING Nederland
Barry van 't Padje, Informeel teamleider Brandweerintelligence bij Brandweer Amsterdam – Amstelland

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 7,9
Aantal opmerkelijke quotes:
"Mooie leerzame presentaties door verhalen/cases/voorbeelden. Weinig abstract/theorie en veel concreet/theorie."
"De hoop is iets nieuws te horen, wat inspiratie geeft in mijn dagelijks werk. De presentatie van Brandweer AA voldeed alleen al aan die hoop."

[Download de evaluatie](#)



Bijzonderheden: Algemene Ledenvergadering o.l.v. René de Zoete, Directeur Markt & Distributie bij Rabobank Nederland. Pieter de Rooij, Ton Timmermans en Linda van Zomeren kregen toestemming om toe te treden tot het bestuur van PvKO. Kerndomeinen 'markt' naar aanleiding waarvan leden zijn aangesloten bij een van onze vier kerndomeinen.

Aantal deelnemers 87

PvKO TV: [Impressie](#)

Verslag: [Service is binnen ING inmiddels belangrijker dan verkoop](#)

Dinsdag 11 februari 2014 Kennissessie (Transavia)

Thema / onderwerp: Customer Journey & Experience / Het bieden van een uitzonderlijke klantbeleving op alle momenten in de klantreis...

Spreekers: Jessica Jonasse, Algemeen directeur bij Service Check en PvKO kernlid Ontmoeten

Daan Noordeloos, Manager Marketing & Customer Strategies bij transavia.com
Stephan van Slooten, Partner bij Altuïtion

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,5

Aantal opmerkelijke quotes:

“Ik verwachtte een indruk te krijgen van de manier waarop Transavia met haar klanten omgaat, hier werd in overtreffende trap aan voldaan.”

“Omdat ik niet eerder bij een kennissessie aanwezig ben geweest wist ik niet wat ik kon verwachten. Ik vond het heel interessant en leerzaam.”

[Download de evaluatie](#)



Aantal deelnemers: 133

PvKO TV: [Customer Excellence op grote hoogte](#)

Verslagen: [Hoe staat het met de kennissessiebeleving bij Transavia?](#)
[Ervaren uw klanten een 9+ beleving?](#)

Woensdag 12 maart 2014 Inspiration (Adobe)

Thema / onderwerp: Beïnvloeden mag! Inzet van psychologische technieken om waarde voor de klant te creëren

Spreekers: Mischa Coster, Social mediapsycholoog
Marco Disseldorp, Marketing Manager Benelux Adobe
Marketing Cloud bij Adobe Systems

Rik Drop, Presales consultant EMEA bij eGain Corporation en PvKO kernlid

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 7,5

Aantal opmerkelijke quotes:

“Ik vond het heel goed. Ik had het nog iets toegespitster op de klant verwacht met iets meer verdieping.”

“Even een oprisser als het gaat om de sociale psychologie aspecten van ons werk.”

[Download de evaluatie](#)



Aantal deelnemers: 98

Bijzonderheden: Voor degenen die de Inspiration niet fysiek konden bijwonen bood Adobe haar webconference room aan.

Content paper: [Lees verder](#)

Verslag [Lees verder](#)

Donderdag 10 april 2014 PvKO Mastersessie (Op de Zaak)

Thema / NPS, klantfeedback, big data & privacy /



onderwerp: Met Big Data & Social Media analyse technieken klantinzichten verkrijgen rondom sentiment & gedrag en de impact daarvan voor klantgericht ondernemen

Spreekers: Marijn Janssen studeerde af aan de Rijksuniversiteit Groningen:
Master of Business Administration; Marketing Management & Marketing Research
Alexander Singewald helpt organisaties al jaren op het gebied van privacy wetgeving en bemiddelt in de veranderende wetgeving in Europa namens Nederland
Hanneke van Keep studeerde af bij de Universiteit van Tilburg in Master Marketing Research

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 7,7
Aantal opmerkelijke quotes:
“Ik vond het erg leuk om de wetenschap en de praktijk bij elkaar te horen.”
“Altijd weer goed om Singewald te horen vertellen dat je op moet letten voor juridische aspecten.”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 100

