



# Zonder een ‘Werkelijke’ Identiteit geen succes!

## Wim de Vries

De moed van organisaties om zichzelf te zijn. Visies, ervaringen en meningen over bedrijfsidentiteit, authenticiteit, bedrijfscultuur, interne marketing, interne communicatie en marktkansen.

De wereld verandert als een dolle. Snelheid van beslissen is noodzakelijk. In de huidige samenleving lijken producten en bedrijven steeds meer op elkaar. Hierdoor hebben afnemers steeds meer moeite om een juiste keuze te maken tussen de verschillende aanbieders. Organisaties nemen alleen veel te weinig de tijd om aan zelfreflectie te doen en op basis daarvan hun bedrijfsauthenticiteit te ontdekken, of hebben er gewoon de moed niet voor.

Die authenticiteit is juist van eminent belang. Het maakt bedrijven zichtbaar en onderscheidend en geeft daarmee de afnemer de gelegenheid de juiste keuze te maken. Het proces en het antwoord hierop heb ik in mijn boek beschreven.

Het vertrekpunt van mijn boek is Interne Marketing, maar de uitgangspunten van Interne Marketing zijn de ‘Werkelijke’ Identiteit en de bedrijfscultuur van de organisatie. In mijn boek komen al deze aspecten bijeen en vormen een blauwdruk voor wat men positionering noemt. Mijn stellingname is dat de marktpositie van een organisatie gebaseerd moet zijn op wat de onderneming werkelijk is, waar zij vandaan komt en wat de cultuur binnen de organisatie is. Het is van belang te weten wat de mensen bindt en boeit en hoe zij de onderneming tot grotere hoogten kunnen brengen.

Dit alles onderbouwd met theoretisch modellen en praktische wenken. Een boek dat iedere ondernemer en zelfs de werknemers gelezen moeten hebben. Dat in elke boekenkast van iedere CEO, manager, marketing en communicatievakman/vrouw hoort te staan en dat op alle opleidingen als leidraad gebruikt moet worden. Als ze dan ook nog mijn adviezen opvolgen, zou dat hen vleugels moeten geven.

Gewoon omdat de ‘Werkelijke’ Identiteit van organisaties een fundamenteel onderdeel is voor succes en groei. Zonder dat wordt het voor bedrijven in het huidige economische klimaat een moeizaam proces. 🎓

FOTO: MET DANK AAN WIM DE VRIES



De Vries is auteur van de boeken ‘Interne Marketing’(2003) en ‘De moed van organisaties om zichzelf te zijn’ (2011) en vele artikelen.

Wim de Vries is identiteitsontdekker, strateeg, inspirator, coach, kansenmanager, verbeteraar, communicator, auteur, muzikant, docent en oprichter/eigenaar van Het Stratégem, adviesbureau voor Identiteit en Kansenmanagement®. Hij heeft jarenlange ervaring op het gebied van BtB-marketingcommunicatie, ondernemingsbeleid en marketingstrategie. Wim de Vries geeft over deze materie lezingen, organiseert in-company workshops en inspiratiesessies en duikt diep de organisatie in om de ‘Werkelijke’ Identiteit boven water te halen.

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