

The Maconomy News

DECEMBER 2009

JAARGANG 2 - NUMMER 3

Klanten gematigd optimistisch over economie in 2010

Door: Feike Cats

Kritischer op uitgaven

"We zagen in het begin van 2009 dat veel organisaties erg kritisch waren op hun marketinguitgaven", aldus Boers. "Wij zitten aan het begin als het slechter gaat, maar ook aan het begin als het weer aantrekt. Dat aantrekken zien we nu op vele vlakken. De meeste indicatoren staan gelukkig weer op groen." "Ik zou liegen als ik zou zeggen dat het een van onze makkelijkste jaren is geweest", aldus Tonino. "Binnen organisaties is men veel kritischer geworden op de kosten. Dat merk je natuurlijk als marketingcommunicatiebureau maar al te goed. Gelukkig zijn wij ook in China met een behoorlijk team actief. Daar heeft een veel kortere recessie plaatsgevonden. De groei is daar snel terug gekomen en in China hebben we de oorspronkelijke begroting wel gehaald."

Intern gericht

"Wat wij het meeste hebben gevoeld van de crisis is dat de tarieven veel sterker onder druk hebben gestaan dan in de jaren daarvoor", zo vertelt Riemens. "Zeker bij grotere organisaties waar inkopers als taak hebben gekregen om nog scherper te zijn. Toch is het bij ons al met al nog erg meegevallen. We hadden voorzichtig begroot en gaan die begroting ook realiseren." In 't Velt vult aan: "Vrijwel niemand had de crisis in deze vorm aan zien komen. Het gekke is dat veel opdrachtgevers in dergelijke tijden nog meer naar binnen keren en verder van hun klanten komen af te staan. Op zich een vreemde ontwikkeling. Veel van onze klanten zijn financiële instellingen en die hadden hun marketingactiviteiten toch tijdelijk op het tweede plan geplaatst."

Licht herstel

"Wij zien dat bedrijven weer voorzichtig beginnen met investeren", zegt Riemens. "Het lichte herstel lijkt ingezet. Ook wij hebben veel financiële instellingen als klant en die lijken

In deze uitgave van The Maconomy News praten we met vier klanten van Maconomy over hun visie op 2010. Een turbulent jaar zo kan 2009 wel genoemd worden. De economische crisis is goed voelbaar geweest. Bezuinigingen werden doorgevoerd, de aanwas van nieuwe klanten was minder dan men gewend was en investeringen werden uitgesteld. In dat laatste lijkt toch verandering te komen. Langzaam aan zien de vier geïnterviewden, Peter Riemens Directeur van Tri-ennium, Serve Tonino Technology Manager bij EMG, Wouter In 't Velt Partner bij VODW Marketing en Paul Boers Group Controller bij the valley, de markt weer de "goede" kant op draaien.



de zwaarste klappen gehad te hebben. We rekenen dan ook in 2010 op lichte groei en zijn bezig met het aannemen van nieuwe medewerkers om daarop te anticiperen." Boers vult aan: "Bedrijven hebben tot op het bot gesaneerd dus op micro niveau kan het niet anders dan beter gaan. Wij verwachten in 2010 een toename van het resultaat ten opzichte van 2009 zonder dat dit direct zal leiden tot een toename van de vaste kosten."

Klantfocus

"Zolang het goed gaat, wordt vaak veel geld uitgegeven aan

zaken die relatief weinig opleveren", zo laat In 't Velt weten. "Het is juist de kunst om altijd de juiste dingen te doen in goede en minder goede tijden. Als je over meerdere jaren terug kijkt, zijn vooral die organisaties succesvol die waarmaken wat ze beloven. Met name bij de grotere organisaties is door allerlei aanwijsbare redenen de focus vaak ver weg van de klant. Ook de wet- en regelgeving dragen daar niet op een klantvriendelijke manier aan bij. Overigens zijn de bezuinigingsrondes nog niet voorbij, maar ook wij zien dat de grenzen zijn bereikt in het snijden van kosten", aldus In 't Velt.

Onzeker

"Ik durf nog niet veel te zeggen over wat 2010 gaat brengen", aldus Tonino. "Ik ben persoonlijk wel optimistischer dan over afgelopen jaar, maar het blijft afwachten. We hebben vrij voorzichtig gebudgetteerd en zullen gedurende het jaar wel zien wat het gaat brengen." Riemens vult hierop aan: "Het

is vreemd dat wij voor specifieke functies geen geschikte kandidaten kunnen vinden. Wat dat betreft kan ik me wel vinden in de opmerking rondom onzekerheid. Ik denk dat veel mensen veilig op hun plaats blijven zitten en eerst de kat uit de boom kijken alvorens een stap te nemen."