Content paper: [Lees verder](#)

PvKO TV: [De relatie tussen NPS en sentiment](#)
[Zien churnen doet churnen!](#)
[Met Big Data & Social Media analyse klantinzicht verkrijgen](#)

Verslag: [De verborgen invloed van social op Klantgericht Ondernemen blootgelegd](#)

Dinsdag 13 mei Kennissessie (VODW)

Thema / onderwerp: Customer Journey & Experience en NPS, klantfeedback, big data & privacy /
Klantfeedback Management in de Customer Journey
Martijn Driessen, Managing Partner, Expoints
Hans Geitenbeek, Directeur Operations bij Care Autoschade



Spreekers: Martijn Driessen, Managing Partner, Expoints
Hans Geitenbeek, Directeur Operations bij Care Autoschade
Rogier van Ewijk, Algemeen Directeur van Terberg Leasing

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,4
Aantal opmerkelijke quotes:
“Leuke case waarbij samenwerking tussen twee partijen centraal stond.”
“Interactief, relevant, interessant, gezellig.”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 73

Content paper: [Lees verder](#)

Verslag: [Klantfeedback in ketens](#)

Maandag 26 mei Boardroomsessie (Ricoh)

Thema's: 1. Digitale tijdperk
2. Customer- vs. target-driven

Aanwezige genodigden: Ben van Miltenburg, Voorzitter Raad van Bestuur VZVZ en ex RvB De Friesland Verzekeringen
Jan Henny Holvast, Directeur/Ondernemer van MC-Monique Collignon
Johan Slok, Bondsbestuurder CNV Vakmensen
Michel Driel, Manager Customer Services, Equens
Monique de Boer, Adviseur change manager Bindinc
Rached Dekker, Directeur Strategic Accounts Ricoh



Sara Joosten, Manager Marketing Services Ricoh
Wim van de Pol, Marketing Directeur Deli Groep

Verslag: [Lees verder](#)

Donderdag 3 juli 2014 Inspiration met ALV (Dialogues House)

Thema / onderwerp: Trends, futurizing en business modellen /
Nieuwe trends vanuit het Dialogues House

Sprekers: René de Zoete, Directeur Markt & Distributie bij Rabobank Nederland
Paul Iske, Hoogleraar Universiteit Maastricht, Chief Dialogues Officer bij ABN AMRO en directeur van het Dialogues House



Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,6
Aantal opmerkelijke quotes:
"Heel inspirerend en grappig."
"Het werken in kleine groepen is heel goede manier om de vaak theoretische (abstracte) inhoud van een presentatie te verdiepen en te vertalen naar de eigen dagelijkse praktijk."
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 75

Content paper: [Lees verder](#)

PvKO TV / verslag: [Stel de klant niet centraal!](#)

Donderdag 11 september 2014 Inspiration (ID College)

Thema / onderwerp: Trends, futurizing en business modellen /
Kennissessie Jongerenmarketing vanuit Insights

Sprekers: Jeroen Boschma, auteur 'Generatie Einstein', weet marketingconcepten, productinnovaties en merkopbouw te vertalen naar jongeren
Alma Feenstra, Directeur Marketing en Communicatie bij ID College



Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,0
Aantal opmerkelijke quotes:
"Jeroen zeer bevlogen en relevante inzichten, Alma gebouwd op de praktijk en zeer reëel."
"Al jaren niet meer in een schoolgebouw geweest..; zeer passend bij het thema van de avond."
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 65

Content paper: [Lees verder](#)

PvKO TV / verslag: [Jongerenmarketing zo zit dat dus!](#)

Woensdag 15 oktober 2014 PvKO Mastersessie (Dialogues House)

Thema / onderwerp: Customer Journey & Experience en Social CRM & gedrag /
Innovatie in klantbeleving; stilstaan is geen optie

Sprekers: Adrian Hoffstaedter, Master student of Strategic Marketing at Maastricht University
Lisa Krafft, University of Maastricht, Masters in International Business
Adrian Hoffstaedter, Master student of Strategic Marketing at Maastricht University
Lisa Krafft, University of Maastricht, Masters in International Business



