

# Oogst jaar 2013

DE KOST GAAT VOOR DE BAAT UIT. DAT WEET IEDERE SUCCESVOLLE ONDERNEMER UIT ERVARING. DIT BETEKENT OOK DAT JE IN JAREN VAN ECONOMISCHE TEGENSPOED JUIST HET VERSCHIL KUNT MAKEN. DEZE ONDERNEMERS STAKEN AFGELOPEN JAAR HUN NEK UIT DOOR TE INVESTEREN IN DE TOEKOMST. 2013 MOET HET OOGSTJAAR WORDEN.





## Energie besparen?

Uw woning of bedrijfspand isoleren voordat het écht koud wordt? Kies voor spouwmuurisolatie van Isolatietechniek Best. Zo gaat er geen kostbare warmte verloren en gaan uw stookkosten omlaag.

- Spouwmuurisolatie in één dag
- Unieke KOMO certificering
- Brandvertragend
- 15 jaar garantie
- 33% besparing op uw energiekosten
- Meer dan 30 jaar ervaring
- Onderhoudsvrij en milieuvriendelijk

HR++ PLATINUM ISOTECH-parels® hebben 20% meer isolerend vermogen ten opzichte van andere isolatiematerialen. Spouwmuurisolatie met HR++ PLATINUM ISOTECH-parels®: de hoogste standaard in spouwmuurisolatie. Bel vandaag nog voor een gratis afspraak met de ISOTECH isolatieadviseur.

Isolatietechniek Best bv  
Ambachtsweg 29  
Eindhoven

T 040 241 74 64  
E info@isotech.nl  
www.isotech.nl

**ISOLATIE  
TECHNIEK BEST**  
SPOUWMUURISOLATIE

## 'ZORGELOOS MEER RESULTAAT MET EEN MEERTALIGE WEBSITE'

### CV

**Wie:** Piet Langendijk

**Bedrijf:** LiveWords

**Investeerde in:** nieuw personeel en technische ontwikkeling

**Hoopt in 2013:** 75 tot 100 klanten erbij te krijgen

### PIET LANGENDIJK

#### Een website in meerdere talen, wat is daar het voordeel van?

"Met extra talen vergroot je het bereik én de effectiviteit van je website. Een Engelse site levert in Nederland al snel 5 tot 10 procent extra resultaat. Met onze cloud-applicatie voegen organisaties snel een professioneel vertaalde website toe, zonder de hoge kosten en problemen rondom het up-to-date houden ervan. Gewijzigde teksten worden automatisch geregistreerd en gemaïld naar de vertalers, die de vertalingen zelf bijwerken in onze applicatie. Toch blijft de site qua vorm en functionaliteit gelijk aan het origineel. Zo ben je in één keer klaar."

#### In hoeverre moeten jullie investeren om verder te komen?

"In 2010 begonnen wij, Paul Buying, Bram Polak en ik, met de ontwikkeling van de software. In het eerste jaar hadden we twee klanten, dit jaar al bijna dertig. De eerste 200.000 euro hebben we zelf geïnvesteerd, gevolgd door een borgstellingkrediet van ABN AMRO, dat deze maand is verdubbeld tot 600.000 euro. Hiermee hebben we geïnvesteerd in nieuwe medewerkers in de vorm van een extra ontwikkelaar en twee commerciële krachten."

#### Wat gaat dit opleveren?

"We streven naar honderd klanten in 2013. Ook lanceren we een online model, waarmee geïnteresseerden zelf kunnen ervaren hoe eenvoudig de applicatie werkt. Daarnaast zetten we vol in op doorontwikkeling en verfijning van de technologie. We hebben een sterke internationale ambitie en gaan gegarandeerd doorgroeien."



V.l.n.r. Piet Langendijk, Paul Buying en Bram Polak

## ‘OVERSTAPPEN.NL WORDT ONS VLAGGENSCHIP’

### JELLE FEENSTRA

**Jullie wilden graag groeien en een overname was de snelste oplossing. Waarom kozen jullie voor Overstappen.nl?**

“Wij geloven in de naam van onze voormalig concurrent Overstappen.nl. Net als EasySwitch.nl wilde dit bedrijf verder groeien, dus besloten we samen te werken. Doordat we samen verdergaan, blijft de vorige eigenaar binnen het bedrijf en wordt er geen personeel ontslagen, maar komt er juist meer bij waardoor we onze kennis bundelen. Overstappen.nl staat bijvoorbeeld bekend om ‘triple play’: internet, televisie en telefonie. Wij zijn weer online sterker op het gebied van energie. Onze gezamenlijke kennis van verzekeringen moet ook deze tak

doen excelleren. Daarnaast worden we door de overname beter gevonden op Google.”

