



20

De vereniging **voor en door leden**: projecten hebben een langere aanloop maar worden **collectief gedragen en uitgedragen**.

tekst: **Maricken Hengeveld**

Het Platform Klantgericht Ondernemen (PvKO) wil Nederland klantgericht maken. Daarmee legt het zichzelf de plicht op om binnen de eigen vereniging hét voorbeeld van ledengerichtheid neer te zetten.

NEDERLAND KLANTGERICHTER, OM TE BEGINNEN IN DE VERENIGING

Het Platform Klantgericht Ondernemen (PvKO) wil Nederland klantgericht maken. Een dergelijke missie vraagt om een breed gedragen motivatie om die klant 'daadwerkelijk' centraal te stellen en waarde toe te voegen voor die klant. Immers, de klant is het kapitaal van de organisatie. Deze missie van het platform en haar leden geldt evengoed voor de vereniging zelf. Daarom zette PvKO de stap van een gesloten en hiërarchisch bestuurd organisatie naar een open en transparante netwerkorganisatie en community. In dit proces kreeg de vereniging de naam PvKO (bij de start twaalf jaar geleden was dit het CRM Genootschap, daarna CRM Association NL).

Bar | PvKO biedt de leden een platform waar in toenemende mate informatie en content beschikbaar komt, gedeeld en verrijkt kan worden. Een metafoor voor deze ambitie is de bar. Zie het platform als een bar, waar de barman(vereniging) drank (content) schenkt waarmee hij zijn gasten faciliteert om onderling gesprekken te voeren. Waarbij de barman overigens niet bepaalt welke drank hij schenkt, dat bepalen de gasten. De barman bepaalt ook niet waar de gesprekken over gaan, alleen als hij de juiste aandacht schenkt en het op prijs wordt gesteld mag hij met het gesprek meedoen. De barman is namelijk ook een expert die de gasten kan adviseren en op de hoogte kan houden van nieuwe trends die hij dagelijks hoort. Aan de virtuele bar natuurlijk!

Loyaal | Als de leden loyaal zijn aan de vereniging dan dragen zij dit uit, ze worden de ambassadeurs. Als vereniging dien je ook loyaal te zijn aan de leden, dit is de basis. Met een flink aantal enthousiaste ambassadeurs en relevante content dat met en voor elkaar is verrijkt, is daarnaast een deel van de marketing ingevuld. PvKO is er trots op dat het een grote groep actieve kernleden heeft die proactief meewerken aan de ontwikkeling van de vereniging.

Co-creatiemeetings | Randvoorwaarden en kaders zijn nodig om de leden de ruimte te geven om invulling te geven aan de doestellingen die de vereniging heeft geformuleerd. PvKO heeft vier domeinpijlars gedefinieerd:

1. onderzoeken;
2. ontwikkelen (onder meer opleidingen);
3. ontmoeten (bijeenkomsten en evenementen);
4. ondersteunen (pr en marketing bieden ondersteuning aan de andere drie domeinen).

Binnen ieder domein is een zes- tot twaalfstal kernleden actief waarvoor PvKO een aantal keer per jaar co-creatiemeetings organiseert. De kernleden zijn daarnaast actief binnen hun domein waarvoor zij hun expertise en netwerk inzetten.

WAT IS PLATFORM VOOR KLANTGERICHT ONDERNEMEN

PvKO is een vereniging waarin alle partijen en professionals samenkomen die belang hebben bij het delen van kennis en ervaring op het gebied van customer relationship management (CRM) en klantgericht ondernemen. Inmiddels zijn rond 175 bedrijven lid en de bijeenkomsten worden door honderden mensen van die bedrijven en andere geïnteresseerden bezocht. Activiteiten van PvKO zijn onder meer de maandelijkse inspirations- en kennissessies. Het platform levert ook bijdragen aan De BNR Klantenshow, een wekelijks radioprogramma gewijd aan klantgericht ondernemen en werkt samen met een aantal opleidingsinstituten en brancheverenigingen om Nederland klantgericht te maken. www.pvko.nl

Langere aanloop | Het kernteam Ontmoeten is verantwoordelijk voor de themabepaling en invulling van de maandelijkse bijeenkomsten. Met resultaat. De bezoekersaantallen zijn toegenomen en de sfeer is beter en te omschrijven als enthousiast en saamhorig. De ambitie is om deze trend nu ook online voort te zetten. Content wordt bepaald door de kernleden van Ontwikkelen, Onderzoeken en Ontmoeten. Het kernteam Ondersteunen heeft de schone taak om een infrastructuur te selecteren en er invulling aan te geven. Een team van enthousiaste professionals (onder de leden) stelt zich zelf samen. De vraagstelling van de klus die geklaard moet worden trekt mensen aan en zorgt naar gelang het project vordert en andere eisen stelt aan het team, voor een natuurlijke mutatie. Enthousiasme is key, daar zorgt PvKO voor. Omdat het vrijwilligerswerk is, duurt de aanloop van het project langer dan in een commercieel bedrijf. Dat is niet erg, het wordt immers collectief gedragen en daardoor uitgedragen door de kernleden.