Ed Peelen, Bestuursvoorzitter PvKO, partner bij ICSB en verbonden aan Nyenrode Business Universiteit

Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,1
Aantal opmerkelijke quotes:
“Uitkomsten onderzoeken waren enigszins voorspelbaar.”
“Leuk format wat steeds beter zich nestelt in alle PvKO activiteiten.”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 76
Content paper: [Lees verder](#)
PvKO TV: [Diverse vragen aan de sprekers](#)
Verslag: [Lees verder](#)

Donderdag 6 november 2014 Inspiration (Oracle)

Thema / onderwerp: Van bricks naar clicks en vice versa
Sprekers: Sven Bally, Hoofd e-commerce bij Veritas
Arie den Boon, Programma Manager MOOC's bij Universiteit van Amsterdam
Champal Gijzen, ArboNed
Vincent van Hunnik, VP Marketing bij Human Inference en PvKO-kernlid
Addy Oosterom, Director Customer Excellence bij Manutan B.V.



Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,9
Aantal opmerkelijke quotes:
“Het was best veel, door de afwisseling prima te volgen.”
“Veritas is een verademing door de combinatie van juiste timing en inzet van producten, nostalgie en customer experience.”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 65
Content paper: [Lees verder](#)
PvKO TV: [Diverse vragen aan de sprekers](#)
Verslag: [Lees verder](#)

Dinsdag 25 november 2014 Kennissessie (Philips Healthcare)

Thema / onderwerp: Trends, futurizing en business modellen / De toekomst van de gezondheidszorg: de digitale transformatie waarbij de patiënt centraal staat!
Sprekers: Nanne Dodde, Directeur 3ND en ambassadeur PvKO
Lucien Engelen, Directeur Radboud REshape Innovation Center aan het Nijmeegs Universitair Medisch Centrum
Roland Friele, Adjunct-directeur van Nivel, Hoofd onderzoeksafdeling en Programmaleider Wet- en regelgeving
Jeroen Tas, CEO Healthcare Informatics, Solutions and Services, Philips



Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 9,4
Aantal opmerkelijke quotes:
“Met name het 2e verhaal was inspirerend, want gaf inzicht in totaal nieuwe ontwikkelingen in Health.”
“Software wordt key. eigendom van patiënt.”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 106
Content paper: [Lees verder](#)
PvKO TV: [Diverse vragen aan de sprekers](#)

Verslag: [De digitale transformatie en de zorg](#)

Woensdag 17 december 2014 Jaarplan en eindejaarsborrel speciale bijeenkomst (CRM Business Game Klant-erger-je-niet)

Thema / onderwerp: Trends, futurizing en business modellen / De toekomst van de gezondheidszorg: de digitale transformatie waarbij de patiënt centraal staat!

Spreekers: Ron Gubbels, Partner bij Quality Support BV
Cees van de Zande, Directeur/eigenaar van Cyos B.V.



Evaluatie: Gemiddeld beoordeeld met een 8,9
Aantal opmerkelijke quotes:
“Verrassend leuke Inspiration!”
“Het is zoveel effectiever om het leereffect te ervaren dan dat iemand je vertelt wat je ervan moet leren!”
[Download de evaluatie](#)

Aantal deelnemers: 50

Bijzonderheden: Een vorm van gamification

Verslag: [‘We hebben weer een ambassadeur!’](#)