**Wat doen jullie nu anders?**

“Voor de overname deden we niet echt aan branding, maar met Overstappen.nl zijn we toe aan de volgende stap en willen we de offline marketingactiviteiten professionaliseren. Toch hebben we er bewust voor gekozen om beide sites niet onder één URL te zetten, zo blijven we profiteren van de naamsbekendheid van allebei de bedrijven. Wel zijn we bezig met een gezamenlijke achterkant. Ook dat gaat ons de nodige synergievoordelen opleveren. Uiteindelijk wordt Overstappen.nl ons vlaggenschip.”



### CV

**Wie:** Jelle Feenstra

**Bedrijf:** EasySwitch.nl

**Investeerde in:** de overname van Overstappen.nl

**Hoopt in 2013:** Overstappen.nl 300 % te laten groeien en de verzekeringstak op de kaart te zetten voor beide labels

## ‘SCHEIDEN KAN OOK ZONDER VEEL SCHADE’

### MARJOLEINE DE BOORDER

**In de advocatenwereld gebeurt toch nooit wat?**

“De advocatuur is inderdaad een zeer traditionele wereld, maar als kantoor proberen wij altijd vernieuwend bezig te zijn, want we zien dat de markt verandert. Zo hebben we het afgelopen jaar onder meer volop ingezet op ons *collaborative divorce* concept, wat we ook wel ‘overlegscheidings’ noemen. We hebben een vereniging opgericht en behalve in marketing en pr hebben we veel geïnvesteerd in scholing en intervisiebijeenkomsten, om in een multidisciplinair team samen te werken. Dit is nodig om *collaborative divorce* aan te bieden.”

**Wat doen jullie komend jaar?**

“We hopen dat *collaborative divorce* de eerste keuze wordt bij echtscheidingen. Dit kan namelijk veel leed en ellendige

juridische procedures voorkomen. We kijken momenteel trouwens ook naar hoe we een meer gestandaardiseerde methode kunnen aanbieden van scheiden, waardoor mensen sneller kunnen scheiden tegen een lagere prijs. Voor de conservatieve markt van de advocatuur is dit ook echt iets nieuws.”

**Waar bestaat de investering van dit concept uit?**

“We hebben geïnvesteerd in de techniek van een internetportal en het ontwerp ervan. We hebben ook een consultant ingeschakeld die gespecialiseerd is in het in de markt zetten van nieuwe producten. Maar het kost bovenal heel veel kostbare tijd om ons nieuwe concept uit te denken. Als het goed is, krijgen we daar natuurlijk veel nieuwe klanten voor terug, zodat we er in de toekomst de vruchten van plukken.”

## ‘BETERE KOPPELINGEN NAAR MOBIELE SITES’

### BERT KOK EN

### RICARDO RISAMASU

**Wat valt er te investeren als online marketingbureau?**

Bert Kok: “We hebben het afgelopen jaar veel geïnvesteerd in product- en dienstontwikkeling. Als marketingcommunicatiebureau zetten wij sterk in op mobiele marketingcommunicatie. Daarom hebben we fors geïnvesteerd in mobiele platformen en integraties met social media. Bovendien zijn we een van de *founding fathers* van het evenement 123Mobile Day dat in december plaatsvond.”

**Waar hebben de investeringen toe geleid?**

Ricardo Risamasu: “Zij hebben geresulteerd in een aangepast CMS dat betere koppelingen naar mobiele sites maakt. Maar ook in een geprofessionaliseerde koppeling met LinkedIn en nieuwe nieuwsbrieftechnieken, waardoor nieuwsbrieven ook op mobiele apparaten goed te lezen zijn. Wij zijn er trouwens heilig van overtuigd dat niet alleen wij, maar ook onze opdrachtgevers juist in mobiele marketingcommunicatie moeten investeren. Simpelweg omdat zij anders kansen mislopen. Veranderen moet. Evolveer mee, anders overleef je het niet.”

**Hoe zit het met jullie eigen kansen?**

Bert Kok: “Afgelopen jaar is Ricardo als business development manager bij het bedrijf aangesloten. Zijn kennis, expertise en netwerk dragen bij aan het versterken van ons bedrijf. We maken mede daardoor de ontwikkeling door van middenleverancier naar bureau dat marketing en management van organisaties strategisch ondersteunt. We zitten eerder aan tafel, bij gerenommeerde partijen. Dat merken wij nu al, maar daar zullen we in 2013 nog veel meer van profiteren.”



Ricardo Risamasu en Bert Kok

### CV

**Wie:** Marjoleine de Boorder

**Bedrijf:** De BoorderSchoots Advocaten

**Investeerde in:** twee nieuwe scheidingsconcepten

**Hoopt in 2013:** beide concepten (verder) uit te rollen

TOP IN  
VERKOOP  
EN VERHUUR

✓ 3.000 ENTHOUSIASTE BEZOEKERS

✓ 2 UUR SPETTERENDE OPTREDENS

✓ 1 KANS

LAAT NIETS AAN HET TOEVAL OVER.

