



Business Essentials

W H I T E P A P E R

Waar gaat het nu echt om bij

- *Internationalisering?*
- *Marktontwikkeling?*
- *Bedrijfsovername?*
- *Herstructurering?*

*CMP-Centrum voor
Marketing Projecten BV
www.cmpbv.nl
info@cmpbv.nl
+31 6 53 24 05 53*

***CMP heeft dit samengevat in de 4 beste strategieën
(feitelijk een Plan van Aanpak) om tot succes te komen.***

- Dit is een bewezen Plan van Aanpak zoals door Nederlandse ondernemers inmiddels veelvuldig is toegepast
- Dat wil niet zeggen, dat andere methoden niet het gewenste resultaat voor jou zullen gaan opleveren. Oftewel: er zijn meer wegen die, **maar de meest succesvolle aanpak in de CMP-praktijk tref je onderstaand**

Onderstaand tref je de TOP DRIE positieve ervaringsfeiten die tot een bewezen succes en track-record hebben geleid voor de betreffende ondernemingen:

Voor internationalisering is dit:

1. Focus - qua landen en doelmarkten - en voorbereiding
2. Doe het zelf: eigen verkoop en/of E-Commerce (webshop), bij voorkeur op basis van een directe gezagsverhouding (= eigen medewerkers, al dan niet in het buitenland) - CMP heeft hiervoor een specifieke workshop ontwikkeld; **[VRAAG INFORMATIE AAN.](#)**
3. Het beschikbare budget moet toereikend zijn om doelen (omzet en resultaat) te bereiken – bij voorkeur op korte termijn (klanten kun je ook kopen!)

Bij marktontwikkeling en omzetgroei gaat het om:

1. Meten – wat gebeurt er nu precies online?
2. Meten – hoeveel potentiële klanten levert dit op? En via welke kanalen?
3. Meten – wat blijft hiervan over als betalende klant?

Een bedrijfsovername leidt tot succes als:

1. er een 'menselijke chemie' bestaat tussen de zakenpartners (verkoper vs. koper)
2. gekwalificeerde adviseurs worden ingeschakeld in drie fasen: pre-merger (het zoeken naar strategische partners), merger (de feitelijke transactie – inclusief voorbereiding) en post-merger (de integratie van bedrijfsonderdelen)
3. de hefboomregel wordt toegepast (het rendement op eigen vermogen verhogen door gebruik te maken van vreemd vermogen)

Succesvol herstructureren vereist:

1. Probeer door te breken als 'de specialist in' (= kiezen om gekozen te worden); daarna kun je binnen het netwerk wel zoeken naar verbreding en verdieping
2. Het succes wordt bepaald door in te spelen op toekomstige ontwikkelingen en in mindere mate in het verleden; oftewel: welke waarde hecht je aan het advies van een ervaren trendwatcher in relatie tot het advies van jouw accountant of boekhouder?
3. Focus op het juiste product of dienst (met minimaal drie tot vijf onderscheidende verkoopargumenten in relatie tot de concurrentie)