

NATIONALE GROEI 3-DAAGSE 2019

Heb je het voornemen om in 2019 (door) te groeien met je bedrijf, organisatie of vereniging, bezoek dan op 15, 16 of 17 januari de Nationale Groei 3-daagse in Theater Maitland bij de Baak op Landgoed de Horst in Driebergen.



Plenair programma dagelijks van 13:00 - 17:30 uur

12:00 - 13:00 uur: ontvangst en lichte lunch | 17:30 - 18:30 uur: netwerk & borrel

De inleidingen worden onderbroken door panel- en zaaldiscussies en een pauze van 30 minuten.



Dag 1 - Internationaal groeien

Samen met je team werk je keihard om je klanten tevreden te stellen. Zo hard dat het nadenken over de toekomst van je bedrijf of organisatie er steeds weer bij inschiet en je groeiambitie vooral veel ambitie blijft. Om internationaal (door) te groeien is het zaak af en toe pas op de plaats te maken en je te laten informeren en inspireren.

Maak een middag vrij en bezoek dag 1 van de Nationale Groei 3-daagse met als thema internationaal groeien.
Dagvoorzitter: **Harry Starren**

Hoe internationaal is jouw waardepropositie - Rob van Nes MBA

Je waardepropositie is je bestaansrecht, maar zo heel af en toe lukt het om in je thuismarkt, waar je al decennia actief en bekend bent, te overleven zonder onderscheidende value proposition. Om internationaal te groeien is dat ondenkbaar. Rob van Nes neemt je aan de hand van het door hem ontwikkelde Wheel of Value, beschreven in zijn gelijknamige boek, langs de kansen en valkuilen van het internationaal ondernemen vanuit een waardepropositie perspectief.

Groei via nieuwe PMC's - Prof.Dr. Dewanand Mahadew

Globalisering brengt (internationale) klanten steeds dichterbij, maar tegelijkertijd heeft de klant steeds meer macht. Redenen om over te schakelen van mass production naar mass customisation (van PMC's naar PCC's - Product Client Combinations). Het koopgedrag van klanten wereldwijd wordt immers niet meer bepaald vanuit demografische criteria maar vanuit psychografische criteria, lifestyle en gelijkgestemdheid.

Dewanand Mahadew bespreekt concepten en modellen van een proces om deze ontwikkelingen te integreren in je eigen portfolio en internationaal marketing.

Distributie als groeiversneller - Mr. Johan Koning MSc

Hoe te groeien via nieuwe distributiekkanalen. Met eigen organisaties, onafhankelijke distributeurs, agenten of online? De voor- en nadelen van de verschillende distributiekkanalen. Welke kanalen passen het beste bij welke Product-Markt-Combinaties. Aan de hand van een aantal praktijkvoorbeelden worden de voor- en nadelen toegelicht.

Intercultureel zakendoen - Minke Vorstenbosch MA

Globalisering maakt het voor steeds meer bedrijven noodzakelijk om zaken te doen in andere culturen. Ook krijgen we te maken met verschillende nationaliteiten binnen één bedrijf. Dit biedt uitdagingen maar zeker ook kansen. Een studie van McKinsey toont aan dat interculturele teams tot 35% meer effectief zijn dan heterogene teams, mits deze diversiteit goed wordt ingezet. Maar een gebrek aan culturele sensitiviteit leidt ook regelmatig tot misverstanden, frustratie en soms zelfs het mislopen van deals. Minke Vorstenbosch neemt je mee in de wereld van interculturele kansen en uitdagingen en geeft inzicht hoe je culturele valkuilen omzeilt en internationale relaties optimaliseert.

Internationaal groeien door fusie of overname - Rolf van Nauta Lemke MBA

In 1970 was 89% van FDI nog in greenfield, ook/juist bij MKB. Inmiddels is dat minder dan 10%. Meer dan 90% van de investeringen in nieuwe buitenlandse markten gaat via fusies, overnames of joint ventures. Het vakgebied van Rolf van Nauta Lemke. Wat zijn de voordelen een aandachtsgebieden van internationaal groeien met en via buitenlandse partners.

