



HighGrowthForum

Growth Café, de interactieve werkvorm van het High Growth Forum

Het Growth Café is een interactieve werkvorm ter bevordering van een levendige dialoog tussen groeiondernemers en de partners van het High Growth Forum rondom relevante ondernemersthema's en knelpunten. Door te kiezen voor een dialoog en te praten over bijvoorbeeld personeel, marketing, sales en ict ontstaan vaak als vanzelf de nodige oplossingen.



Het Growth Café begon met een inspirerend verhaal om de deelnemers in de juiste mindset te krijgen. Hierna verdeelde een grote groep bezoekers zich over de tafels in het Growth Café waar de facilitators zich bevonden.

Het Growth Café werd gehouden in een grote ruimte en bestond uit 9 ronde tafels met 9 ondernemers en 1 facilitator per tafel. In het Growth Café schrijven ondernemers hun ideeën uit op papieren tafellakens en op flip-overs.

De facilitator is een afgevaardigde vanuit de partners en inspireert de deelnemers, begeleidt het groepsproces en stimuleert de dialoog met betrekking tot het door hen zelf aangedragen thema.

Opzet Growth Café

Het Growth Café bestaat uit twee rondes, beide opgedeeld in twee sessies, de brainstormsessie en de verdiepingssessie. De eerste sessie, de brainstormsessie van 30 minuten, is bedoeld om zo breed mogelijk te brainstormen over het betreffende thema. De uitkomsten worden genoteerd op de tafelkleden en de flip-overs. Daarna wordt er gewisseld van tafel.

Er wordt nu gestart met de verdiepingssessie, ook 30 minuten. Uit de resultaten van de brainstormsessie worden door de nieuwe tafelbezoekers de beste 2 à 3 ideeën verder uitgewerkt en concreet gemaakt.

Op de volgende pagina's vindt u de uitwerking van de resultaten van het Growth Café per partner en thema.



HighGrowthForum

Nobel

Hoe helpt IT-innovatie bij het creëren van een groei-explosie?

**Ronde 1 – 11.45-12.45 &
Ronde 2 – 13.45 – 14.45**

Hoe helpt IT-innovatie bij het creëren van een groei-explosie?

- ICT moet je niet zelf doen → niet intern, maar extern = onafhankelijk
- Kennis
- Functionele inrichting bij ict-innovatie zelf in de hand houden
- Strategie moet helder zijn
- Niet uitgaan van bestaande organisatie

Out of the box → visie

- Beperkt aanbod – risico
- Meer mogelijkheden binnen huidige doelgroep;
 - 1) bestaande situatie beschrijven
 - 2) klankborden idee → feedback verzamelen:
 - groeiversneller
 - medewerkers
 - partners
 - klanten





HighGrowthForum

Grant Thornton

Kwaliteit van financiële rapportering (real-time inzicht in performance van de onderneming;) een belemmering voor groei ?

Ronde 1; 11.45-12.45

1. Primair richten op operaties. Daarna op financiële rapportage.
2. Goede planning & control systeem
 - Snelheid (actuele situatie)
 - Toekomstgericht (historische cijfers ondergeschikt)
 - Gebaseerd en werkend met scenario's
 - Kosten en cashflows in de gaten houden
3. Keuze van businesspartnership met leverancier van financieel systeem en eigen (nieuw en fris) personeelslid erop die volledige flexibiliteit heeft voor het inrichten van zijn systeem
→ training + back-up support essentieel!
4. Duidelijkheid vanuit CEO/CFO



Ronde 2; 13.45 – 14.45

JA

1. financiële rapportage zorgt voor:
 - a. helderheid
 - b. vertrouwen/delegeren
2. snelheid van rapportage (bij een goedwerkend systeem) voorkomt vertragingen in het primaire proces
 - a. problemen bij tegenslagen kunnen voorkomen
3. financiële bemanning zwaarder laten wegen → belang DGA goed financieel systeem.



Rabobank / Rembrandt Fusies en Overnames

Hoe maak je van een bedrijfsacquisitie een succes?

Ronde 1 – 11.45-12.45 &

Ronde 2 – 13.45 – 14.45

Waar moet je op letten?

- Emotie
- Financiën
- Organisatorisch

Waarom zou ik het willen? Waarom wil de andere partij verkopen? Wat verwacht ik van een dergelijke stap?

Neem geen overhaaste beslissingen; maar bereid je goed voor → Welke mensen moet ik inschakelen om te helpen?

Hoe maak je van een bedrijfsacquisitie een succes?