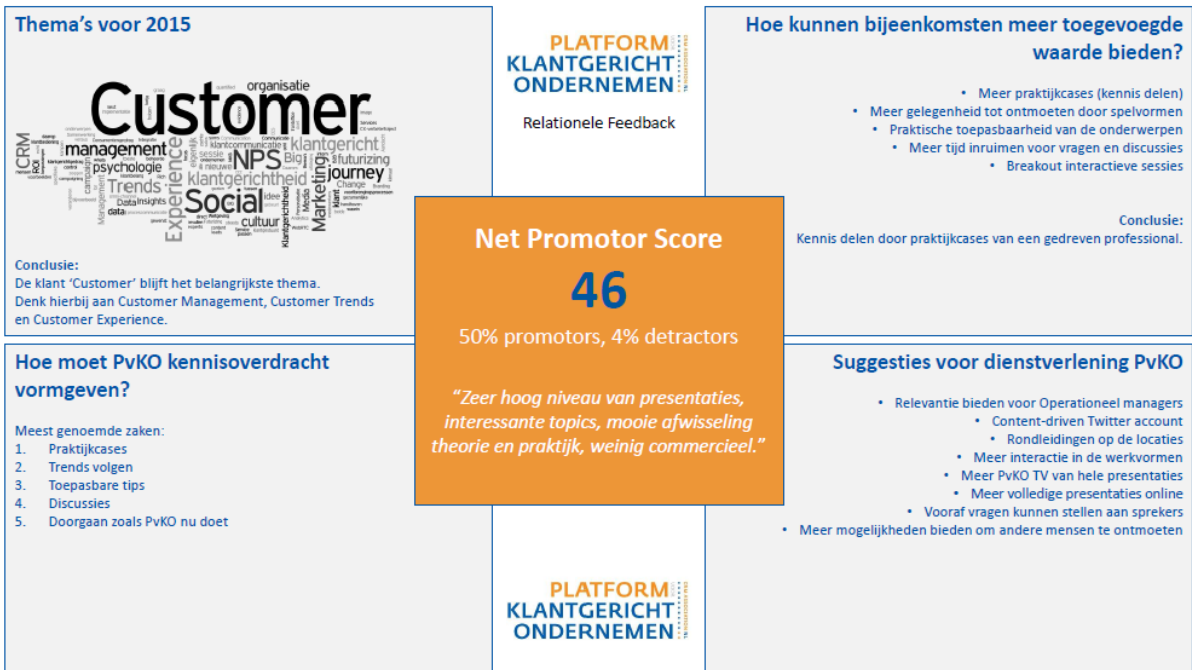
b. Co-creatieteam Onderzoeken - speerpunten 2014

Speerpunten 2014 en toelichting

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.

Het Nationaal CRM Marktoverzicht, verschijnt sinds 2007 jaarlijks en brengt het aanbod van alle partijen die actief zijn op dit gebied in kaart. Daarnaast wordt gespeurd naar interessante onderzoekspublicaties, artikelen en whitepapers die via de portal CRMPapers toegankelijk zijn gemaakt. Ten slotte worden meningen en suggesties van de leden en de bezoekers in kaart gebracht. Het Nationaal CRM Marktoverzicht is maart 2014 online verschenen.

In juni 2014 is het ledenonderzoek uitgevoerd en de resultaten hiervan zijn meegenomen in de activiteiten 2^e helft [2014](#)



N.a.v. het ledenonderzoek zijn diverse suggesties opgepakt, zoals:

- Meer online content – o.a. door PvKO TV, content papers, maar ook door Onderzoeken om kennis te gaan ontsluiten
- Meer gelegenheid tot ontmoeten – o.a. door verbinden zowel online als online
- Breakout interactieve sessies – o.a. tijdens Kennissessies

c. Co-creatieteam Ontwikkelen - speerpunten 2014

Succesvol klantgericht ondernemen staat of valt met de kwaliteit van mensen. Bijdragen aan de ontwikkeling van vaktechnische en gedragscompetenties van CRM professionals staat daarbij centraal. Platform voor Klantgericht Ondernemen heeft eindtermen voor CRM opleidingen ontwikkeld en competentieprofielen geformuleerd. Een aantal CRM opleidingen is reeds onder onze auspiciën ontwikkeld door partners en een aantal Post HBO examens worden onder ons toezicht afgenomen. Verder wordt er vanuit PvKO bij diverse opleidingen bijdragen geleverd, door mee te denken over de

inhoud en/of colleges te verzorgen. Ook recenseren onze leden boeken rondom het thema Klantgericht Ondernemen en CRM voor Managementboek.

Speerpunten 2014 en toelichting

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).

Speerpunt 1:

In 2014 hebben we twee docentendagen georganiseerd, om de wensen te inventariseren, maar ook om direct invulling te geven aan de ondersteuning van de HBO-instellingen. HBO docenten hadden nagenoeg collectief de vraag naar Gastcolleges. PvKO heeft toegang tot tal van experts die vanuit casuïstiek, trends en innovaties mooie gastcolleges hebben verzorgd voor tal van HBO instellingen en hun studenten.