Groei door internationaliseren: Praktijkverhalen - Kees de Jong

Groeiondernemer en groeimmentor Kees de Jong, initiatiefnemer van NLgroeit, deelt zijn ervaringen op het gebied van internationaliseren. Hij liet zijn bedrijf Bloomerco uitgroeien tot in zes Europese landen. Daarna leidde hij een bedrijf in 26 landen. Hoe deed hij dat, wat zat ermee en waar zat het tegen? Hoe ging hij daarmee om? Ervaringen uit eerste hand die je sensitiever maakt voor valkuilen en kansen.

Dag 2 - Van start-up naar scale-up

Je bedrijf staat. Het kostte bloed, zweet en tranen, en natuurlijk de nodige investeringen, maar je bent operationeel en zowaar niet ontevreden. Op naar de volgende fase, doorgroeien! Daar zijn ineens heel andere vaardigheden nodig, andere netwerken en strategische bijsturingen.

Zinvol om je daarover te laten bijpraten en inspireren, maak dan een middag vrij en bezoek dag 2 van de Nationale Groei 3-daagse met als thema van start-up naar scale-up.

Dagvoorzitter: **Harry Starren**

Wat betekent groei voor je waardepropositie - Rob van Nes MBA

Je waardepropositie is je bestaansrecht, daar heb je goed over nagedacht toen je begon en het bleek te kloppen bij je eerste klanten, anders had je bedrijf al niet meer bestaan. Groeien betekent uit je comfort zone komen met je bedrijf. Is je value proposition daarop berekend? Rob van Nes neemt je aan de hand van het door hem ontwikkelde Wheel of Value, beschreven in zijn gelijknamige boek, langs de kansen en valkuilen van het groeien vanuit een waardepropositie perspectief.

Groei door efficiënt ondernemerschap - Prof.Dr. Dewanand Mahadew

Het ondernemingsklimaat in Nederland is de afgelopen decennia veranderd van een managerial economy naar een entrepreneurial economy. Niet kostenleiderschap maar het continu kunnen aanpassen aan de externe marktontwikkelingen zorgt voor efficiency en effectiviteit. Management van relaties en het steeds kunnen inspelen in (nieuwe) waardeketens zijn de belangrijkste pijlers van efficiënt ondernemerschap. Dewanand Mahadew bespreekt de kenmerken van entrepreneurial economy en hoe jij als ondernemer je dit eigen kan maken.