- Zelf kantoor in China oprichten → willen Europeanen 'in de keuken' zien, geen fusie.
- Chinezen willen Europese merken/producten met Westers design.
- Bedrijven in China zijn onbetrouwbaar als het gaat om financiën, dus geen fusie maar zelf de geldstroom in handen houden.
- Overnemen betekent risico nemen.
- Snelle groei: overnemen of overgenomen worden.
- In de etalage zetten zonder je geloofwaardigheid te verliezen
 - Zorg dat je verhaal klopt
 - Bereid je goed voor → heb in kaart welke partners je wilt benaderen (meer dan één).
 - Hou het proces kort (3/4 maanden). Realiseer je je doel niet? Stop dan met het proces.
- Bij veranderingen bij fusies/overnames ligt het aan de mate van verandering of het personeel vertrekt.
- Zorg voor duidelijkheid over wie de baas is.
- Er zijn geen eenduidige antwoorden; per case verschillend.
- Haal er iemand bij die verstand heeft van fusies en overnames.
- Hou je core business in het oog.
- Hou geen interviews onder het personeel, maak het zo laat mogelijk bekend om onrust te voorkomen.
- Overname niet bekend maken. Strategisch plan.
- A-merk en B-merk apart houden.
- Waarom ga ik iets kopen i.p.v. zelf te ontwikkelen?
- Focus hebben op wat je wel wilt en niet wilt.
- Geen bedrijven overnemen in België, zelf bouwen.
- Sneller groeien door overname.
- Wie is de baas na de fusie/overname?
- Verre Oosten zelf opbouwen.



HighGrowthForum

Microsoft

Hoe kan het nieuwe werken voor jou werken?

Ronde 1 – 11.45-12.45

Hoe kan het nieuwe werken voor jou werken?

- Nieuwe technologieën → draagbare devices
- Technologie maakt flexibel → elektronisch beschikbaarheid van documenten (overal).
- Door te monitoren en te vertrouwen in medewerkers i.p.v. te controleren.
- Gebruik maken van video vergaderen om op afstand met mijn collega's te overleggen.
- Alle medewerkers 'ontslaan', nieuwe klus, Wie biedt?
- Door wel één vaste ontmoetingsplaats te houden. 'Mens', zijn we gezelligheidsdieren. Zorgen voor teamgevoel
- Bring your own device.
- Waarden verhogen i.p.v. uren verkopen.
- Verbinding collega's onderling blijven bewaken.
- Via social media klanten werven.
- Prestatie afspreken.

Hoe maak je social onderdeel van je strategie?

- Interessante artikelen door medewerkers laten tweeten & netwerken. Ook door medewerkers privé.
- Leren door ervaren en dan aangeven wat wel/niet kan.
- Kennis delen d.m.v. social + lunchen.

Conclusie:

Social privé & zakelijk door elkaar laten lopen en beoordelen op de waarde die het oplevert. Wel kaders geven en verder loslaten. Geef ze het voetbalveld en de spelregels en laat ze dan scoren.

Ronde 2 – 13.45 – 14.45

Hoe kan Het Nieuwe Werken voor jou werken?

- Via de waarden-as, niet zozeer via de efficiency-as.
- Niet op de klok letten; Als medewerker een middag op het terras wil zitten voor inspiratie, prima!
- Als cocktail; Per persoon is het flexibel hoe je men laat werken.
- In elke situatie anders.
- Niet in de processen; technologie & werkplek zijn randvoorwaardelijk.

Conclusie:

HNW is per persoon verschillend. Maak afspraken over hoe je omgaat met plaats & tijd; onafhankelijk werken.



Philips

Hoe verhoog ik mijn omzet sneller?

Ronde 1 – 11.45-12.45

Wat houdt je tegen?

- De markt
- Aanbod producten/diensten
- Organisatie/ondernemer

Investeer in het verkoopapparaat

- Goede selectieprocessen (personeel; het vinden van de goede mensen) → investeer in personeel
- Focus op marktsegment

Bedenk wie je in kunt zetten als ambassadeurs voor je bedrijf (aanbevelingsmarketing)

Algemeen

- Bepaal met de verschillende groeimodellen van Port4Growth in welke fase je bevindt en wat de knelpunten zijn. Er zijn zes verschillende groeimodellen o.a. thema's. financiering, ICT, HR, Marketing. De partners kunnen dan advies geven, of in gesprek met collega groei ondernemers.
- Waarin ben je uniek? Weet deze voordelen te vertalen richting je klant.
- Hoe kan ik de juiste waarden van mijn dienst/product goed aan de klant kenbaar maken?

Conclusie

Gebalanceerde groei gaat voor snelle groei.