Een spetterende indruk maken tijdens een meerdaagse beurs of tentoonstelling? Bedrijfsfeest of muziekconcert organiseren waarbij het dak eraf gaat? Hoe u zich ook wilt presenteren: u krijgt maar één kans voor een onuitwisbare indruk. Laat Bazelmans AVR ook uw presentatie tot in de puntjes verzorgen. U concentreert zich op uw verhaal, producten of relaties. Wij zorgen als totaalleverancier voor professioneel licht, beeld, geluid en ... vooral spektakel.

VERKOOP EN VERHUUR | BEELD EN GELUID | LICHT EN SPEKTAKEL

www.bazelmans.com

Veldhoven: De Run 6821 | 5504 DW Veldhoven | tel. 040 2544222 | Amstelveen: De Kuiperij 3 | 1185 XS Amstelveen | tel. 020 4415060

bazelmans  
avr  
audio  
visual  
rentals

## 'LEEFSTIJL VAN MEDEWERKERS VERBETEREN'

WESSEL BERKMAN

**Jullie willen dus de leefstijl van medewerkers verbeteren?**

"Dat klopt. In sociale kringen is het tamelijk gangbaar om een ander te vragen naar diens gezondheid en de situatie thuis of op het werk. Op de werkvloer zijn dergelijke gesprekstema's toch minder gebruikelijk en blijkt het verdraaid lastig om deze ter discussie te stellen. Wij schieten daarin te hulp."

**Maar de leefstijl van medewerkers, daar heb je als werkgever toch niets mee te maken?**

"De verantwoordelijkheid van de gezondheid en leefstijl van medewerkers ligt in eerste instantie natuurlijk bij de medewerkers zelf. We zijn geneigd te denken dat medewerkers niet over hun fysieke en mentale gezondheid willen

praten, maar het tegengestelde is waar. Sterker nog, vaak willen ze hun leefstijl wel verbeteren, maar ontbreekt dat steuntje in de rug nog. Zo bezien is het geen bemoeienis, maar een vorm van effectieve risicocommunicatie."

**Wat heb je hier precies aan als werkgever?**

"Organisaties presteren simpelweg beter met mentaal en fysiek fitte medewerkers. Bedrijven worden continu verrast door verzuim en vertrek van medewerkers. Door met ze in gesprek te zijn, kun je een hoop ellende voor beide partijen besparen. Let wel: het gaat verder dan het inrichten van een fitnessruimte. Door meer reflectief te luisteren en open vragen te stellen over de leefstijl van medewerkers, creëer je meer bewustwording en worden de meest uiteenlopende thema's bespreekbaar."



CV

**Wie:** Wessel Berkman

**Bedrijf:** The Brown Paper Company en Charly Green

**Investeerde in:** een platform in de lucht te krijgen en een tooling en aanpak te ontwikkelen. Totale kosten: ca. € 260.000.

**Hoopt in 2013:** twintig klanten 'die er echt toe doen' te bewegen om met het 'grip op leefstijl'-concept aan de gang te gaan.

## 'WE ZORGEN DAT WE VERDER KUNNEN GROEIEN'

LOURENS DE WAARD

**Jullie investeren letterlijk in groei?**

"Klopt. De focus van ons kantoor op vermogende particulieren en families houdt ons ook in deze tijd op koers. Hierdoor groeien we nog altijd. We hebben in 2012 in Nederland – waar we met ruim twintig mensen werken – drie talentvolle senior mensen aangenomen, waardoor de partners hun handen meer vrij krijgen om de markt verder te verkennen. Zelf hoop ik binnenkort tot notaris benoemd te worden. Voor mij persoonlijk is dat een flinke stap natuurlijk."

**Ook in kantoren breiden jullie uit?**

"In België zijn we recent uitgebreid. In Brussel zijn we verhuisd naar een groter pand en in Kortrijk hebben we net een nieuw kantoor geopend. Het streven is ook in Amsterdam uit te breiden. We zijn in Amsterdam op zoek naar een grotere ruimte waar we onze identiteit aan kunnen geven."

**Wie gaan daar werken?**

"Onze mensen rouleren tussen de kantoren in Rotterdam en Amsterdam. Maar we gaan ook nieuw talent aantrekken – in de meest brede zin van het woord. Al met al zorgt het ervoor dat we het aanwezige marktpotentieel beter zullen benutten."

CV

**Wie:** Lourens de Waard

**Bedrijf:** Greenille

**Investeerde in:** groei, in de vorm van nieuwe collega's en kantoren

**Hoopt in 2013:** nog meer nieuwe cliënten en Greenille-talent te mogen begroeten

