

Weinig levensmiddelenfabrikanten in top 40-lijst van Synergie

# Tony's Chocolonely meest inspirerende foodmerk

CUIJK - Slechts enkele foodbedrijven prijken dit jaar op de Inspirerende 40, een lijst van veertig ondernemingen en merken die volgens Nederlandse consumenten het meest inspirerend zijn. De winnaar van 2016 - Tony's Chocolonely - viel acht plaatsen terug, maar is nog steeds de hoogst genoteerde foodspeler.

## Events | door Bart Manders

Jelmer van der Meulen van strategiebureau Synergie lichtte tijdens de inspiratiedag van netwerkorganisatie Focusplaza in het Ebben Inspyrium in Cuijk de uitslagen toe van de Inspirerende 40. Het onderzoek naar het inspirerende karakter van bedrijven en merken is uitgevoerd onder 1.992 Nederlandse consumenten en 1.190 businessprofessionals. Op initiatief van Synergie is dit onderzoek voor de zevende keer uitgevoerd. Volgens consumenten is Ikea de meest inspirerende organisatie, volgens businessprofessionals is dat Ted. De businessprofessionals zetten Tony's Chocolonely op de derde plaats.

## Verschuivingen

In de consumenten top 40 vonden enkele opvallende verschuivingen plaats ten opzichte van de lijst van 2016. Zo viel de winnaar van 2016 - Tony's Chocolonely - terug naar de achtste plaats, terwijl Apple (derde plek) en bol.com (vierde) tien plekken wonnen. Ben & Jerry's belandde als tweede foodmerk op de 21e plek bij consumenten. Een van de grootste stijgers was Philips.



Ariane Roos, directeur customer services & operations bij Philips Healthcare, en Jelmer van der Meulen verzorgden een gezamenlijke presentatie op de inspiratiedag.

Ariane Roos, directeur customer services & operations bij Philips Healthcare, vertelde op de inspiratiedag hoe Philips zich heeft ontpopt tot een inspirerend bedrijf in gezondheidstechnologie.

## Vier pijlers

Organisatiepsycholoog Van der Meulen ging in Cuijk in op vier belangrijke pijlers voor een 'inspirerende organisatie'. "Allereerst moet een organisatie een duidelijke visie hebben. Zij moet een goed perspectief bieden voor de wereld en niet slechts een alternatief voor een productcategorie. De tweede pijler is organisatie: een bedrijf moet in een voortdurende staat van bèta zijn. Dat betekent dat het een flexibele structuur heeft en constant vernieuwt. Het product is de derde pijler. Een bedrijf moet een verhaal vertellen met producten. Met zijn chocolade vertelt Tony's Chocolo-

nely bijvoorbeeld een verhaal over de weg naar slaafvrije chocolade. Een goede klantrelatie is de laatste pijler. Het creëren van een inspirerende organisatie is een mindset, een emotie die iedereen in het bedrijf moet hebben."

## Nano Supermarket

Ruim 160 Focusplaza-leden kwamen af op de inspiratiedag, die werd gepresenteerd door Frits Sissing. Zij lieten zich inspireren door sprekers, onder wie Focusplaza-directeur Gerrit Grievink, eigenaar Toon Ebben van Boomkwekerij Ebben en het Ebben Inspyrium en technoloog en filosoof Koert van Mensvoort. Van Mensvoort vertelde over de door hem bedachte Nano Supermarket, die speculatieve producten toont die de komende tien jaar mogelijk worden geïntroduceerd, zoals medicinale chocolade en programmeerbare wijn.

## De hei op, de bossen in



### COLUMN

In deze tijd van het jaar gaan we allemaal 'de hei op' of 'de bossen in'. We maken de nieuwe plannen voor het volgende jaar. Want het moet toch anders. We moeten nóg meer 'het verschil maken', onderscheidend vermogen creëren, iedereen weer eens lekker op scherp zetten.