HighGrowthForum

Ronde 2 – 13.45 – 14.45

1. de markt
2. product/dienst aanbod
3. de organisatie

Bij het niet vinden van geschikt personeel;

- kijk buiten je eigen regio.
- Besteed werkzaamheden uit + samenwerking tussen bedrijf en opleider.
- Breid je productaanbod uit.

1. de markt is groot genoeg om te groeien.
2. hoe brengen we het nieuwe product of dienst in de markt? → onderscheid je van de concurrent.
3. gebrek aan goed technisch personeel





HighGrowthForum

Bizzmark

Hoe zorg ik dat online (social)media iets oplevert?

Ronde 1 – 11.45-12.45

- Groep bepalen; bijvoorbeeld regio Brabant.
- Kamer van Koophandel zoeken, informatie verzamelen; waar lid van, dan contact opnemen.
- Hoe in contact; zinnig (wat is zinvol?), interactie.
- netwerken, Off-line

Middelen:

- Linked in; vaak dezelfde doelgroep
- Website
- Twitter
- Facebook
- Hyves
- E-mail/mailings
- Force square
- Reviews
- What's app/ping/etc.
- Fora
- Nieuwsbrieven
- Bloggen
- Google adwords
- Bannering
- Affiliates
- Games
- Virals



HighGrowthForum

Ronde 2 – 13.45 – 14.45

Middelen:

- Linked in
- Twitter
- Hyves
- Facebook
- Yammer
- My space
- msn
- sms
- website/shop
- nieuwsbrieven
- you tube
- google
- marktplaats
- banners
- beoordeling/vergelijkingsites
- blog

Social media: strategie bepalen →

- wat is mijn doelgroep?
- Maak contact
- Maak het levendig
- Weer terug van 'social'
- Naar oudere media

e-mail:

- Wees duidelijk
- Maak het aantrekkelijk
- Goede frequentie
- Maak het event driven (dialoog)

Google:

- Veel werk → specialisme nodig
- Budget
- Professionele partij inhuren



Agentschap NL

Hoe kom ik in deze tijd aan financiering?

Ronde 1 – 11.45-12.45 &

Ronde 2 – 13.45 – 14.45



Hoe kom ik in deze tijden aan financiering?

- Zorg voor een goede businesscase/ondernemingsplan richting financier.
- Zoek betrouwbare partijen voor financiering.
- Stel de vraag: 'Financier ik groei met eigen vermogen/cashflow of met vreemd vermogen?'.
- Zorg bij informal investors voor een 'match'. Bedenk welke rol de informal investor mag hebben. Hoe zit het met de zeggenschap.



Fenedex

Hoe vind ik klanten in het buitenland?

***Ronde 1 – 11.45-12.45 &
Ronde 2 – 13.45 – 14.45***

Antwoorden op deze vraag:

1. internet
2. Kamer van Koophandel
3. volg je Nederlandse klanten (multinationals)
4. deelname aan handelsmissies via agentchap.nl
5. Nederlandse ambassades/NBSO'S
6. beurzen (goede voorbereiding noodzakelijk)

Tijdens de discussie is gesproken over de redenen om te gaan exporteren. Bedrijven kunnen hiervoor verschillende redenen hebben. Dit kan bijvoorbeeld het zoeken naar meer groei van de omzet en winst zijn, de binnenlandse markt kan te klein zijn geworden maar ook risicospreiding en het wegwerken van overcapaciteit zijn veel gehoorde redenen.

Wel of niet exporteren is een strategische keus en heeft flinke consequenties voor de organisatie. Een goede voorbereiding voorkomt een hoop problemen en kosten. Aangeraden is daarom een exportplan te schrijven. Zo'n plan bestaat in principe op hoofdlijnen uit drie gedeeltes; de Interne Analyse, de Externe Analyse c.q. Landenanalyse en het Operationele Plan.

1. De interne analyse is het strategische gedeelte van het exportbeleidsplan, dat aangeeft welke richting men met het bedrijf op wil.
2. De externe analyse/ landenanalyse, onderzoekt met behulp van verschillende modellen en analyses welk land of welke regio de beste perspectieven biedt voor de gestelde exportdoelstellingen. Tevens worden mogelijke obstakels en kansen in de doelmarkt geïdentificeerd. Hiervoor kan bijv. een student worden aangesteld om dit onderzoek te doen. Hierna is het bedrijf in staat de Kansen en Bedreigingen te benoemen en hiertegenover de Sterkten en Zwakten te zetten om tot verschillende strategische opties te komen.
3. In dit operationele gedeelte worden de plannen op productniveau bekeken.

Allereerst moet gekeken worden op welke manier men de markt wilt gaan betreden. Er zijn verschillende manieren waarop een nieuwe markt betreden kan worden.