Transparant, open en eerlijk | Zo is het nieuwe online kennisplatform tot stand gekomen. Voor PvKO is het steeds weer laveren geweest tussen voortgangbewaking en sturing geven aan het project versus ruimte geven aan de creativiteit en de enthousiaste inbreng van de kernleden. Transparantie, openheid en eerlijkheid zijn de kernwoorden voor het proces waarmee dit team tot een bijzonder mooi resultaat is gekomen. Alle betrokken leden hebben hun expertise ingezet om tot een pakketselectie te komen. Belangrijk criterium hierbij was de eenvoud van de koppeling van de campagne-management-, CMS- en CRM-functionaliteit. Er is uiteindelijk gekozen voor het webplatform van Procurios. Een oplossing waarbij de benodigde functionaliteiten integraal onderdeel uitmaken van het online platform. Een bijkomend voordeel is dat Procurios ervaring heeft met de implementatie van een dergelijk webplatform in de verenigingsbranche.

Positie van kernleden binnen de vereniging | Het bestuur formuleert het beleid dat de directeur in samenwerking met het projectbureau uitvoert. Bij de uitvoering worden de kernleden actief betrokken die hun expertise en netwerk inzetten om binnen de gestelde kaders en gefaciliteerd door het projectbureau autonoom activiteiten kunnen initiëren

en uitrollen. Het belang van de missie van de vereniging staat hierbij voorop. Natuurlijk hebben de kernleden hier ook voordeel bij. Zij verbinden zich immers aan een professioneel netwerk dat voor hun eigen job ook toegevoegde waarde biedt: het helpt hen bij het vergroten van hun netwerk en expertise. Dit is prima, mits het maar transparant en zonder eenzijdig gewin gebeurt; de belangen en doelen van PvKO staan altijd centraal. Tot op heden reguleert dit zichzelf, het adagium 'voor en door de leden' is hierbij de heilige graal. Het grote voordeel van deze manier van werken is dat de vereniging gebruik kan maken van een enorme hoeveelheid expertise op veel verschillende gebieden. Daarnaast staat de enorme betrokkenheid van de kernleden weer garant voor enthousiaste ambassadeurs.

Kennismakelaar | Content is geen king. Het draait om content + engagement (echte betrokkenheid). Content is op heel veel plekken te verkrijgen. Het gaat erom in welke context de content wordt gevonden, welke aanvullende content wordt geboden en de wijze waarop de content wordt aangeboden en uitgedragen. De waarde van de content wordt verder vergroot door de reacties en aanvullingen van actieve leden en bezoekers. PvKO gaat in toenemende mate de rol van kennismakelaar vervullen. Dat is meer dan vraag en aanbod voor wat betreft kennis bij elkaar brengen. Het gaat ook om aanmoedigen tot kennis delen en kennis verrijken. Delen doen mensen pas als zij enthousiast zijn. Ontvangen en de moeite nemen om tijd voor content te maken, gebeurt meestal pas als een bekende, die oprechte aandacht aan je besteedt, het aanbeveelt.

Deze zomer heeft PvKO het online platform gelanceerd. Bij het schrijven van dit artikel staan we aan de vooravond van een co-creatiemeeting met alle kernleden om met elkaar te bespreken hoe zij kerndomeinoverschrijdend met de content omgaan en hoe zij anderen hierbij kunnen betrekken. Het contentplan is al in concept geschreven, door een kernlid. Nu moet het nog aangevuld, gedragen en geborgd worden door de andere kernleden. En dan kan die olievlek ook online worden verspreid: met content en aandacht gaat PvKO Nederland klantgericht maken. ←

Marickten Hengeveld is ad interim directeur bij PvKO.

TIPS

- Koester de leden, zij zijn het kapitaal en de ambassadeurs van de vereniging.
- Geef de leden tools om als ambassadeur van de vereniging te acteren.
- Betrek de leden actief bij de weg naar de missie en bij het (door)ontwikkelen en uitrollen van activiteiten.
- Speel voor barman: faciliteer, geef content op basis van deskundigheid, geef oprechte aandacht en stuur bij.
- Neem ruimte voor de aanloop naar projecten, zodat het met een team van actieve leden kan en regel vervolgens dat de implementatie effectief en efficiënt wordt ingericht, zodat het snel en goed gebeurt.