



Marketingadvies

Hoe EP&C onweerstaanbaar relevant in België maken

p.PAGE *
MERGEFOR
MAT2/

DV.O241259 – DV.A241260



17/12/2021

Referentie: EP&C/001

Time2inspire bv | Beekstraat 17 | 2800 Mechelen | annelies.lenaerts@marketingwijzer.be
| DV.O241259 | DV.A241260 | M: 0476 47 00 88 | BIC KREDBEBB | ON BE 0752889056 | RPR Antwerpen
| IBAN BE12 7360 7240 3692

p.PAGE *
MERGEFOR
MAT2/

Time2inspire bv | Beekstraat 17 | 2800 Mechelen | annelies.lenaerts@marketingwijzer.be
| DV.O241259 | DV.A241260 | M: 0476 47 00 88 | BIC KREDBEBB | ON BE 0752889056 | RPR Antwerpen
| IBAN BE12 7360 7240 3692

1 Inhoud

1.	Huidige situatie en context	3
A.	Hoe is EP&C in contact gekomen met Marketingwijzer?	3
B.	Achtergrond EP&C?	3
C.	Wat wil EP&C bereiken?	3
D.	Waar kan Marketingwijzer en K-Kracht een meerwaarde leveren?	3
2.	Project: Go-to-market	4
A.	In kaart brengen van de vereiste expertises binnen de organisatie.	5
B.	Advies voor het opzetten en uitvoeren van het go-to-marketplan	5
3.	Succesvolle werkafspraken	6
4.	Evaluatie	7
5.	Budget	7
6.	Facturatiegegevens	8
7.	Over Marketingwijzer	9
8.	Over KMO-portefeuille	9
9.	Algemene Voorwaarden	9

p.PAGE *
MERGEFOR
MAT2/

Contactgegevens

EP&C
Rubensstraat 165
2030 Turnhout

Marketingwijzer
Beekstraat 17
2800 Mechelen

Time2inspire bv | Beekstraat 17 | 2800 Mechelen | annelies.lenaerts@marketingwijzer.be
| DV.O241259 | DV.A241260 | M: 0476 47 00 88 | BIC KREDBEBB | ON BE 0752889056 | RPR Antwerpen
| IBAN BE12 7360 7240 3692

KMO-Portefeuille: Registratienr: DV.O241259

Robrecht De Weerd

Telefoon: +32 (0)470 57 31 87

E-mail: robrecht.deweerd@epc.nl

Annelies Lenaerts

Telefoon: +32(0)476 47 00 88

E-mail: annelies.lenaerts@marketingwijzer.be

Huidige situatie en context

A. Hoe is EP&C in contact gekomen met Marketingwijzer?

Annelies ontmoette Robrecht de Weerd en Michiel Ras op een Sterck event. Tijdens het gesprek kwam naar boven dat EP&C een sterkere positie in de Belgische markt wil nemen. Er is momenteel teweinig voeling met de Belgische markt. De kracht van de organisatie is de kennis van hun business. Het zijn ingenieursprofielen, wiens kennis van commerciële aanpak momenteel minder aanwezig is. Toch zijn er bij hen heel wat commerciële skills aanwezig zonder dat ze zichzelf er bewust van zijn. Vanaf 2022 gaat Marketingwijzer samen met K-Kracht. Hierdoor breidt ze uit van enkel marketing- en ondernemersbegeleiding naar de volledige 'Customer Facing', namelijk Sales, Operations en Marketing. Op deze manier zullen we begeleiding kunnen geven in elke aspect van contact met de markt ongeacht of het prospecten, klanten of je netwerk betreft. Zo zal je als KMO vanuit de verschillende domeinen het verhaal consistent brengen. Je verhaal zal kloppen en je doelgroep zal je geloven. Bovendien zal je KMO soepel draaien doordat je team uitgelijnd en optimaal werkt. Bijgevolg zullen ze samen sterkere resultaten leveren.

B. Achtergrond EP&C?

EP&C is een octrooi- en merkenbureau sinds 1939. Het bedrijf heeft een deskundig team van dertig octrooi- en modelspecialisten uitgebouwd en zijn wereldwijd een erkend adviseur en dienstverlener rond de bescherming van intellectueel eigendom. In Nederland zijn ze een gevestigde waarde. Ze maken het verschil door op een lossere manier in co-creatie met hun klanten te gaan. Ze helpen mee het verhaal te schrijven. Klanten helpen te laten 'weten wat ze niet weten' is cruciaal. Inleving in de materie van de klant is een absolute vereiste. Customer Intimacy.