Overzicht exportmethodes:

Direct	Indirect
<ul style="list-style-type: none"> - Vanuit de eigen vestiging in Nederland - Eigen verkoopkantoor in het buitenland 	<ul style="list-style-type: none"> - Handelshuis - Agent - Importeur - Piggyback - Joint selling - Exportcombinatie: - Internationale joint venture

De methode die gekozen wordt hangt van verschillende factoren af.

- Aard van het product
- Afzetkanalen
- Distributiemethoden
- Locale wetgeving

Indien gekozen wordt voor samenwerking met een lokale partner dan is de kwaliteit van de partner en de samenwerking essentieel voor het export succes. Belangrijk daarbij is de keuze van de partner, stel vooraf criteria vast waaraan deze moet voldoen en leg belangrijke afspraken schriftelijk vast.





HighGrowthForum

Adecco

Hoe kan ik sneller groeien met flexibele werknemers?

Ronde 1 – 11.45-12.45

Hoe kan ik sneller groeien met flexibele werknemers?

- Kennis van flexwerkers/medewerkers is belangrijk (kan een valkuil zijn via flexbureau/ uitzendbureaus).
- Voor de meeste (groei) posities is veel specifieke kennis nodig en ervaring.
- Binding van medewerkers/flexwerkers is belangrijk (kan een valkuil zijn via flexbureau/ uitzendbureau).
- MKB organisatie wil flexwerk/ medewerker niet te lang in huren, maar overnemen voor meer betrokkenheid.
- Kwaliteit/ kunde/ vakmanschap belangrijk (vaak onder druk bij werving via extern).
- Lange termijn medewerker effectiever dan flexmedewerker.
- Medewerker moet flexibel zijn naar de MKB organisatie toe (mee willen groeien).
- Medewerker/ flexwerker: gevoel van "ons bedrijf".
- Valkuil voor flex: medewerker is snel vertrokken.
- MKB bedrijven vinden snelle overname van flexwerker belangrijk.
- Uitzendorganisatie moet beter werven en selecteren (dat is hun core business).
- Uitzendkrachten op volume basis meestal niet bij kleinere MKB's.
- Internationalisering een optie voor binnenhalen vakmensen die in Nederland werken.
- FME aansluiting Adecco interessant.
- Kwaliteit belangrijker dan prijs.
- Investing/ input van uitzendorganisatie aan de voorkant belangrijk.
- Uitzendmarkt is huge! Goed of slecht teken?
- Heeft waarschijnlijk toch met vraag naar flexibiliteit te maken.
- Factoren ziekte en ontslag belangrijk.
- Werving en selectie zou echt de core- business moeten zijn voor bureaus.
- Geen "blik opentrekken" cultuur.
- Meer energie in opleiden/ ervaring/ binding creëren.
- Adviesrol ipv "schuiven".
- BOVAG een optie?
- Weinig technische/industriële vakmensen beschikbaar.
- Onderdruk door andere nieuwere branches zoals IT.
- Generatie van nu wil geen "vakimago".
- Kennis= macht!
- Veel MKB's lopen tegen zelfde issues aan: behouden van vak- personeel!
- Technische/ industriële branche niet "sexy" genoeg voor jonge generatie.
- Jonge generatie wordt onrealistische geïnformeerd door HBO opleiding over hun kansen op de markt (populaire organisaties erg gepromoot)
- MKB vraagt samenwerking, kwaliteit en goede werving/selectie van uitzendbureaus.



HighGrowthForum

Ronde 2 – 13.45 – 14.45

Hoe kan ik sneller groeien met flexibele werknemers?

- Groei valkuil: moeite vakspecialisten vinden.
- Valkuil flexwerkers: snel vertrokken.
- Stagiaires interessant voor specialistische functies.
- Medewerkers op de loondienst juist vanwege groei.
- Vaker vaste vacatures dan tijdelijk/ flexibel.
- Uitzenden/ detacheren/ werving & selectie: duurder of niet?
- Vraag MKB'er: hoe weet ik dat uitzendbureaus de juiste collega selecteert.
- Hoe ga ik binding aan met flexwerker?
- Kennis liever binnenhouden.
- Flexibiliteit: In hoeverre een keuze?
- MKB liever zelf werven i.p.v. uitbesteden.
- Je groeit met flexwerkers als de bureaus goedkoper worden (kostenplaatje).
- Uitzendbureaus onder druk doordat MKB-bedrijven ook zelf kunnen werven.
- Concurrentie
- Flexibel vaak geïnterpreteerd als tijdelijk.
- Continuïteit in gedrang door flexibiliteit?
- Kennis moet je binden.
- Vacaturesites voor werven.
- LinkedIn/ social media.
- Zzp'ers interessant die in zelfde vakgebied blijft.