Distributie als groeiversneller - Mr. Johan Koning MSc

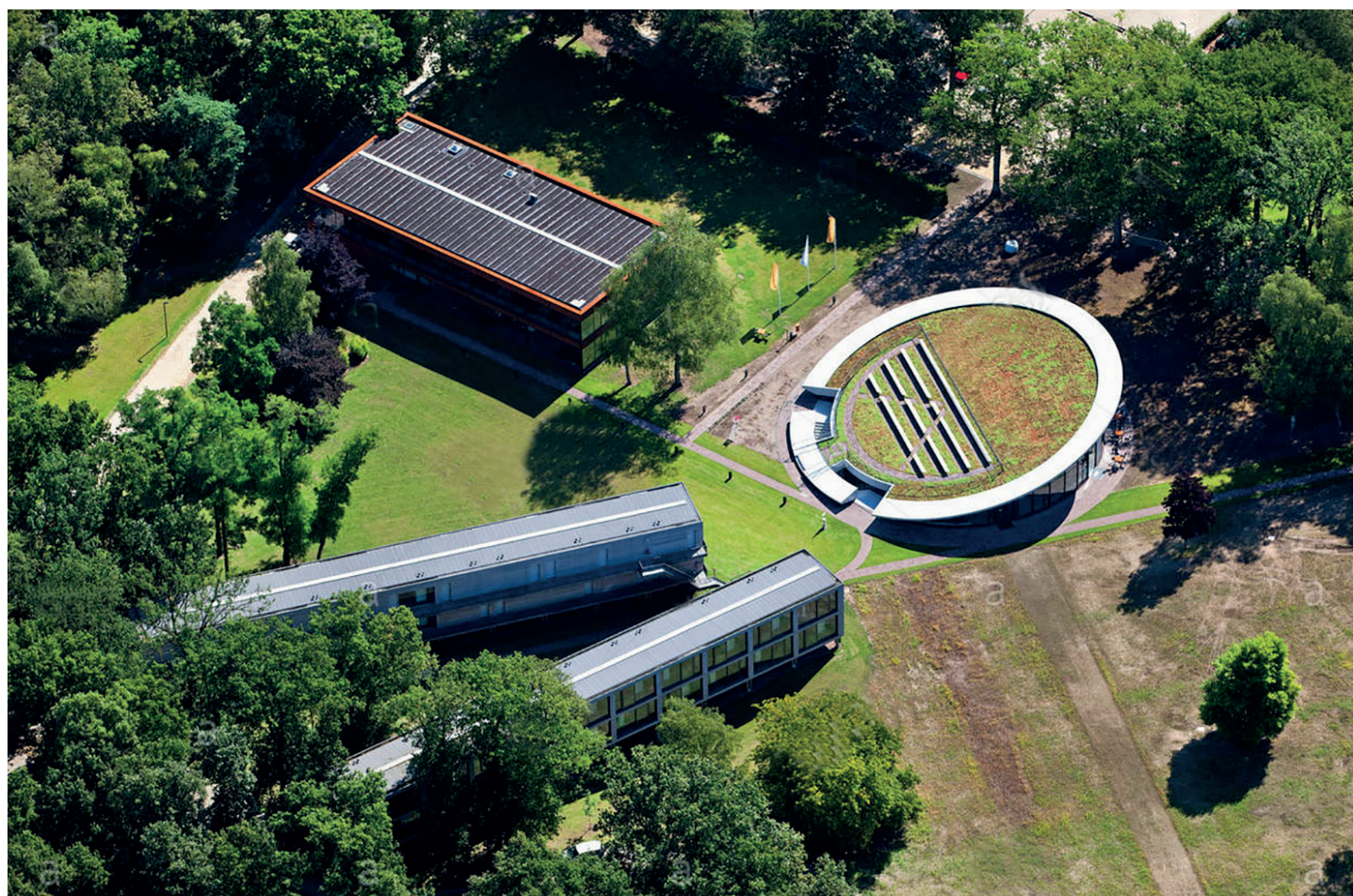
Hoe te groeien via nieuwe distributiekkanalen. Met eigen organisaties, onafhankelijke distributeurs, agenten of online? De voor- en nadelen van de verschillende distributiekkanalen. Welke kanalen passen het beste bij welke Product-Markt-Combinaties. Aan de hand van een aantal praktijkvoorbeelden worden de voor- en nadelen toegelicht.

Op zoek naar groeikapitaal -

Alle lichten staan op groen om door te groeien, maar daarvoor is wel een kapitaalinjectie nodig. Welke mogelijkheden zijn er en wat zijn de voor- en nadelen van de beschikbare instrumenten.

Leiderschap bij scale-up's - Kees de Jong

Groeiondernemer en groeimmentor Kees de Jong deelt zijn ervaringen op het gebied van leiderschap. De rol van de ondernemer verandert in iedere fase van de onderneming. Daarom zal je je als ondernemer jezelf continue moeten ontwikkelen.