C. Wat wil EP&C bereiken?

In België merkt Paul, marketing- en communication manager bij EP&C, dat er een andere taal gesproken wordt in België. EP&C zou in België ook een autoriteitspositie willen opbouwen. Op marketingvlak is het bedrijf in Nederland al heel sterk bezig. Dat is een 'springplank' voor het Belgische Go-to-marketplan.

D. Waar kan Marketingwijzer en K-Kracht een meerwaarde leveren?

Een succesvolle marktbenadering rust op 3 verschillende peilers, met name een soepele en gestructureerde organisatie, zorgen dat je medewerkers over de juiste expertises beschikken en focus op waardevolle productie.

Voor een **soepele en gestructureerde organisatie** kunnen jullie rekenen op praktijkgericht advies, gebaseerd op onze 25 jaar ervaring. Hieronder al een paar **keyfactoren voor een succesvolle organisatie en winning team**:

- Een **doelgericht go-to-marketplan** brengt alle elementen in kaart dat je nodig hebt om je verhaal te laten kloppen. Het is een stappenplan met een duidelijke strategische visie, een ambitieus en realistisch financieel objectief, 3 waanzinnig belangrijke doelstellingen, een stappenplan met deadlines en verantwoordelijken en constante evaluatie en feedback.
- De **succesvolle ervaringen** alsook de **learnings van Nederland** nemen we mee, want dit kan ons een voorsprong geven in het traject. We challengen het aan wat anders kan zijn in België t.o.v. Nederland.
- Het cliché '**goeie afspraken maken goeie vrienden**' is ook van toepassing in een bedrijf. Samenwerken wordt zoveel gemakkelijker wanneer er duidelijkheid bestaat en er **(werk)afspraken** bestaan waarop medewerkers kunnen terugvallen. De **fundering van je firma** als het ware ... en dat is even een **investering** om dit alles op punt te krijgen. De tijd en de moeite die het bouwen van zoiets kost om alles op te zetten, **bespaart je achteraf zoveel tijd en geld** aan zinloze discussies met klanten en/of medewerkers, rechtzettingen omdat niet alles first time right gebeurde, imagoschade etc. **Geld en tijd die je als zaakvoerder liever in steekt in het verder uitbouwen van je business en je toekomst.**
- **Medewerkers** hebben meestal de juiste intentie maar ze hebben **behoefte** te weten **wat er van hen verwacht wordt én welke richting ze uit moeten**. Hier zullen de **functieomschrijvingen** een houvast bieden. De **processen en procedures** die bij deze functieomschrijvingen horen, worden ook alleen maar uitgevoerd als degene die ze moet uitvoeren inziet **waarom deze regels bestaan** en dat ze hiervoor de **nodige kennis** kunnen verkrijgen om van daaruit hun **verantwoordelijkheden** op te nemen. We geven hier ook massa aan door met concrete voorbeelden te werken. We vertrekken ook vanuit de realiteit van je medewerkers. Bv een ingenieur zal graag zijn kennis delen en minder via 'praatjes' mensen aanspreken. Dit is een troef waar we hen mee kunnen helpen om een sterk netwerk op te bouwen.
- **Marketingwijzer en K-Kracht** hebben als **doel** om **advies** te geven en te zorgen dat **processen maximaal efficiënt verlopen** en **duidelijk** zijn voor iedereen die ermee wordt verwacht te werken, ze **toegepast** kunnen worden en iedereen ze ook **weet terug te vinden**. Dit resulteert dan enerzijds vaker in een **hogere klanten- en medewerkerstevredenheid** en anderzijds wordt een **organisatie rendabeler** omdat er efficiënter gewerkt wordt.
- Een **succesvolle samenwerking** vereist ook een **transparante communicatie met elkaar**. Daarom is aangewezen om geregeld **terugkoppelmomenten** in te lassen om te kijken of wat er uitgeschreven wordt, overeenstemt met hoe het werd bedoeld.

Voor het **verhogen van de expertise**, is het belangrijk om in kaart te brengen wat de expertise(s) dienen te zijn. Op basis hiervan kunnen we oplistten welke **expertises** ontbreken en hoe we deze gaan **verrijken**. Het kan door het team op te leiden ofwel

expertise van buitenaf aan te trekken. De keuze maken we met gezond verstand en steeds in het belang van EP&C, de medewerker en de klant.