Daarnaast bleek de behoefte groot te zijn voor een labomgeving waar studenten de theorie van een klantgericht ondernemen in de praktijk kunnen brengen. Niet alleen de inzet van relatiebeheer, maar ook het daadwerkelijk kunnen voeren van campagnes, via verschillende kanalen en dan met name de sociale media. Data analyseren, segmenteren en inzetten en daarvan de waarde voor de campagne kunnen meten.

In 2014 is een begin gemaakt met de inventarisatie van de behoeften van de docenten voor hun studenten en het maken van een selectie van softwareleveranciers die mogelijk een passende oplossing kunnen geven.

Speerpunt 2:

De samenwerking met Springest is rond gemaakt en ingezet, waardoor het totale aanbod van opleidingen wordt ontsloten. Daarnaast verschijnt het opleidingsaanbod vanuit diverse opleiders (leden PvKO) met een ledenvoordeel ook op de website van PvKO waar aan de hand van behoeftes en competenties kan worden geselecteerd. Dus niet een opleidingsaanbod gedreven maar een behoefte gedreven overzicht.

d. Co-creatieteam Ondersteunen - speerpunten 2014

Dit domein draagt bij aan de doelstellingen van de kerndomeinen: Ontmoeten, Ontwikkelen en Onderzoeken. Verder is dit domein betrokken bij publiciteit en pr-activiteiten. Het domein Ondersteunen houdt zich bezig met o.a. organisatie en initiëren van projecten en samenwerkingsverbanden, webportal, communicatie met (potentiële) leden en externe relaties.

Speerpunten 2014 en toelichting

1. Verzorgen van ten minste 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)

Speerpunt 1:

Er zijn verschillende artikelen/verslagen gepubliceerd, onder andere n.a.v. de bijeenkomsten:

- [De digitale transformatie en de zorg](#). Bron: *MarketingTribune*
- [Digitale transformatie in de zorgsector](#). Bron: *CustomerFirst*
- [Ervaren uw klanten een 9+ beleving?](#) Bron: *SalesManagement*
- [PvKO in bijlage FD over Customer Loyalty](#). Bron: *FD*
- [Service is binnen ING inmiddels belangrijker dan verkoop](#). Bron: *Customer Talk*
- [Transavia wil klantbeleving op laten stijgen](#). Bron: *Customer Talk*

Speerpunten 2., 3. en 4. zijn eind 2014 opgepakt voor realisatie in 2015.

Speerpunt 5:

Dit punt is gerealiseerd en met de komst van de community in 2014 wordt ook daar kerndomeinoverschrijdende content gepubliceerd.

4. Activiteiten met derden

PvKO werkt op tal van manieren samen met andere uitgevers, verenigingen, eventorganisaties en opleiders. Betrokkenheid in de vorm van het wederzijds onder de aandacht brengen van activiteiten, verzorgen van presentaties/cases, inhoudelijk meedenken over opleidingen, samenwerkingen en invullingen. Activiteiten waarbij PvKO in 2014 o.a. betrokken is geweest:

- B2B Marketing Forum
- CRM in 1 Day
- Digital Marketing in 1 Day
- Emerce B2B Online
- Emerce eDay
- Emerce Engage
- MIE 2014
- Multichannel Conference
- Nationaal Customer Contact Congres
- Social & Mobile in 1 Day
- En verschillende activiteiten van leden die wij ondersteunen mits zij een ledenvoordeel bieden.

5. Waarom zijn onze leden lid?

Ook in 2014 hebben wij regelmatig aan onze leden gevraagd waarom ze lid zijn. Een kleine selectie hieruit:



“Alzheimer Nederland gaat dementie voorkomen of genezen. Tot het moment dat we dat gerealiseerd hebben, maken we ons sterk voor hulp die de levenskwaliteit van mensen met dementie en hun omgeving verbetert. Hierbij willen we zoveel mogelijk krachten winnen en verbinden. Kennis opdoen, uitwisselen en met mensen sparren die hier ook dagelijks mee bezig zijn, is voor ons de reden om lid te zijn van het PvKO.”