Tenslotte viel de omzet niet tegen dit jaar, maar er had wel wat meer onder aan de streep over mogen blijven!

En als we terugkomen van de hei of het bos, willen we een SMART plan hebben, duidelijk voor iedereen en we geven iedereen KPI's en targets. En als we die allemaal halen het komende jaar, hebben we in 2018 het best year ever!

Tja... was het maar zo makkelijk, hè.

Graag wil ik u de volgende tips meegeven:

- Houd de sessie buiten de deur. Intern is er veel te veel afleiding en willen mensen 'toch nog even wat regelen, anders staat er een afdeling stil'
- Daarnaast wekt een locatie buitenshuis vaak wat meer creativiteit en inventiviteit op
- Telefoons laten we thuis, zodat er 100 procent focus is
- Zorg voor voldoende ruimte voor ontspanning, al is het maar een uurtje wandelen. Zo worden de koppen weer leeg voor het vervolg
- Na elke pauze een wrap-up van het afgesprokene en weer door
- Zorg voor heldere verslaglegging
- Leg alleen die zaken vast waar volledig commitment over is
- De plannen moeten cohesie hebben, ofwel goed op elkaar afgestemd zijn
- Ze moeten SMART gemaakt worden en (heel belangrijk) komend jaar elke maand geanalyseerd, besproken en eventueel bijgesteld worden. (Ik zie te veel plannen die één keer per jaar - als de finale afrekening verschijnt - uit de la komen)
- Zorg dat we van elkaar afhankelijk worden. Ofwel: het kan niet zo zijn dat er iemand binnen je team de KPI's makkelijk haalt ten koste van een ander. Nee, gezamenlijk gaan we ze halen, gezamenlijk gaan we ze niet halen. Dat zorgt voor een 'wij-gevoel'.

Als de heidesessie of bosdag goed verloopt, heeft dat een positieve impact op volgend jaar. Blijft het bij gebrabbel en vaagheden, weet dan dat dit de voorbode is van (weer) een jaar met mooie plannen, maar weinig resultaten.

Maak er iets moois van!

### Rob van Herpen

is eigenaar van CaminoR Advies B.V.

## Personalialia

Gert-Han Boersma verlaat Jumbo als unitmanager. Boersma maakt de overstap naar Vers bij Detailresult. Hij werkte vanaf 2007 bij C1000 en kwam door de overname bij Jumbo



Gert-Han Boersma.

terecht. Daar werd hij unitmanager. Bij Detailresult gaat Boersma samenwerken met de pas aangetreden commercieel directeur Edwin de Maa.



Guy Steffens.

Commercieel directeur van L'Oréal Consumentenproducten in Nederland, Guy Steffens, wordt per 1 januari general manager van L'Oréal Oostenrijk. Hij wordt verantwoordelijk voor de verkoop van alle consumentenproducten. Zijn huidige functie wordt ingevuld door Sander van Nes, die group accountmanager voor A.S. Watson bij L'Oréal is. Steffens heeft gewerkt in diverse salesfuncties bij L'Oréal, maar was tussentijds ook in dienst bij Douwe Egberts en Samsung.

Brigitte van der Burg is door franchisenemersverenigingen benoemd tot woordvoerder van franchisenemers. Van der Burg was tien jaar lang VVD Tweede Kamerlid en vijf jaar directeur van de Raad voor zelfstandig ondernemerschap. Ze adviseert bedrijven, brancheverenigingen en overheden



Brigitte van der Burg.

over onder andere ondernemerschap met haar bedrijf BritBurg Advies.

Sjaak Kranendonk vertrekt per 1 januari als algemeen directeur van Spar Holding BV. Kranendonk werkte de afgelopen negen jaar in

het directieteam. "Hij heeft de Spar getransformeerd van een traditionele groothandel tot een moderne retailer met een eigen plaats in de Nederlandse foodretailwereld", aldus Saskia van Walsum, voorzitter van de raad van commissarissen.



Sjaak Kranendonk.