Dit document wordt u aangeboden door:
VALLEI BUSINESS®
klik hier voor meer artikelen

Rabobank Vallei en Rijn over de wereld verandert voor altijd

Vergezichten van dichtbij bekeken

De maanden december en januari nodigen uit voor een moment van reflectie. Van terug- en vooruitblikken. Als ondernemer maakt u de balans op. Wat ging goed en wat kan beter? En wat zijn de plannen voor het nieuwe jaar? In deze periode van bezinning en jaaroverzichten blikt Vallei Business met u terug en vooral vooruit. Dat doen we in deze coverstory met Barry van de Lagemaat, directievoorzitter bij Rabobank Vallei en Rijn.

Visie voor MKB

We treffen Barry van de Lagemaat in de prachtige hoofdvestiging aan de Galvanistraat in Ede. De open ruimtes, het invallende licht en de vele raampartijen vormen een inspirerende omgeving. De locatie van het pand brengt met zich mee dat het interessante vergezichten biedt. “We liggen natuurlijk aan centrale toegangswegen in Ede, vanuit de A12 en A30. We zien de dynamiek van het gebied: ondernemers op het industrieterrein, woon-werkverkeer dat hierlangs passeert, de oude kerk in het vernieuwde centrum van Ede en in de verte de boomtoppen van de Posbank. Het is goed om regelmatig even afstand te nemen en letterlijk en figuurlijk naar buiten te kijken. Welke trends en ontwikkelingen zien we? Waar hebben ondernemers mee te maken? Wat kunnen we vervolgens doen om ondernemers vérder te helpen?” Dat begint volgens Van de Lagemaat met oog hebben voor wat er speelt. Met vervolgens de blik van buiten naar binnen. “Dat past ook bij de coöperatieve bank. We zijn betrokken bij de regio en staan met onze medewerkers - de meesten zijn woonachtig in dit gebied - dicht bij ondernemers.”

Meesurfen op trends

De wereld zit midden in een overgangsfase. Bij zo’n fase horen politieke, economische, technologische en maatschappelijke veranderingen – op nationaal en internationaal niveau. Wie zal in dit nieuwe tijdperk pieken, zoals Amerika in 2007, Engeland in 1912 en Nederland in de 17e eeuw? Degene die de steeds snellere veranderen weet bij te houden. Die mee surft op de elkaar vlug opvolgende trends. En die kan omgaan met de intensiteit waarmee al deze transformaties zich manifesteren. Anticiperen op veranderingen en flexibel meebewegen: dát wordt de norm. Stilstaan en vasthouden aan verworvenheden heeft steeds minder zin – en kan zelfs gevaarlijk zijn. Barry: “Het bedrijf dat in de toekomst wil floreren, moet nú duidelijke keuzes maken. Niet vanuit een terugblik op behaalde resultaten, maar op basis van een vooruitblik naar verwachte ontwikkelingen. Wij helpen u graag om de wereld aan uw voeten te krijgen; om uw bedrijf succesvol te laten zijn. Daarom onderscheiden we 7 trends waar verstandige ondernemers nu al rekening mee houden.”

• Trend 1: Klinkende keuzes

“Het is belangrijk om te laten zien waar je als onderneming voor staat. De consument wil geen ingewikkelde en complexe producten en diensten. Maak ze eenvoudig, transparant en lever maatwerk. Gericht op specifieke behoefte en gemak. Kijk maar naar de restaurants waar makkelijke menukaarten de overhand nemen. Of de onderhoudspakketten bij auto’s. Er is een groeiende behoefte aan snel en vooral transparant overzicht over producten of diensten. Daarom zijn de vergelijkingssites ook razend populair. Op basis daarvan maken mensen veel-al hun keuzes.”

• Trend 2: Groen = Poen.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) moet je niet soms doen, maar altijd. De verantwoordelijkheid van een verantwoorde productie wordt door de finale consument in de keten gelegd. Van de Lagemaat: “Voor deze nieuwe standaard kunt u als ondernemer geen meerprijs te vragen. Je ziet dat het MVO-label de huidige conventionele producten en diensten verdringt en de norm wordt. Steeds meer ondernemers hebben oog voor maatschappelijk betrokken ondernemen. Daar hoort bijvoorbeeld ook het stimuleren van de vitaliteit van medewerkers bij. Het moet wel iets zijn wat past bij de cultuur van het bedrijf. Het moet ook in dat opzicht natuurlijk zijn.”