Het **eindresultaat** is een **team dat opgeleid** is en **in staat** is om volgende **resultaten** te kunnen behalen:

- Gekwalificeerde leads genereren
- Een sterke en onderscheidende positie in de markt creëren, waardoor je een voorkeurspositie bij je doelgroep uitbouwt
- Een hoog hit% realiseren
- Maximaal verkoopopportunities creëren
- EP&C onweerstaanbaar relevant maken bij klanten, waardoor ze steeds terug voor jouw bedrijf zullen kiezen en ook andere klanten zullen aanbrengen
- Een autoriteitspositie uitbouwen zodat je naar je andere stakeholders een sterkere onderhandelingspositie uitbouwt

Project: Go-to-market

We gaan het stap voor stap **structureel aanpakken** te beginnen bij de voorbereiding van de go-to-market. We geven advies over het opstellen van het plan en de onderdelen ervan. Tegelijkertijd wordt er gekeken naar **quickwins**, die onmiddellijk geïmplementeerd zouden kunnen worden. Hieronder wordt de verdere aanpak beschreven om structureel te werken:

A. In kaart brengen van de vereiste expertises binnen de organisatie.

Doel: **talenten en inzichten versterken om als medewerker en/of als team zélf straffer te worden in de materie die een toegevoegde waarde brengt.**

Methodologie:

Interviews ter plaatse (voorkeur) of remote via teams met de 4 medewerkers in België en voorbereiding tesamen met Robrecht (of wie aangeduid wordt). We brengen in kaart in hoeverre bepaalde taken door de EP&C mensen gedragen kunnen worden. Tegelijkertijd toetsen we af of het opportuun is om opleiding te geven en/of externe expertise in te schakelen.

Deliverables: Adviesnota omtrent:

- **Wie je voor wat kan inzetten in het go-to-marketplan**
- **Wat er in de organisatie ontbreekt en wat het budget hiervoor zal zijn om dit uit te werken**
- **Rollen en resources**

Team Marketingwijzer en partners: **Annelies, Kathleen**

Team klant: **Yme Groeneveld, Robrecht de Weerd, Paul Waldekker, Michiel Ras en nog aan te duiden personen**

Agenda klant: data worden vooraf afgesproken om de gekozen formule op te nemen. De klant dient beschikbaar te zijn en wanneer zo afgesproken op de overeengekomen timings input te leveren.

B. Advies voor het opzetten en uitvoeren van het go-to-marketplan

Doel: First time right marktbenadering, door op een gestructureerde manier en aan de markt getoetste go-to-marketplan te starten. We brengen de volledige gegevens bij elkaar en geven advies bij het maken en implementeren van het go-to-marketplan.

Methodologie:

Aan de hand van interviews, field- en deskresearch creëren we een volledig en realistisch go-to-marketplan.

In deze adviserende aanpak zijn volgende zaken inbegrepen:

- Interviews, field- en deskresearch
- In kaart brengen van quickwins
- Beschrijving van de huidige situatie en de aanbevolen strategie
- Afbakening van de doelgroep
- Het marktconform maken van het aanbod voor België
- Inschatting van potentieel en haalbare doelen
- Bepalen van profiel en referentiekader van de beslissingnemer
- Briefing naar de relevante EP&C medewerkers betrokken bij dit project
- Opzetten van een onderscheidende story
- Opstellen van en begeleiding bij de roll-out
- Evaluatie en advies voor bijsturing op het plan
- Conclusies mee te nemen voor businessplan 2023
- Klankbord en terugkoppelingsmoment op de afgesproken momenten
- Inzetten van 25 jaar kennis en ervaring die op een doeltreffende manier wordt toegepast (ondernemerschap, B2B marketing, complexe aankoopprocessen/geïntegreerde oplossingen op maat,...)
- Zeer uitgebreid netwerk om elkaar verder te connecteren
- Voorzien van bepaalde templates indien gewenst en beschikbaar
- ...

Deliverables: Strategische adviesnota omtrent het realiseren van de go-the market

- Go-to-market plan voor Belgische markt inclusief wat verschil met Nederlands markt zal zijn ('as is' Nederland => 'will be' België)
(= stappenplan die ervoor zorgt dat we je product lanceren op de Belgische markt op een mooi voorbereide manier)
- Business Model canvas (= Visuele manier om je onderneming strategisch in kaart te brengen. Aan de hand van 9 bouwstenen beschrijven we je organisatie, je doelgroep, je klanten, je leveranciers en je verdienmodel)
- Value proposition (wat is het onderscheidend aanbod van je product naar de markt)
- Oplijsting van interne processen en procedures die nodig zijn om het go-to-marketplan uit te voeren

- Versterking van de kennis en inzicht bij EP&C medewerkers
- ...