Maitland theater De Baak Landgoed de Horst



Dag 3 - Managing Sport

De drive om zoveel mogelijk mensen, kinderen in het bijzonder, aan het sporten te krijgen en te houden verbindt ons, maar daarbinnen hebben we niet altijd dezelfde belangen. Gemeenten maakt het niet zo zeer uit welke sport haar inwoners doen, als ze maar sporten en zo bijdragen aan een gezonde samenleving. Sportorganisaties en -verenigingen binden de sporter, de vrijwilliger en de sponsor het liefst aan zichzelf, een gezonde concurrentie. En het op sport gerichte bedrijfsleven, ook die hebben hun eigen agenda en doelstellingen. Om de interesse in sporten en het binden van sporters te beïnvloeden is uiteraard een adequate infrastructuur en goed sporttechnisch kader en vereiste, maar er komt meer bij kijken. Strategie, marketingcommunicatie, waardepropositie, innovatie....

Lijkt het je nuttig om je over die groeionderwerpen te laten bijpraten en inspireren, maak dan een middag vrij voor een bezoek aan dag 3 van de Nationale Groei 3-daagse met als thema van Managing Sport.

Dagvoorzitter: **Tom van 't Hek**

Scorende waardeproposities voor sportorganisaties en -verenigingen - Rob van Nes MBA

De waardepropositie van een vereniging of organisatie is de verbindende factor met haar omgeving en stakeholders. Het is hetgeen dat zorgt dat de sporter deel wil uitmaken van de vereniging, de sponsor interesse heeft zich daaraan te verbinden en vrijwilligers om zich ervoor te willen inzetten. De waardepropositie is echter niet tijdloos. Het is van cruciaal belang dat deze actueel wordt gehouden en aan de maatschappelijke ontwikkelingen wordt aangepast. Wereld een vereniging ooit opgericht als een club waarin mensen met dezelfde hobby zich verenigden en waarvoor een ieder werd geacht een bijdrage in de kosten (contributie) en in de werkzaamheden (vrijwilligerswerk) te doen, heden ten dage is dat beseft er wellicht nog wel, maar de wijze waarop dat gebeurt kent vele verschijningsvormen.

Rob van Nes neemt je aan de hand van het door hem ontwikkelde Wheel of Value, beschreven in zijn gelijknamige boek, langs waardeproposities om sporters, vrijwilligers en sponsors aan je organisatie of vereniging te binden en gebonden te houden.

Groei door sociaal engagement - Prof.Dr. Dewanand Mahadew

Social engagement betreft de verbinding die je als organisatie hebt met je community. Het is ook hetgeen dat zorgt voor een blijvende (zich aan de tijd aanpassende) verbinding met stakeholders zoals sporters, vrijwilligers, bestuurders, sponsors, overheden, etc.

Sportorganisaties kunnen social engagement implementeren vanuit uit 3 cruciale elementen:

- Organisatiemodel en interne atmosfeer/cultuur: dat wat direct betrokkenen ervaren;
- Communicatie: dat wat doelgroepen horen en lezen, de boodschap;
- Gedragingen: de uitstraling zoals professionaliteit, dresscode, taalgebruik, etc..

Deze elementen bepalen de interne atmosfeer/cultuur (dat wat direct betrokkenen ervaren) en te hanteren aanpak voor HRM beleid (voorbereiden, instroom, doorstroom en uitstroom van vrijwilligers).

Dewanand Mahadew behandelt de verschillende facetten en aspecten van social engagement en bespreekt hoe je dit in je eigen sportorganisatie kan toepassen. Een belangrijk onderdeel hierbij is het binden van (jonge) vrijwilligers.

Leiderschap als groeiaccelerator - Sheila Gemin

Sheila spreekt over leiderschap en de parallellen die te vinden zijn vanuit de sport. Wat maakt de ene trainer of coach succesvoller dan de ander en welke rol speelt de hij of zij echt in het uiteindelijke resultaat? De kracht van teams, ook al bestaat deze uit solisten, en de rol die de leider speelt in de effectiviteit ervan. Sport is emotie en wordt gedreven door passie, hoe zet je dit in om successen te behalen en een duurzame groei te realiseren. Sheila deelt drie factoren die elke leider zich eigen zou moeten maken om de basis te creëren voor succes. Voor zichzelf, voor het team en voor de organisatie/vereniging.

