

# De klant centraal stellen

## Erik Jan Koedijk

Erik Jan is spreker, geeft bedrijven en instellingen advies, licht regelmatig sales- en marketingplannen door en geeft interessante en inspirerende workshops. Onderwerpen variëren, maar de klant staat altijd centraal! Met zijn ruime internationale kanaalstrategie-ervaring is hij ook een waardevolle sparringpartner op directieniveau.

Wanneer u een presentatie of workshop van Erik Jan heeft bijgewoond, bent u geïnspireerd met al de verschillende generaties binnen uw doelgroep(en) op een juiste manier te communiceren. U denkt vanaf dat moment in samenwerken met (externe) partners en het maken van teamdoelstellingen binnen het bedrijf.

Erik Jan is gepassioneerd over klantcentrisch ondernemen in een wereld waar ontwikkelingen zo snel gaan dat menige organisatie de weg voortdurend kwijt is. Bedrijven leggen weinig vast van de klant maar pretenderen stuk voor stuk de klant centraal te stellen. Leggen ze iets vast dan 'praat' het ene systeem vaak niet met het andere of vindt elke afdeling binnen de organisatie zelf weer een ander wiel uit.

Nu media steeds socialer worden is het tijd de authentieke interactie met de klant aan te gaan. Sociale media lijkt het toverwoord.

Velen zijn ervan overtuigd dat ze door sociale media meer gaan verkopen en er direct meer klanten komen. Maar is dat wel zo?

Vol passie neemt hij het publiek mee in vele dia's en filmpjes, toont hij de verschillen tussen generaties X, Y en Z. Hoe gaan de verschillende generaties om met de naar hen toegezonden informatie? Mobiel blijft ook niet buiten beschouwing: hij geeft zijn visie op de doorbraak van Apple in de smart phone-markt en waarom Nokia het niet zag aankomen.

In een boeiend half uur, uur of twee uur neemt Erik Jan het publiek mee in een wereld van het centraal stellen van de klant. Niet alles 2.0, 3.0, 4.0 of 360 maar gewoon begrijpelijk. Afhankelijk van de beschikbare tijd komen buiten het samen als één team gaan voor de klant ook regelmatig onderwerpen als sociale media, *gamification* en *Internet of Things* voorbij. 🎓



FOTO: MET DANK AAN ERIK JAN KOEDIJK

Erik Jan is managing partner van Y-People ([www.y-people.com](http://www.y-people.com)). Tot 2007 heeft hij voor verschillende internationale organisaties gewerkt, waaronder Nokia waar hij verantwoordelijk was voor de *channel marketing* in EMEA. Hij heeft de communicatie naar de zakelijke eindklant toe door de distributiekanaalen van Nokia heengebracht en kennisaccreditatie geïntroduceerd binnen de verkoopkanalen. Ook heeft hij de virtuele kanaalstrategie van Nokia ontworpen in 2006 en Nokia wereldmarktleider in Second Life gemaakt, waar virtuele avatars konden sms-en naar de echte wereld.

[erikjankoedijk@speakersacademy.nl](mailto:erikjankoedijk@speakersacademy.nl)

### Business X-Factor workshops:

Samen met Henkjan Smits heeft Erik Jan de Business X-Factor bootcamp bedacht. Een inspiratie twee- of driedaagse, waar zij samen met de klant als team op zoek gaan naar de Business X-Factor. In de markt is te zien dat sociale media op directieniveau bekendheid krijgen. Sociale media zijn de reden om de communicatiestrategie onmiddellijk goed onder de loep te nemen. Het authentiek en correct inzetten kan echter alleen wanneer er bekendheid in de organisatie is, de juiste proposities aanwezig zijn en men klantcentrisch onderneemt. Zie pag. 58.

### Waarom:

Inzicht in de verschilmakende X-Factor helpt organisaties hun mensen richting te even aan hun doelen, missie, visie, strategie, communicatie, beslissingsmodellen en innovatie. Het wordt vanzelfsprekender om gezamenlijk naar hetzelfde doel toe te werken.

### Resultaat:

De X-Factor - scherp op het netvlies, scherp geformuleerd en vervat in een overzicht van in- en externe prioriteiten en actiepunten - leidt tot dé gunfactor!