Team Marketingwijzer en partners: Annelies, Kathleen

Team klant: Yme Groeneveld, Robrecht de Weerd, Paul Waldekker, Michiel Ras en nog aan te duiden personen

Agenda klant: data worden vooraf afgesproken om de gekozen formule op te nemen. De klant dient beschikbaar te zijn en wanneer zo afgesproken op de overeengekomen timings input te leveren.

Succesvolle werkafspraken

Dit project is voorzien om zo weinig mogelijk medewerkers en zaakvoerder van hun kostbare tijd te belasten. Daarom zijn er enkele zaken minstens gewenst nl.:

- Wanneer een interview gepland is, wordt er verwacht dat de medewerker in kwestie voldoende beschikbaar is in hoofd en tijd om het gesprek succesvol te laten verlopen.
- Wanneer er vooraf afgesproken werd om zaken ter beschikking te hebben of aan te leveren, wordt er op gerekend dat dit ook gebeurt.
- Wanneer iets niet tijdig zal gebeuren of een afspraak kan niet doorgaan, wordt het op prijs gesteld dat dit minstens 24u op voorhand wordt gecommuniceerd
- Het is mogelijk dat interviews zullen worden opgenomen om nadien zeker de juiste informatie te kunnen neerschrijven. Op deze manier vermijden we overbodige meetings en vragen. De medewerker in kwestie zal hiervan vooraf duidelijk geïnformeerd worden en zijn/haar akkoord voor kunnen geven. Deze opnames worden énkél en alleen voor dit doeleind gebruikt en zullen na beëindiging van dit project verwijderd worden.
- De goedgekeurde werkinstructies/documenten zullen op een gemeenschappelijke locatie geplaatst worden waar elke medewerker vlot aan kan om ze te kunnen toepassen. Het is dus aangewezen in belang van project dat deze locatie inderdaad bestaat en toegankelijk is voor mezelf en de medewerkers.
- Een duidelijke briefing inzake de budgettaire mogelijkheden om go-to-market te kunnen realiseren
-

Evaluatie

We geloven in een proces van wederzijdse feedback. Vanaf de kennismaking tot onze nazorg is continue bijsturing de basis voor een succesvol eindresultaat. Marketingwijzer doet dit proactief en nodigt u als klant ook uit om instant feedback te geven. Zo waarborgen we dat we zowel uw business als uw verwachtingen goed begrijpen.

We evalueren zowel tijdens het proces als na het afronden van het project. Op het einde evalueren we de resultaten en de samenwerking.

Budget

Het beschreven investeringspakket om uw marktpositie in België te verstevigen en een autoriteitspositie uit te bouwen. Expertise, om de commerciële werking soepeler en sterker te maken en uw tijd en geld eerder te investeren in een weldoordachte marketingstrategie. Een strategie, die past binnen de Belgische mentaliteit, in plaats van uw marketingbudget te spenderen aan 'tryouts'. Of het risico te lopen om een verkeerde eerste indruk bij de Belgische doelgroep te maken. Dit pakket bestaat nog eens opgesomd uit:

- Inzetten van onze 25 jaar kennis en ervaring in de Belgische B2B markt, die op een doeltreffende manier wordt toegepast
- Interviews met de 4 medewerkers in België
- Inventaris van de huidige beschikbare middelen binnen EP&C en wat er best aangevuld wordt (wat er in de organisatie ontbreekt en wat het budget hiervoor zal zijn om dit uit te werken)
- Oplijsting van rollen en taken van medewerkers, nodig om een go-to-marketplan firsttime right uit te voeren.
- Go-to-marketing plan inclusief wat verschil met Nederlands markt zal zijn ('as is' Nederland => 'will be' België)
- Business model canvas (= visuele manier om je onderneming strategisch in kaart te brengen. Aan de hand van 9 bouwstenen beschrijven we je organisatie, je doelgroep, je klanten, je leveranciers en je verdienmodel)
- Value proposition (wat is het onderscheidend aanbod van je product naar de markt)
- Oplijsting van interne processen en procedures die nodig zijn om het go-to-marketplan uit te voeren
- Versterking van de kennis en inzicht bij EP&C medewerkers

Dit alles wordt u aangeboden aan de prijs van 38.985 Euro. Dit voorstel kan in aanmerking komen voor KMO portefeuille (zie "8.KMO Portefeuille").

Startdatum uitvoering: in onderling overleg

Uitvoeringsperiode gespreid over: in onderling overleg. (vanuit onze ervaring bij andere klanten is een realistische termijn om dit alles te verwezenlijken 6 maanden).