Het ontwikkelen van mensen die in een sportorganisatie werkzaam zijn is iets anders dan het ontwikkelen van (top)sporters. Of toch niet?"- Martijn van Westerop

(Top)sporters zijn continu bezig met groeien, zich te ontwikkelen en te verbeteren in hun sport. Wanneer ze dit niet doen, worden ze door de concurrentie voorbij gestreefd. De wetten van de (top)sport zijn keihard. In bedrijven en organisaties ligt de nadruk meer op persoonlijke ontwikkeling van de medewerker, het groeien als mens. Dit is logisch, of toch niet? Zijn er meer overeenkomsten dan er op het eerste gezicht lijken te zijn? En kunnen de sportwereld aan de ene kant en de bedrijven en organisaties aan de andere kant iets van elkaar leren in deze benaderingen?

Managing groei - Roger Davids

Sport krijgt steeds meer aandacht. Hoe gebruik je deze aandacht om je sportorganisatie te laten groeien? Terwijl er steeds meer ongebonden sporters fitnessen, hardlopen, fietsen etc. zijn er veel sportbonden en sportverenigingen, waar leden hun lidmaatschap opzeggen. Kunnen we hier iets aan doen? Wat kan er beter? Luisteren we voldoende naar de sporters en verenigingen? Werken we voldoende met elkaar samen om onze ambities te realiseren? Roger Davids, voorzitter van de KNLTB, heeft een ruime ervaring in het begeleiden van organisaties met groeiambities en zal zijn ervaringen delen waarom het belangrijk is om een sterke visie te ontwikkelen en hoe je tot haalbare jaarplannen komt. Hoe een basis te leggen voor structurele groei van sportorganisaties, een thema waar ook de tennisbond mee te maken heeft.

Groeien door innovatie - Pieter Vink

Internationaal voetbalscheidsrechter Pieter Vink, hij floot onder meer de Champions League finale tussen Real Madrid en Juventus in 1998, stond aan de wieg van het project videoarbitrage. De VAR is inmiddels een paar maanden actief en niet meer uit het nieuws weg te denken. Pieter deelt de VAR-ervaringen tot nu toe en geeft zo inspiratie om technologie in brede zin een groeimotor voor sportorganisaties en sportinfrastructuur te laten zijn.

Investerings

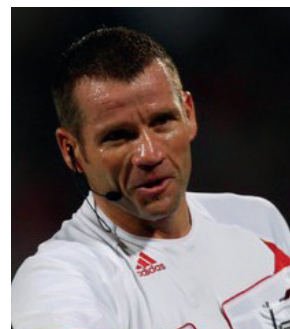
- 1 middag
- Retourreis naar Driebergen (centraler in het land konden we het niet maken)
- € 285,- exclusief btw
(bij aanmelding en betaling voor 1 januari profiteer je van de vroegboekorting en bedraagt de deelname fee slechts € 185,- exclusief btw)

Locatie - Maitland theater De Baak Landgoed de Horst | De Horst 5 | Driebergen



Aanmelding

Dag 1 en 2: www.ibda.eu/programs | Dag 3: www.ism.ac/programs | Of zoek het evenement op www.eventbrite.nl



Minke Vorstenbosch, Harry Starren, Tom van 't Hek, Kees de Jong, Dewanand Mahadew, Sheika Gemin, Rob van Nes, Johan Koning, Roger Davids, Martijn van Westerop, Pieter Vink en Rolf van Nauta Lemke

Kijk voor informatie over de sprekers op dag 1 en 2 op: www.ibda.eu/team - De sprekersinfo dag 3 is te vinden op: www.ism.ac/team