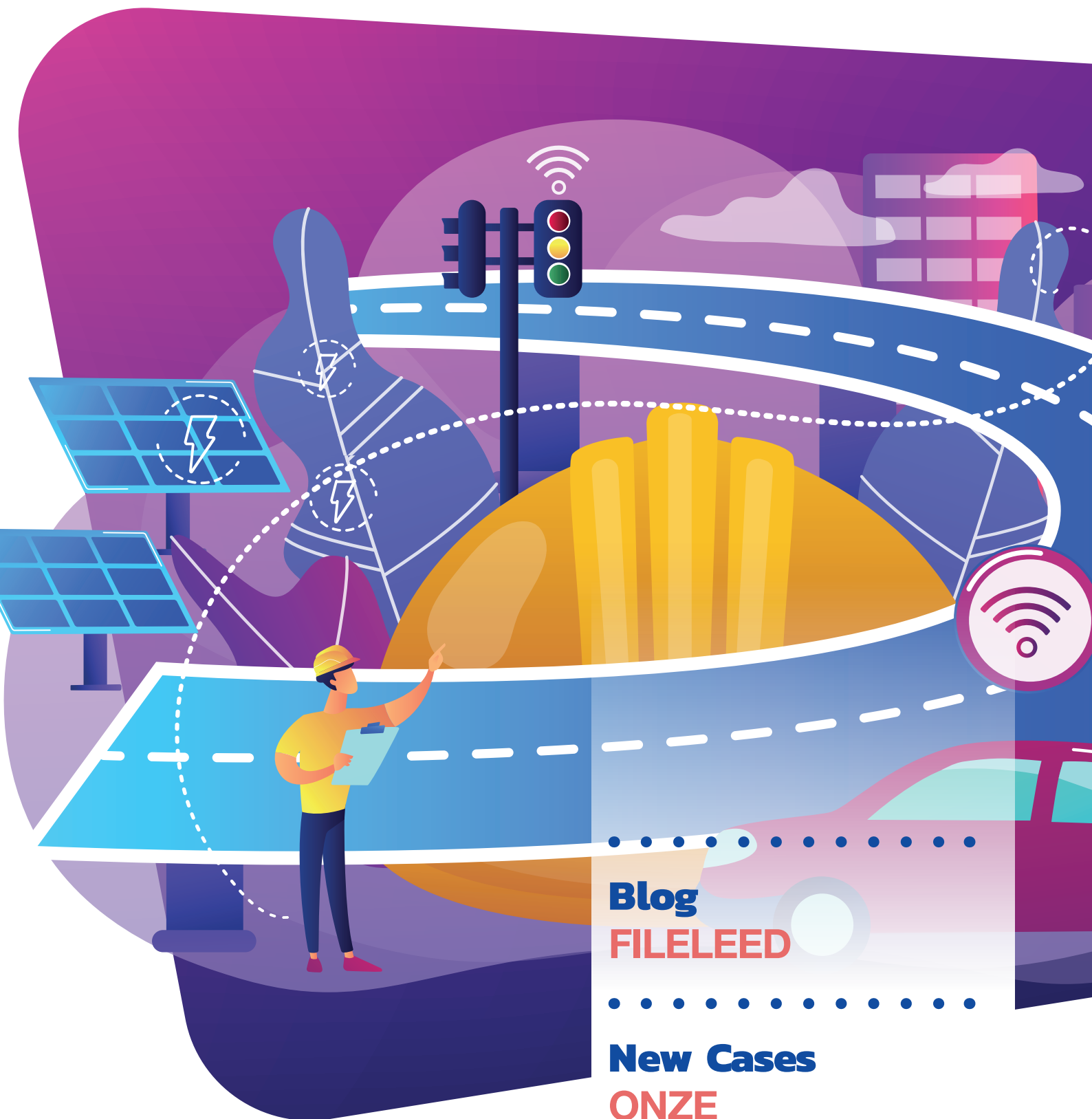


#inspireren

Een magazine over bereik & conversie en andere inspirerende artikelen.