Maconomy

Alle geïnterviewden zijn het er over eens dat Maconomy een uitstekende oplossing is voor organisaties die op projectbasis werken. "Het biedt inzicht en de mogelijkheid om je organisatie te sturen", vertelt Riemens. "Dat klopt. Ook bij ons biedt het meer inzicht in

onze business", aldus Boers. "We moeten wel oppassen dat we niet er te veel informatie uit willen halen, want dat biedt niet altijd toegevoegde waarde." "Wij hebben veel beter inzicht in waar de kosten zitten sinds we met Maconomy werken", aldus Tonino. Over de gebruikersinterface plaatsen de heren wel wat kritische berichten en Maconomy mag hun organisaties meer informeren over ontwikkelingen waar ze mee bezig zijn. "Wat dat betreft zou ik wel wat beter op de hoogte gehouden willen worden", zo vertelt Tonino. "Maar zo blijft er voor Maconomy ook het nodige te verbeteren over", zo besluit hij lachend. ■

De organisaties van de geïnterviewden

Tri-ennium

www.triennium.com
Triennium is uw partner voor real time oplossingen. We bieden u één loket, waar u terecht kunt voor al uw automatiseringsvraagstukken. Onze specialismen zijn:
• Integratie • Market Data • Business Intelligence • Kantoor Automatisering • Interactive
Doordat we deze vakgebieden met elkaar combineren, kunnen we multidisciplinaire teams creëren die u zo effectief en efficiënt mogelijk service verlenen. In alle opdrachten die wij uitvoeren, staat het resultaat voor de klant en het bedrijfsproces voorop. Samen met u werken we proactief en deskundig aan oplossingen. Ons succes ligt in die samenwerking. En natuurlijk hebben we ruime ervaring en kennis in de branches waarin onze klanten zich bevinden. Onze focus ligt in de woningcorporatie branche, bij zorginstellingen en in de financiële branche.

EMG

www.emg.nl
EMG is een internationaal marketingcommunicatie adviesbureau gespecialiseerd in B2B communicatie. Het ondersteunt grote en middelgrote industriële klanten bij het formuleren en uitvoeren van een effectieve communicatiestrategie. Daarbij is het onderhouden van contacten met de vakpers vaak het uitgangspunt – de laatste jaren in toenemende mate aangevuld met sociale en andere digitale media. EMG is vanaf de oprichting in 1991 een internationaal bedrijf met vele nationaliteiten. Sinds 2004 heeft EMG een eigen kantoor in Shanghai en inmiddels zijn er ook vestigingen in Beijing en Singapore. Dit beidt internationaal opererende bedrijven de mogelijkheid om met een gesprekspartner communicatieprogramma's op verschillende continenten uit te voeren.

VODW Marketing

www.vodw.com
VODW werkt uitsluitend aan die kant van ondernemingen waar omzet wordt gegenereerd. Voor onze opdrachtgevers realiseren wij duurzaam resultaat in de markt. Wat ons kenmerkt is: Involving consumers, Fresh thinking, Creating value and Involving consumers.
Alles begint bij de consument. Daarom betrekken we de klanten van onze opdrachtgevers nadrukkelijk in onze aanpak. Vaak trekken we letterlijk de organisatie van onze opdrachtgever in. Zo zijn we in staat echte consumer insights te verwerven, specifieke nieuwe of latente behoeften en wensen van de klant. Binnen elk is zowel analyse, creativiteit als pragmatische vertegenwoordiging om grensverleggende nieuwe concepten met een hoge haalbaarheid te realiseren. Met veel opdrachtgevers hebben wij een lange relatie. Bij elke opdracht zorgen wij ervoor dat onze opdrachtgever telkens beter presteert in de markt.

the valley

www.thevalley.nl
Met ons internetbureau realiseren wij marketing- en communicatie-doelstellingen door het bouwen van dynamische, interactieve relaties met mensen. Merken zullen in toenemende mate de behoefte hebben om naast een traditioneel reclamebureau een online bureau te hebben. Het is de ambitie van the valley om dit bureau te zijn. Bij the valley werken veel eigenwijze mensen. Van die mensen die overal een mening over hebben en die mening ook nog graag verkondigen. Gelukkig maar, want het is een van onze sterke punten. ■



maconomy
don't waste