



Concurrentie

Steeds meer non profit organisaties merken dat hun werkterrein een markt wordt. Zij krijgen te maken met mondige doelgroepen met een toenemende keuzevrijheid, de komst van nieuwe (commerciële) aanbieders en inkomsten die afhankelijk worden van het gebruik dat de doelgroep maakt van aangeboden diensten. En omdat de doelgroep kan kiezen uit meerdere aanbieders worden collega's meer en meer tot concurrenten. De hoogste tijd om uzelf de vraag te stellen wat u in huis hebt om te concurreren: Er zijn 4 benaderingen. Een korte typering.

Als *kostenleider* kiest u voor een lage verkoopprijs en koopgemak (dicht bij huis, handige openingstijden) bij een redelijke tot goede kwaliteit. Uw klant is goedkoop uit, het kost weinig moeite om tot aanschaf over te gaan en de kwaliteit kan door de beugel.

Belangrijkste voorwaarde: uw klant betaalt zelf de rekening.

Motto: '*Makkelijk en goedkoop*'.

U kunt er ook voor kiezen uit te blinken in de *kwaliteit* van de dienstverlening. U bent de beste op uw vakgebied! Uw klanten kunnen nergens beter terecht (ook al zijn zij mogelijk wat duurder uit).

Belangrijkste voorwaarde: uw klant herkent en waardeert kwaliteit.

Motto: '*Altijd toonaangevend in kwaliteit*'.

Wanneer u wilt concurreren op *de kwaliteit van de relatie* die u met uw klanten opbouwt, dan is de klant het uitgangspunt van uw doen en laten. Niemand doet zoveel moeite om de klant te begrijpen. Geen andere aanbieder levert maatwerk zoals u dat doet.

Belangrijkste voorwaarden: uw klant zoekt maatwerk en u beschikt over de mogelijkheden om dat te leveren.

Motto: '*Voor u en met u*'

Het creëren van *synergie door partnerships* is de vierde benadering. Door de samenwerking te zoeken met andere aanbieders vergroot u uw mogelijkheden en versterkt zo uw positie.

Hiervan is sprake bij strategische samenwerking of schaalvergroting door fusie. Uw doelgroep kan nauwelijks nog om u heen en u kunt voordelen bieden waartoe u alleen nooit in staat was.

Belangrijkste voorwaarden: U en uw partners zien elkaar als gelijkwaardige partijen met gezamenlijke belangen. Uw gecombineerde kracht kan worden vertaald naar zichtbare voordelen voor de klant.

Motto: '*Samen sterk voor u*'.