- **Rens van Loon, Marketing database specialist, Alzheimer Nederland**



“De klant blijft te vaak in theorie de spil waar alles om draait. PvKO levert een concrete bijdrage aan klantgericht ondernemen vanuit het hart.”

- **Henry Groeneveld, KSi**



“Als coöperatieve bank zet Rabobank zich in voor het welzijn van haar klanten en haar omgeving. Samen met onze klanten en leden zijn we continu op zoek naar ‘best practices’ om daar invulling aan te geven. Het lidmaatschap van het PvKO, waarin kennis delen en van elkaar leren centraal staan, is daarom een vanzelfsprekendheid.”

- **René de Zoete, Directeur Markt & Distributie, Rabobank Nederland**

Gewoon goede, duidelijke en informatieve presentaties door mensen die weten waar ze over spreken!

- **Irene Klein Bog, Managen van onderzoeksprojecten, Service Check**



“Ik vind de bijeenkomsten echt heel inspirerend en inzichtgevend. Ik kom er altijd met concrete en praktische kennis en voorbeelden vandaan. Het concept van PvKO is ijzersterk en ik vertel dat ook aan iedereen: Wetenschappelijke spreker: hoe zit het echt? & Concreet voorbeeld uit de praktijk. Soms bestaat deze zelfs uit twee verschillende sprekers: uitvoerende (bijv. reclamebureau) en klant. Vasthouden!”

- **Tjomme Reeringh, Bedrijfsredacteur, VvAA Groep B.V.**



“Inspirerende en professionele club!”

- **Roelof Pieters, Directeur Distributie, Zwitserleven**

[Deze en diverse andere meningen zijn hier te vinden.](#)

6. Boeken en Managementboek.nl



Vanuit het kerndomein ontwikkelen is in 2012 een samenwerking gestart met managementboek.nl, deze samenwerking is in 2013 en 2014 voortgezet en kent inmiddels een mooie lijst van recensies.

Iedere twee maanden recenseren diverse leden en soms ook niet-leden, boeken waarin het thema klantgericht ondernemen een belangrijke rol speelt. Deze recensies worden in de PvKO-nieuwsbrief opgenomen. Op de PvKO-website geplaatst en bij Managementboek.nl op de website meegenomen.

Over de auteur	Over dit boek	Interviews	1 Recensie
Managementboek Recensies			
11 november 2014 Marcel Rosbergen			
	De boeken van dr. Joseph Michelli (o.a. The Zappos Experience) zijn een rijke bron van kennis en ervaringen van leidinggevenden bij het aanpakken van moeilijke opgaven en mogelijkheden voor een organisatie. In 'De Starbucks strategie' beschrijft Michelli de tegenslagen die Starbucks heeft moeten overwinnen, evenals de doorbraken die zijn bereikt. Daarnaast leert het boek dat ieder van ons (ongeacht zijn functie of type bedrijf) kan bijdragen aan een hogere kwaliteit producten en diensten, klantervaringen en een sterkere betrokkenheid bij de gemeenschap waarin wij functioneren.		
<small>Dr. Joseph Michelli beschrijft op een informatieve en praktische manier de strategie van Starbucks. Het topmanagement van Starbucks is verantwoordelijk voor een substantiële, mondiale economische en sociale invloed en het managen van een aanzienlijk</small>			
Managementboek Recensies			
15 januari 2014 Michael Boon			
	Van glimlachen aan de telefoon en de juiste geur in het toilet tot aan het stellen van complimenteuzen vragen. In het boek 'Verleid de klant' door Rob Snoeijen en Daniëlle de Jonge worden praktische tips gegeven hoe je het koopgedrag van (potentiële) klanten op positieve wijze kunt beïnvloeden. Verwacht geen schokkend nieuw perspectief, maar wel een vlot geschreven boek met handige tips & tricks over verleiden in de zakelijke wereld.		
<small>Dat het koopgedrag van klanten voor ruim 85% onbewust plaatsvindt, is een algemeen bekend feit. Maar hoe maak je hier optimaal gebruik van? Rob Snoeijen en Daniëlle de Jonge nemen de lezer in 'Verleid de klant' stap voor stap mee in de wereld van het verleiden. Mede dankzij de vlotte schrijfstijl, specialistische onderbouwing en veelal treffende voorbeelden een aanrader voor iedereen die klantcontact heeft.</small>			

De werving van recensenten gebeurt tijdens bijeenkomsten, via linkedin, de nieuwsbrief et cetera. In 2014 zijn er 13 boeken gerecenseerd.