Een eventueel vervolg om ook voorgaande en/of volgende stappen in het proces te documenteren, visualiseren, centraliseren, communiceren, ... kan achteraf verder besproken worden na het succesvol beëindigen van bovenvermelde project. Hiervoor zal dan een nieuw vervolgtraject en -prijsvoorstel voorzien worden.

Wanneer er overgegaan wordt naar een go-to-market zal er vanuit Marketingwijzer mee nagekeken worden of, en welke mogelijkheden er zouden kunnen zijn om nog subsidies te verkrijgen (Groeiportefeuille, ...). Robrecht ging dit ook nog bekijken wat vanuit Nederland mogelijk is.

- Dit voorstel heeft een geldigheidsduur van 30 dagen.
- Onze prijzen zijn exclusief BTW en diverse onkosten (ICT, lunch, verplaatsingskosten).
- Verplaatsingskosten: 0,5€/km vanaf straal van 20 km buiten Mechelen (Annelies) of Antwerpen (Kathleen).
- Facturatie : 40% facturatie bij bestelling en vooraf te betalen; en dan 10% per maand te starten op einde van de opstartmaand
- Het budget is voor de begeleiding en strategisch advies en exclusief uitwerking van acties, grafisch design, copywriting en opmaakkosten etc. Dit kan desgewenst een gekende partij van Annelies zijn. Evenzeer kunnen we ook samenwerken met reeds vertrouwde leveranciers van EP&C.
- Dit is een overeenkomst tussen Time2inspire bv (Marketingwijzer) en EP&C. Het al dan niet toegekend krijgen van de subsidie KMO-portefeuille, heeft geen invloed op de overeenkomst.

Voor akkoord, gelezen en goedgekeurd (handgeschreven)	
Handtekening:	Handtekening:
Voor de klant: EP&C nv Naam: Functie:	Voor Marketingwijzer: Annelies Lenaerts Marketingondernemer
Start projectdatum: Te bepalen	
Bij ondertekening van deze overeenkomst is er tevens akkoord op onze Algemene voorwaarden welke terug te vinden zijn hier in document onder 9. Algemene voorwaarden	

p.PAGE *
MERGEFOR
MAT2/

Facturatiegegevens

• Naam organisatie:	EP&C bv
• Ondernemingsnummer:	BE 0554.910.472
• BTW-plichtig: Ja/Nee	ja
• Straat + nummer:	Rubensstraat 165
• Postcode + plaats:	2030 Turnhout
• Land:	België
• Telefoon organisatie:	+32(0)14 48 10 40
• Naam contactpersoon:	Robrecht de Weerd
• Email contactpersoon:	robrecht.deweerd@epc.nl
• Mobiel contactpersoon:	+32 (0)470 57 31 87

Time2inspire bv | Beekstraat 17 | 2800 Mechelen | annelies.lenaerts@marketingwijzer.be
 | DV.O241259 | DV.A241260 | M: 0476 47 00 88 | BIC KREDBEBB | ON BE 0752889056 | RPR Antwerpen
 | IBAN BE12 7360 7240 3692

- **Facturatie emailadres:**

robrecht.deweerd@epc.nl

Over Marketingwijzer

Marketingwijzer - onderdeel van Time2inspire bv - geeft **strategisch advies, begeleiding bij implementatie, opleiding en coaching** aan organisaties. Marketingwijzer helpt de business van haar klanten onweerstaanbaar relevant te maken door hen marketinggewijs te begeleiden en op te leiden van strategie tot begeleiding bij implementatie. Hands-on en economisch verantwoord. Hierdoor vergroot de expertise van haar klanten waardoor ze hun bedrijf sterk positioneren in de markt, betere leads genereren en meer marge realiseren. Meer informatie vind je terug op www.marketingwijzer.be

Over KMO-portefeuille



30% van je investering met een maximumbedrag van 7.500€ /jaar.

Lees meer over deze financiële steun: [Kmo-portefeuille](#) | Agentschap Innoveren en Ondernemen (vlaio.be)

In onze overeenkomst bij budget, vind je terug welke van onze diensten in aanmerking komen voor subsidie. Denk eraan dat je steunaanvraag steeds beperkt is tot maximum 14 dagen na de start van de prestatie.

Algemene Voorwaarden

[Onze algemene voorwaarden kan je vinden op](http://marketingwijzer.be/algemene-voorwaarden/) marketingwijzer.be/algemene-voorwaarden/