Blog
FILELEED

New Cases
ONZE
PROJECTEN

FILELEED

Ik kijk graag. Ik kijk graag naar alles wat er om me heen gebeurt. Hoe mensen reageren. Ik kijk graag naar een mooie film, naar hoe zaken zich ontwikkelen, naar onze sportende dochters, naar een mooie auto of een lekker potje voetbal. En zo kan ik nog wel even doorgaan.



Een ding is zeker, het afgelopen jaar heb ik heel, heel veel gekeken. Gekeken naar het scherm van mijn laptop wel te verstaan. Ik zag mezelf en nog 1,2,3...of meer mensen. En ik kan je zeggen, ik ben er inmiddels wel klaar mee!

In het voorjaar was ik nog enthousiast, super enthousiast wel te verstaan. Ik zit in Zoom, in Teams en ik zit te facetimen. Lekker effectief, de hele dag door met collega's, klanten, leveranciers, relaties in contact. Zes, zeven, soms wel acht keer op een dag.

Maar na een tijdje begon het me tegen te staan. De hele dag naar dat schermje koekeloeren, dat is

eigenlijk best wel vermoeiend. Vaak inspiratieloos. En dan heb ik het nog niet eens over de irritaties als er een technische storing of vertraging op de lijn zit. Nee, ik ben er eigenlijk wel klaar mee.

Natuurlijk weten we allemaal waar we het voor doen. Voor onze eigen veiligheid en die van een ander. Voor onze gezondheid en die van een ander. Wij werken er bij Schot heel graag aan mee. En dat blijven wij doen, maak je geen zorgen!

Maar afgelopen maandag bekreep me ineens een vreemd gevoel. Een vreemd verlangen. Naar iets waar ik normaal van gruwel. Maar ja, wat is normaal tegenwoordig?

Ik mis gewoon iets, iets wat ik vanaf half maart niet meer heb gehad. Ik zal je verklappen wat het is. Sinds half maart heb ik namelijk niet meer in de file gestaan. Je weet wel, op een miezerachtige woensdagmiddag, om 16.15 uur vanuit Den Haag naar de Hoeksche Waard toe rijden. Radio aan om te luisteren waar de files staan (ja, ik ben een MONO-rijder). Ga ik dwars door de stad? Pak ik de Van Brienoordbrug? Ga ik binnendoor via Rhoon en draai ik er bij Ikea weer op? Soms gelukkig in mijn keuze. Soms met het bloed onder mijn nagels het stuur beethoudend omdat ik het toch weer voor elkaar heb gekregen de verkeerde keuze te maken.

Ik hoop dat ik in 2021 weer regelmatig in de file sta. Dat betekent namelijk dat we Covid-19 naar de achtergrond hebben verbannen. Dat we weer naar buiten mogen. Op bezoek bij elkaar. Naar business clubs en netwerkborrels. En dat ik hopelijk velen van jullie op die miezerachtige woensdagmiddag in jullie auto tegen ga komen. Hup, de file in. En als ik dan moedeloos wordt van het eindeloos stil staan, dan denk ik snel terug aan de afgelopen 8 maanden. En dan weet ik dat het niet zo erg is om stapvoets te rijden want dan zijn we in ieder geval weer in beweging gekomen!

Ik wens iedereen een gezond en vitaal 2021.

**Groet,
Arjan**





HET GEHEIM VAN 123AANBESTEDING.NL

Het ei van Columbus vinden, een gat in de markt ontdekken, de vondst van de eeuw doen, welke ondernemer droomt er niet van? Ondernemers in elke branche hebben zulke dromen, of het nu een product is of een dienst, je hoopt allemaal een echte USP te vinden die je het gedroomde succes brengt.

Maar niet in elke branche is het even makkelijk nèt dat onderscheidende aspect te vinden waarmee je vriend en vijand versted doet staan en klanten met gemak overtuigt. In de maakindustrie zie je het vaker dan in de dienstensector. Een uniek product lijkt welhaast eenvoudiger te bedenken dan een unieke aanpak in de dienstensector. Misschien omdat producten zichtbaarder zijn in de markt dan diensten. En zeker unieke business to business diensten zijn niet wijd en zijd bekend.