Meer informatie is [hier](#) te vinden.

7. Publiciteit

- Nieuwsbrieven – PvKO verstuurt maandelijks een nieuwsbrief naar haar relaties. In deze nieuwsbrief is een overzicht van alle activiteiten, vanuit alle kerndomeinen, te vinden. Ook worden hierin de activiteiten van partners meegenomen en diverse links naar nieuws/content. De nieuwsbrief gaat naar ruim 2.100 ontvangers, de gemiddelde openingsrate is 33%. De traffic naar de website stijgt op de dag dat er een nieuwsbrief wordt verstuurd. Met name de aankomende bijeenkomsten en kennisbank worden dan bezocht.
- Uitnodigingen: de eigen sessies worden ook direct via uitnodigingen per mail onder de aandacht gebracht.
- Conversatie: PvKO vindt het belangrijk om zo goed mogelijk haar leden en niet-leden te informeren, naast de nieuwsbrief en uitnodigingen is er rondom events een intensief contact met de bezoekers en geïnteresseerden over de inschrijving, meer relevante informatie over de sessies/inhoud en online plaatsen van presentaties, video's et cetera. Dit contact wordt door de leden zeer gewaardeerd en zien wij ook als waardevolle vorm van publiciteit.
- Database: PvKO beschikt over een database van meer dan 2.600 geïnteresseerden en leden. In 2014 is de optin database gegroeid van 2.500 naar ruim 2.600. Het aantal mensen dat ingelogd heeft mijn zijn/haar Mijn PvKO account is bijna verdubbeld in 2014.
- Website: Alle informatie is ook altijd op de website PvKO te vinden. De website wordt dagelijks bijgehouden. In de eerste helft van 2014 zijn de bezoekersaantallen van de website licht gestegen t.o.v. 2013. De aantallen zijn hoger als er een nieuwsbrief of uitnodiging is uitgestuurd.
- Ook is er in 2014 steeds meer gedaan op het gebied van Social Media; zo kent de linkedin groep PvKO inmiddels meer dan 1.300 leden. De Facebook pagina heeft 115 'likes'. Op Twitter verschijnen wekelijks diverse berichten en ook op diverse blogs is informatie geplaatst. Ook zien we dat diverse leden, kernleden en partners meer gaan twitteren over en met @pvko.

PvKO TV

Sinds 18 december 2013 is PvKO TV online; zowel binnen de eigen online omgeving als deels ook op YouTube, doel is ook om meer verkeer naar de eigen site te trekken.

Een andere doelstelling van PvKO TV is om de discussie rondom dit thema ook online voort te zetten.



Maandelijks zien we het aantal clicks op de video's van PvKO TV stijgen. Sinds oktober 2014 worden de video-interviews met de sprekers per vraag gedeeld als Tips van de sprekers.

De top 5 van meest bekeken video's in 2014, gebaseerd op de tijdspanne:

1. Interview met Paul Iske (Inspiration Nieuwe trends vanuit het Dialogues House, 3 juli 2014)
2. Interview met Stephan van Slooten (Kennisessie met transavia.com, 11 februari 2014)
3. Nieuwe bestuursleden stellen zich voor (tijdens Inspiration Winnende praktijkcases van klantgerichte awards, 15 januari 2014)
4. Impressie Kennissessie met en bij Philips, 25 november 2014
5. Impressie PvKO Mastersessie Innovatie in klantbeleving; stilstaan is geen optie 15 oktober 2014

8. Infrastructuur

In 2012 is gekozen voor Procurios zij bieden een platform dat alle gewenste functionaliteiten integraal ondersteunt. Begin 2013 is begonnen met de implementatie van de infrastructuur waarna invulling is gegeven aan de contentmarketingstrategie om alle content en initiatieven vanuit de andere domeinen een platform te bieden, toegankelijk te maken en te ontsluiten via verschillende online en offline kanalen. In april 2013 is de omgeving live gegaan en in 2014 is de online omgeving verder uitgebouwd. De volgende elementen zijn aangevuld/toegevoegd:

- Uitbreiding kennisbank
- Community speciaal voor leden
- Nationaal CRM Marktoverzicht
- PvKO TV: interviews met sprekers van de maandelijkse bijeenkomsten
- Contentontsluiting rondom 4 thema's voor 2014
- Opleidingen uitgebreid met Springest

9. Financieel

Platform voor Klantgericht Ondernemen
gevestigd te Amersfoort

Balans per 31 december 2014

ACTIEF

(in euro's)

	<u>31 december 2014</u>	<u>31 december 2013</u>
VLOTTENDE ACTIVA		
Vorderingen en overlopende activa		
Vorderingen op handelsdebiteuren	26.053	38.059
Belastingen en sociale lasten	11.284	8.251
Overlopende activa	<u>5.363</u>	<u>505</u>
	42.700	46.815
Liquide middelen	<u>67.149</u>	<u>71.553</u>
	<u>109.849</u>	<u>118.368</u>

PASSIEF

(in euro's)

	<u>31 december 2014</u>	<u>31 december 2013</u>
Eigen vermogen		
<u>Verenigingskapitaal</u>	<u>92.710</u>	<u>90.002</u>
	92.710	90.002
<u>Kortlopende schulden en overlopende passiva</u>		
<u>Crediteuren</u>	15.622	27.098
<u>Overlopende passiva</u>	<u>1.518</u>	<u>1.268</u>
	17.140	28.366
	<u>109.850</u>	<u>118.368</u>

Staat van baten en lasten 2014

(in euro's)

	2014	2013
Baten	187.345	186.872
Directe lasten	(43.801)	(47.172)
Baten -/- directe lasten	143.544	139.700
Salarissen en sociale lasten	1.263	
Afschrijvingskosten		1.292
Overige bedrijfskosten:		
Huisvestingskosten	3.291	
Administratie- en advieskosten	58.371	57.937
Kantoorkosten	5.804	3.939
Verkoopkosten	12.234	24.058
Algemene kosten	980	2.859
Managementkosten	60.000	47.122
Som der exploitatielasten	141.743	137.207
Exploitatieresultaat	1.801	2.493
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	362	505
Financiële baten en lasten	362	505
Resultaat uit gewone exploitatie	2.163	2.998
Buitengewone baten	545	
Buitengewone lasten		2.420)
Buitengewoon resultaat	545	(2.420)
Resultaat	2.708	578

Conclusie

In 2014 zijn veel nieuwe initiatieven gestart waaronder Customerzz en het benchmark onderzoek. Dit gaan we in 2015 verder uitrollen. Deze initiatieven komen voort vanuit vragen van onze leden en wat zij signaleren binnen de markt. Dit is de manier waarop PvKO werkt: met en voor leden om gezamenlijk draagvlak te vergoten in Nederland om klantgedreven organisaties te stimuleren.

Economisch veranderende tijden dragen veelal niet bij aan de groei van verenigingen en bedrijfsvormen waar lidmaatschappen en abonnementsvormen de belangrijkste bron van inkomsten zijn. Desalniettemin heeft PvKO het ledenaantal ten opzichte van 2013 weten te behouden en is het aantal enthousiaste leden met dito inzet gegroeid. Dat dit PvKO siert krijg ik steeds vaker terug uit de markt; en daar ben ik enorm trots op!

Ook in 2015 is dit de trend die wij verder willen uitbouwen. Doelstelling is om nog meer ambassadeurs en promoters te krijgen die de maatschappelijke missie en daarmee de toegevoegde waarde van het platform verder uitdragen.

Ieder professional die ervan overtuigd is dat de bedrijven groeien als je daadwerkelijk waarde toevoegt voor de klant, nodig ik van harte uit om aan te sluiten bij deze mooie vereniging en bij te dragen aan een klantgericht Nederland!

Maricken Hengeveld
Directeur PvKO
Juni 2015