

hoe blijf je relevant voor de klant?

RONDETAFEL
GESPREK



Hoe blijf je als merk relevant voor de consument? Ed Peelen, bestuursvoorzitter van Het Platform voor Klantgericht Ondernemen, ging om de tafel met acht bestuurders uit het Nederlandse bedrijfsleven.

Gevraagd naar de belangrijkste kwestie waar de acht bestuurders mee worstelen, ontstaat een eenduidig beeld: hoe breng je innovatie in de praktijk? Vaak zijn er mooie ideeën, maar die stranden omdat in de business te veel naar de korte termijn, naar de portemonnee, wordt gekeken. Echt kleur bekennen, keuzes maken en durven te veranderen, kost moeite.

Volgens **Rachelle van der Linden, innovator bij Fuenta**, een bureau voor business development, is er regelmatig een mismatch tussen het productgerichte aanbod van bedrijven en de oplossingsgerichte wens van klanten. Van der Linden haalt een voorbeeld aan van de mede door haar opgezette bank Knab. 'Bij reisbureaus zagen we al duidelijk dat mensen meer zelf kunnen doen, dus besloten we tools aan te reiken om dat ook in de bankwereld te kunnen doen.' Volgens haar is er vaak geen klik tussen wat aanbieders denken dat geschikt is en wat klanten vanuit hun hart kiezen. Maar keuzes vanuit het hart en de klant centraal stellen is intern niet altijd even makkelijk te verkopen. Bij veel bedrijven is 'financial engineering' dominantier dan het klantbelang, merkt **Ben van Miltenburg, bestuursvoorzitter van Vereniging van Zorgaanbieders**