Wij bij Schot hebben echter een klant die dat heeft, een unieke aanpak die haar in de zakelijke markt tot een zeer gewilde partij maakt. En het leuke is, wij mogen daaraan bijdragen. Als vormgevers zijn wij nauw betrokken bij de dienstverlening van 123Aanbesteding. Een belangrijk aspect bij tenders is de verpakking om het zo maar te noemen. Onze taak is om er vooral voor te zorgen dat het niet alleen verzorgd, maar ook onderscheidend is, opvallend, oorspronkelijk, dat er een idee achter of in zit. Ook daar moet je het verschil maken.

123Aanbesteding begeleidt (helpt en adviseert vooral) bedrijven die aan tenders meedoen. Grote tenders. De gemiddelde opdrachtwaarde per gewonnen aanbesteding voor hun klanten is € 900.000,00. Hun dienstverlening bestaat uit het schrijven van de tenderdocumenten uit het oogpunt van de opdrachtgever, de aanbestedende dienst.

In aanbestedingsland is de gunfactor belangrijk. Niet omdat je zulke mooie blauwe ogen hebt. Maar waarom dan wel? Nou, niet eenvoudig, maar het komt neer op het volgende. De beste prijs/kwaliteitsverhouding is leidend en in die zin dat gekeken wordt wie de meeste meerwaarde kan bieden aan de aanbestedende dienst. Hier schrijft 123Aanbesteding meerwaarde plannen voor. En juist daar is 123Aanbesteding nu zo onderscheidend goed in. Zij gaan op zoek naar de vraag achter de vraag, zo weten ze hun opdrachtgever keer op keer te verrassen met het vinden van meerwaardes en onderscheidende elementen die de klant zelf nog niet zag. Dat verzekert ze van hogere scores.

Dit komt voort uit de opvatting dat 123Aanbesteding elke aanbesteding ziet als een onderdeel van de strategische marketing van de eindklant en zichzelf altijd de opdracht geeft niet alleen meerwaardes te vinden maar ook grondig onderbouwen!

Ze doen dat middels zogenaamde 'methode interviews' en gaan langs een zestal stappen waarbij de belangrijkste stap is het aantonen wat de aanbestedende dienst ermee wint als hij jouw oplossing kiest inclusief bewijsvoering van de betrouwbaarheid van de aanbidding.

Het proces waar Schot de lead in heeft, om het verhaal te verbijzonderen in de vorm van presenteren, is altijd een heel enerverend traject met vaak ondoenlijke deadlines, die we telkens weer weten te halen. Dat geeft veel voldoening en zo zijn wij onderdeel van het geheim van 123Aanbesteding. Een ander geheim is dat de succes-rate van 123Aanbesteding ver boven het gemiddelde in de branche ligt, zo vormen we samen een winnend team.

ELEKTRISCH VERWARMEN IS 'HOT & HAPPENING'

Eens in de zoveel tijd komt een klant binnenstormen met zoveel energie dat je sterretjes voor ogen hebt als hij het bureau weer verlaat en je je afvraagt wat was dat? Was het een windvlaag? Was het een windhoos? Was het Superman? Nee, het was Edwin Werkman van Easy Comfort. We kregen het er warm van.



Met een meer dan wervelende briefing wilde Edwin ons aansporen de perfecte website voor hem te maken. Elke website die wij maken is perfect, vanzelf, maar Edwin wilde duidelijk maken welke ambitie schuilt achter Easy Comfort.

Easy Comfort is de full service (tot en met de montage) dealer van warmtepanelen uit Duitsland. Hoogwaardige elektrische infrarood warmtepanelen voor gebruik in kantoorruimtes in huiskamers, keukens, slaapkamers, vakantiewoningen, winkels en zelfs kerken.

Easy Comfort is ervan overtuigd dat elektrisch verwarmen de toekomst is. We gaan allemaal van het gas af en schone energie wordt de norm. Elektrische verwarming is 'hot and happening', schoon en efficiënt. Duurzaam dus. Vooral de infrarood panelen van Easy Comfort. Die verwarmen heel nauwkeurig precies de plek waar jij het warm en comfortabel wil hebben. Je hoeft niet de hele ruimte te verwarmen als dat niet nodig is. Dat scheelt enorm in de kosten.

