

## Reflectie derde bijeenkomst OR-Cyclus op 9 maart j.l. en huiswerk voor de vierde bijeenkomst 13 april a.s.

van theorie naar praktijk: hoe pak je het maken van de vertaalslag aan om handvaten te krijgen voor jezelf, je OR en je organisatie?

Wordt de OR als strategisch adviseur verbindend en een aantrekkelijke gesprekspartner? Wordt de bibliotheek organisatie een kennisdrager die zich moeiteloos kan mee bewegen met haar klanten?

Is de cultuur binnen een bibliotheek te veranderen van “ vroeger en nu” naar samen commitment hebben om alles beter te doen? Wordt de toekomst een uitdaging?

Kernwaarden, doelen en strategie en omgaan met scenario's: de OR wordt steeds meer een verbindende kenniscreator en een strategisch adviseur in de bibliotheek van de toekomst.

### ***Vierde bijeenkomst OR-Cyclus***

*Met deze bagage komen we op 13 april a.s. weer bijeen om verder te praten en concrete acties te formuleren naar aanleiding van de eerdere bijeenkomsten en het huiswerk nu meer gericht op weerbaarheid, onderhandelen de positie van de OR en de relatie(verbetering) met de bestuurder. (Hoe) staat de onderlinge relatie van de OR hierin centraal?*

### **Huiswerk vierde bijeenkomst OR-cyclus 13 april a.s.**

#### **Vragen**

***Beschrijf hoe jij tegen je bestuurder aankijkt?***

***Beschrijf hoe jij met je bestuurder omgaat***

***Beschrijf hoe de relatie is met de totale OR en je bestuurder***

Geeft u de map met het (vorige) huiswerk door? Graag tot 13 april 2010 -13.00 uur:  
deel 4 van de OR-Cyclus

lokatie **Tilburg**: Bibliotheek Midden-Brabant (MB)

***U bent welkom op onze Purple day (Paarse Dag) 11 juni te Seneca Roosendaal centrum als uw organisatie een logo heeft met een (gedeeltelijke) paarse kleur; aanvang: 20.00 uur; inloop 19.30 uur/ kosten: 10 euro per deelnemer  
Deelname via de site: [www.senecaconsultancy.nl/Paarse dag/ purple day](http://www.senecaconsultancy.nl/Paarse_dag/purple_day)  
Thema: de paarse koe. Unieke klantbenadering en paars netwerk***

## Samenvatting programma 3<sup>e</sup> bijeenkomst OR-cyclus 9 maart j.l.

Discussie: angst, twijfels etc over voortbestaan bibliotheken?

Inventariseren: Wat wordt er aan klant benadering gedaan?

Wat vindt men (daarbij) moeilijk?

verschil bu, Sales, marketing, acquisitie (koud en warm), netwerken

bu \_\_\_\_\_ marktplan \_\_\_\_\_ sales

swot \_\_\_\_\_ swot

concurr \_\_\_\_\_ behoefte klant

fin plan \_\_\_\_\_ oude en nieuwe cijfers

looptijd

Waar staan bibliotheken nu?

Vraag : (meer Sales, meer marketing?)

Wat zou je nog meer kunnen doen?

Wat moet er altijd zijn?

---

Onderscheidend vermogen, (smoel hebben)

Gespecialiseerde kennis,

Goed zijn in je vak

Inventarisatie: hoe worden deze zaken (OGG) per bibliotheek beoordeeld?

Zeven marketingwetten

---

1 vraag je af hoe onderscheidend je bent; kiezen, positionering, 2-minutes drill, wij hebben alles

2 claim je eigen plek in het weiland; monopolie, succesvolle plek= witte plek

3 bepaalde juiste acquisitiestrategie; nieuw, bestaand, ?

4 investeer in klanten die waarde creëren; relatiemanagement/berichten over de bieb? Welke?, garanties geven, piramide vijf punts schaal

5 lever meer dan alleen goed werk niet of maar hoe moet je je aanpassen om in de race te blijven

6 maak jezelf uniek en gevraagd : merkdenken

7 doe vooral waar je goed in bent klantenbinder, innovator, vertrouwenspersoon, marktontwikkelaar

## Piramide

Wat is er voor nodig om klanten te werven? 4

### 4 kerncompetenties

A positionering van uzelf en uw dienstverlening

B het opbouwen van een relatie

C CONTEXT EN SITUATIEVERHELDERING

D doelen stellen en bereiken

Wat vindt de klant prettig?

Adviseren en verkopen het eeuwige probleem

### Overige

1Wanneer is een klant een klant,of een prospect?:

2Wat is dat (cultureel) Ondernemen?:

3welke basisvragen zouden je kunnen helpen in het contact met de klant? (HOE KAN IK JOU HELPEN?)

Marketinginstrumenten/ welke? matrix tekenen 5

### Produkt

-welk product lever je?

Wat is de toegevoegde waarde voor de klant?

### Prijs

Voor welke prijs biedt je je produkt aan?

Hoe kom je tot die prijs?

In welk segment van de markt zit je?

### Plaats

Waar biedt je je produkten aan?

Hebben de bedrijfsvestiging en winkel inrichting een eigen identiteit om zich te onderscheiden van de concurrentie?

## Promotie

**Hoe bereik je je klanten?**

**Via welke promotiemiddelen?**

**Website**

**Cultureel ondernemen**

---

**-Klant%**

**-Tevreden klant%**

**-Ontevreden klanten%**

**-Klanten krijgen%**

**-Klanten behouden%**

**-bezoekers%(uitleg: bedrijven die zorgen dat je meer bezoekers krijgt)**

**Wat is dat, ondernemen?**

## Brands

Merk

Netwerk