• Trend 3: I Want it now.

In deze tijd van online shopping en smartphones is de trend dat we 24/7 bereikbaar moeten zijn. Consumenten en B-2-B wensen op elk moment van de dag en overal in hun behoefte te worden voorzien. Het adagium is volgens Van de Lagemaat: geen uitstel, maar nu. “Ze wensen een makkelijke oriëntatie en een snelle levering. Kijk maar naar populaire shops als bol.com: voor 21.30 uur besteld is de volgende dag bezorgd. We zien dat nu al gebeuren bij onze bank. Klanten willen kunnen bankieren als het hen uitkomt. Aansluitend bij die trend heeft de Rabobank videochat gelanceerd: via je laptop of pc in gesprek met een adviseur van de Rabobank. Zeker voor het bedrijfsleven geldt dat deze trend impact heeft op industrie en groothandel. Ook logistiek is het een enorme uitdaging.”

"Het bedrijf dat in de toekomst wil floreren, moet nú duidelijke keuzes maken. Niet vanuit een terugblik op behaalde resultaten, maar op basis van een vooruitblik naar verwachte ontwikkelingen".

Barry van de Lagemaat, directievoorzitter Rabobank Vallei en Rijn

VALLEI

BUSINESS®

Check de Vallei Business E-Paper app
voor je tablet en smartphone op
www.valleibusiness.nl

• Trend 4: Voel het verschil

We leven in een tijdperk van ervaren en beleven. Kwaliteit is een randvoorwaarde, maar het verhaal erachter wordt steeds belangrijkers, aldus Van de Lagemaat. "De keuze voor een product wordt ook gedreven door emotie. Het gaat om voelen, soms letterlijk. Het delen van ervaringen kan doorslaggevend zijn. Geef uw afnemers bijvoorbeeld een kijkje in het productieproces. In de automotive-sector zijn de BMW-experience in München en Autostadt Wolfsburg van Volkswagen bekende voorbeelden. Welke beleving geeft u als ondernemer aan uw product of dienst? Daar kunt u het verschil mee maken."

• Trend 5: Hebben maar niet houden

"Niet het hebben is tegenwoordig belangrijk, maar het gebruik maken van. Flexibiliteit van mensen, machines, diensten stelt ondernemers in staat om snel op veranderingen in te spelen. We zien het terug in de inzet van flexpersoneel, graafmachines huren en leasing van auto's."

• Trend 6: Do it together

Samen sta je sterker. Het is de coöperatieve belofte van de Rabobank die past bij de tijdsgeest. "Ondernemers zullen steeds meer inzetten op krachtenbundeling, bijvoorbeeld door gezamenlijk in te kopen. Het is steeds meer een zaak om elkaars competenties te gebruiken en waarmee je je eigen concept versterkt. Netwerken en platforms creëren zijn dus enorm belangrijk om elkaar te ontmoeten en te kijken welke partners je als ondernemer nodig hebt om verder te komen."

• Trend 7: De wereld dichtbij

Van de Lagemaat geeft aan dat met de komst van internet op je mobiel de wereld letterlijk binnen handbereik is gekomen. "We leven in een global village. Zeker met mobiel internet is de wereld heel dichtbij gekomen. Verleg daarom je grenzen en sta open voor invloeden uit het buitenland. Niet alleen door middel van import, export of outsourcing, maar wellicht volgt u uw klanten naar het buitenland. Al van oudsher hebben we een handelsgeest in ons en doen we internationaal zaken. Onze geografische ligging is hierbij natuurlijk een pluspunt. Ook particuliere klanten shoppen via internet steeds meer over de grens. Een trend om rekening mee te houden!"

I dreamed a dream

Deze inzichten kunnen ondernemers zien als bedreiging, maar juist ook als kansen. Daar wil de Rabobank hen graag bij helpen. Van de Lagemaat: "Juist ook door kennis te bundelen die ondernemers verder helpen. Dat is ook coöperatief bankieren Kijk maar eens op www.rabobankcijfersentrends.nl. Ik heb de droom dat we als lokaal gewortelde Rabobank tevreden klanten hebben, die gepassioneerd en innovatief ondernemen en daarbij elkaar ook weten te vinden. Maar bovenal dat we boven de verwachting van klanten uit presteren. Dat is namelijk het hoogste doel van ons als coöperatieve Rabobank. Ook in 2013."

Rabobank Vallei en Rijn
Telefoonnummer (0318) 660 664
www.rabobank.nl/vr