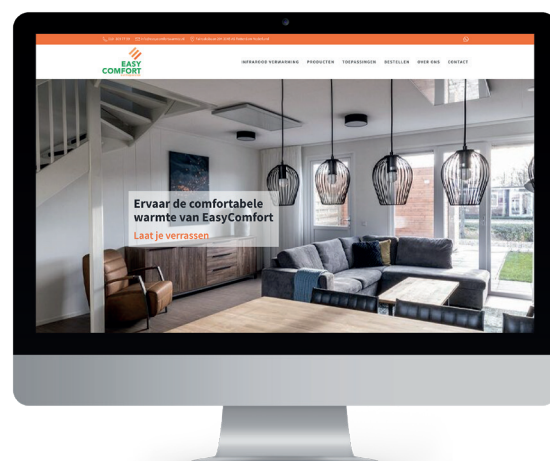
Easy Comfort wil binnen 3 jaar de grootste en belangrijkste dealer worden van Nederland voor elektrische warmtepanelen.

Naast een spetterende website komt er uiteraard een overtuigende onlinecampagne om Easy Comfort zo te positioneren dat iedereen die elektrische verwarming gaat overwegen en Easy Comfort meeneemt in het keuzeprocess.

Het onderscheid en de reden waarom je voor Easy Comfort moet kiezen is Duits fabricaat, snel geleverd, af fabriek en overal makkelijk te monteren. In 5 makkelijke stappen helpt Easy Comfort je.

Het begint met **(1) een zorgvuldige intake**, waarop **(2) direct een voorstel volgt** en **(3) afspraken gemaakt kunnen worden**. De **(4) levering en montage volgen** dan heel snel en uit het oog is niet uit het hart. **Easy Comfort blijft (5) een warm contact met de klant houden**.

Deze aanpak weerspiegelt de ambitie van Easy Comfort om in de komende 3 jaar marktleider te worden in Nederland. Wij hebben er alle vertrouwen in. Bezoek hun website maar eens, het voelt als een warm bad.



easyccomfortwarmte.nl



#6 november 2020



**Verbinden
van finance
& IT met
de business**

JEZELF DE MAAT NEMEN. DAT IS WAT KPI-IMPROVEMENT HEEFT GEDAAN.

Adel verplicht, zo vond Sjoerd Koudijs, toen hij ons benaderde om zijn website in lijn te brengen met wat men inmiddels van hem mag verwachten. State of the Art business solutions in Finance en IT.

Sjoerd Koudijs is zo'n mooi voorbeeld van een ondernemer die zelf volop in ontwikkeling is. Een aantal jaren geleden begonnen als zelfstandig ondernemer, maar ja hoe breng je goed over wat je doet?

Sjoerd vond het lastig om een site te bouwen die uitstraalde wat hij deed. Met als gevolg dat de site veel informatie bevatte maar niet tot de kern kwam. Door de jaren heen is de focus en positionering in de markt veel scherper geworden. Waar sta je voor, welke diensten bied je aan etc. en dit is nu perfect uitgewerkt op de website. Digitale transformatie & procesverbetering en Finance & IT echt verbinden met de business dat is de basis geworden

voor de uitstraling van de website. Recent hebben we samen met Sjoerd de 2.0 versie van zijn site gebouwd. Een mooi traject, samen van ambitie naar inzicht en actie, zoals de slogan van KPI-Improvement is.

De speerpunten zijn: Projectmanagement Finance & IT op het gebied van:

- Business Software: Ondersteuning bij de selectie, onderhandeling en implementatie.
- Data Analytics: Van data naar waardevolle en actuele KPI-dashboards.
- Business Control: Pro-actief sturen op procesverbetering.

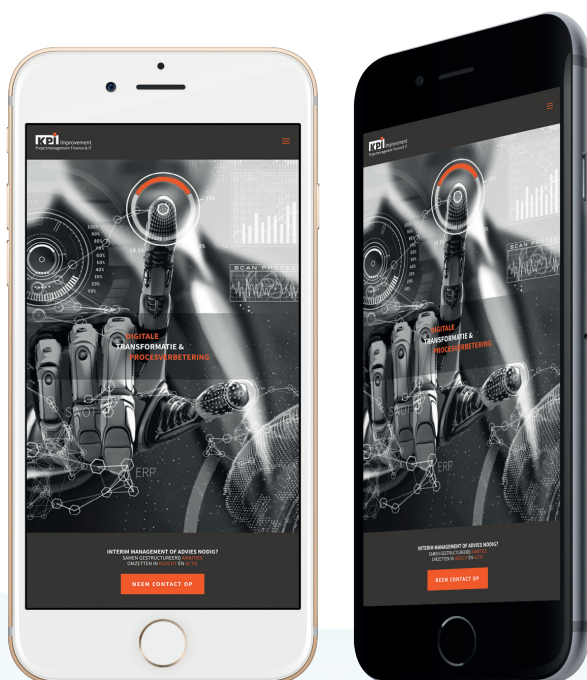
Dat laat niets aan duidelijkheid te wensen over!

Onze rol vanuit Schot was ook om de vormgeving door te ontwikkelen en er een 2.0 versie van te maken. Isabella, onze vormgeefster, is erin geslaagd om het bestaande ontwerp, een 'cleane' vormgeving, om te zetten naar 2020, daarmee bedoelen we dat we het zakelijker hebben gemaakt. Dit zie je direct terug op de website. Een to the point ontwerp en korte, bondige teksten die de betreffende doelgroepen aanspreekt.

De getoonde referenties tonen de kennis en het niveau waarop Sjoerd zijn klanten helpt. Logo's van diverse softwarepakketten onderstrepen de veelzijdigheid aan software ervaring.

Dit past naadloos op de missie van KPI-Improvement: Finance & IT echt verbinden met de business. Dit door systemen én mensen slimmer in te zetten om processen en daarmee het bedrijfsresultaat te verbeteren.

En zo heeft KPI-Improvement ook voor zichzelf Key Performance Indicators gesteld en waargemaakt.



HENRI KROEZE, ONLINE CONSULTANT

Onze meest belangrijke dienst in deze tijd is online consultancy... Online consultancy? Ja, niet online adviseren via Teams of Zoom of andere beeldbel-mogelijkheden, nee adviezen geven over online zaken zoals bezoekersgedrag (via de website en Social Media), Search Engine Optimization, Google Analytics en Google rankings, die het verschil kunnen maken voor jouw business. Want dat is wat online business tegenwoordig betekent voor ondernemers en hun ondernemingen.

**Begeleiden,
adviseren en
verbeteren**

Als consultant zijn wij in veel gevallen bij de klant op kantoor aanwezig om de online business te begeleiden en te adviseren over verbeteringen. Zo hebben we een aantal contracten met opdrachtgevers voor een aantal dagen per maand. Aanwezig zijn op het kantoor van de opdrachtgever is nu net zo'n voorbeeld van fysieke aanwezigheid en persoonlijke contact dat wel gewenst en nodig is. Onderdeel uitmaken van de dagelijkse processen is essentieel voor een goed begrip van de business en juiste advisering.

Het beoordelen van de gegevens afkomstig van websites, Social Media en bronnen zoals Google wordt zo veel waardevoller als deze naast de dagelijkse processen en de specifieke doelstellingen van de klant gelegd kunnen worden. Wat vertellen die data ons? Hoe kunnen wij dit omzetten in het verbeteren van de klantbeleving, de online aanwezigheid, het bereiken van de juiste doelgroep, het verhogen van de conversie? Op die vragen geven wij antwoord. Daar zit onze kennis en ervaring.

Daarnaast worden wij regelmatig gevraagd om als intermediair tussen opdrachtgever en opdrachtnemer op te treden. Onze klanten, voornamelijk in de zorgsector en de non-profit sector, hebben vaak niet voldoende ICT kennis in huis om de communicatie met hun opdrachtnemers te snappen. Onze toegevoegde waarde is dat wij met beide partijen communiceren en net zo lang doorgaan totdat beiden elkaar echt begrijpen. Pas dan kunnen er goede en passende oplossingen geboden worden.

**Interesse of vragen over wat wij voor je kunnen betekenen?
Neem contact op met
Henri Kroeze,
via 06 - 22 888 407
of henri@schot.nl**

Social Media:
 



Schot
Steenenstraat 8
3262 JM Oud-Beijerland

0186 619244
marcom@schot.nl

WWW.SCHOT.NL

