



POSITIONEREN IN DE MARKT ALS ELEKTRONICA ONTWIKKELAAR

LEMMERSESSIE 2014

FHI DEVELOPMENT CLUB

13 JUNI 2014

HANS ALBERTS – MONARCH PARTNERS BV

INHOUD

1. INTRODUCTIE MONARCH PARTNERS BV
2. DILEMMA'S
3. MARKTBEWERKINGSMODELLEN
4. SAMENWERKEN EN KENNIS BORGEN
5. POSITIONERING
6. DE CASE FONCKEL
7. VERDIENMODELLEN



INTRODUCTIE MONARCH PARTNERS BV

- ANDERS DENKEN, ANDERS DOEN: BUSINESS DEVELOPMENT EN HERSTRUCTURERINGEN
- ORGANISEREN GELD
- GESTART IN 2009
- 5 PROFESSIONALS, COMPLEMENTAIR
- BREED NETWERK
- HONDERDEN BEDRIJVEN BIJGESTAAN IN VERSCHILLENDE FASEN VAN HUN BESTAAN
- STREETWISE

DILEMMA'S

1. TECHNOLOGY PUSH VS MARKET PULL
2. BESCHIKBAARHEID GELD, WEINIG GELD VOOR MKB, NOG LASTIGER VOOR INNOVATIES
3. ORGANISATIE BORGEN VS ZAKELIJKE KANSEN
4. SCHAALBAARHEID: WAT IS DE KANS OP EEN RELEVANTE ONTWIKKELING?

MARKTBEWERKINGSMODEL LEN

1. OPERATIONAL EXCELLENCE

- lage kosten – Total cost of ownership
- hoge betrouwbaarheid
- beperkt assortiment (Aldi)

2. CUSTOMER INTIMACY

- dichtbij de klant
- optimale dienstverlening
- integrale klantsystemen (Hilton)

3. PRODUCT LEADERSHIP

- vernieuwend product
- snelle ontwikkeling – time to market
- superieur merk (Apple)

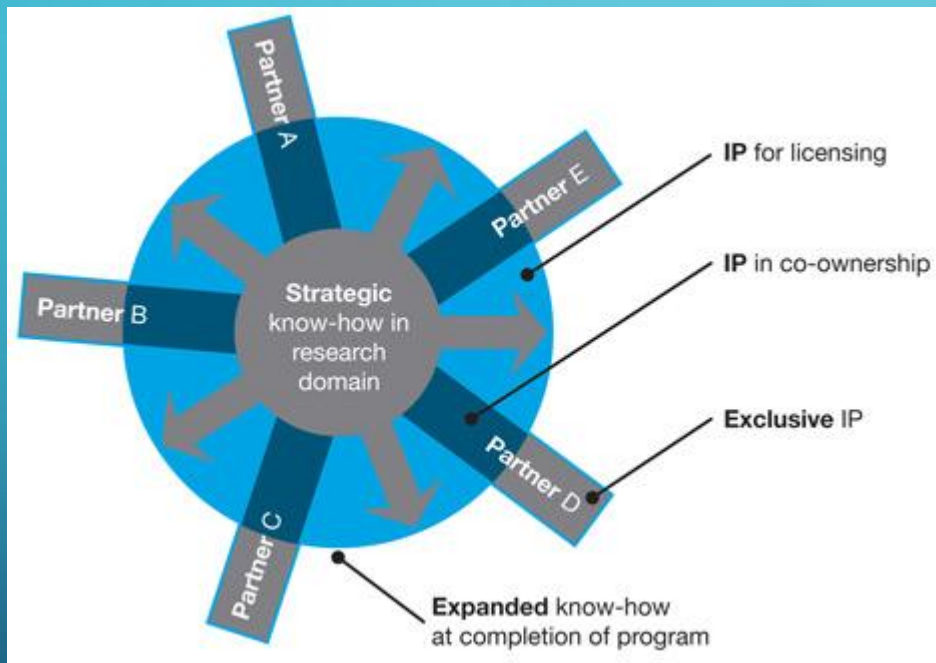
PRODUCTLEIDERSCHAP!



VOORWAARDEN

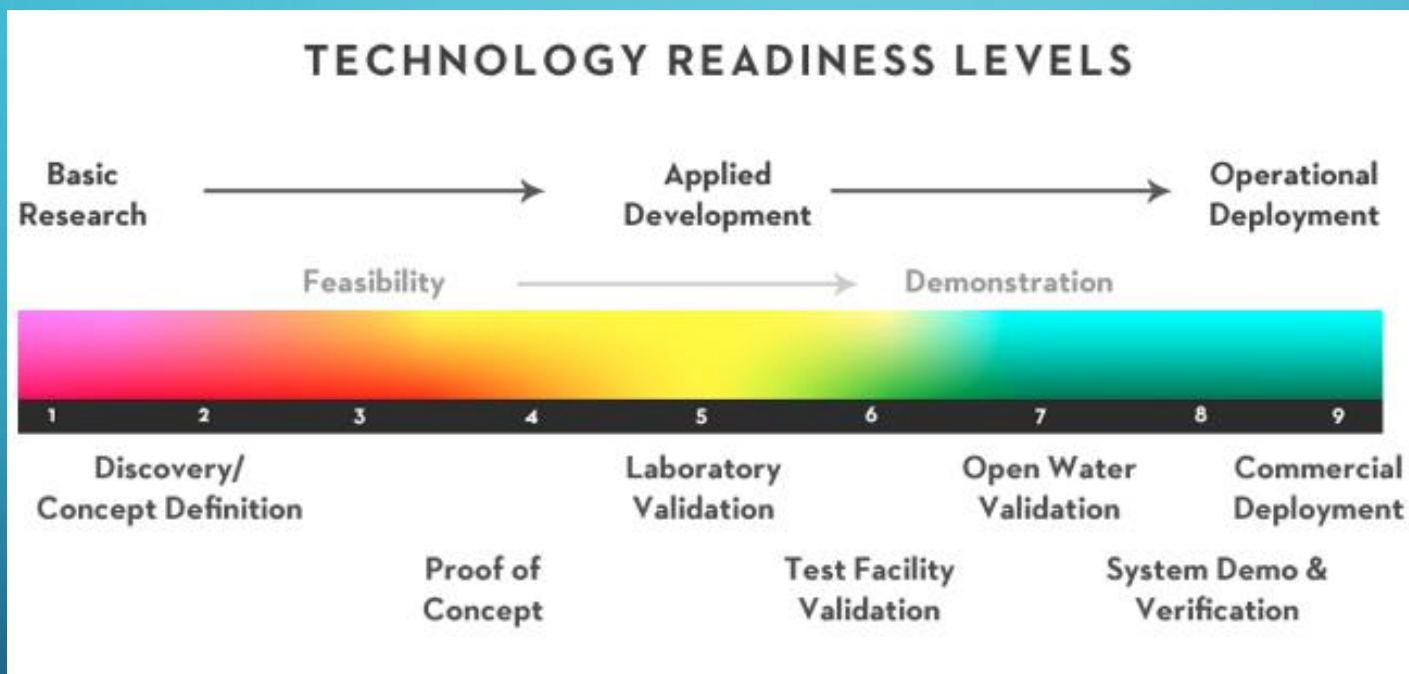
1. VERNIEUWEND PRODUCT
2. SNELLE ONTWIKKELING – TIME TO MARKET
3. SUPERIEUR MERK ← DE UITDAGING

SAMENWERKEN EN KENNIS BORGEN

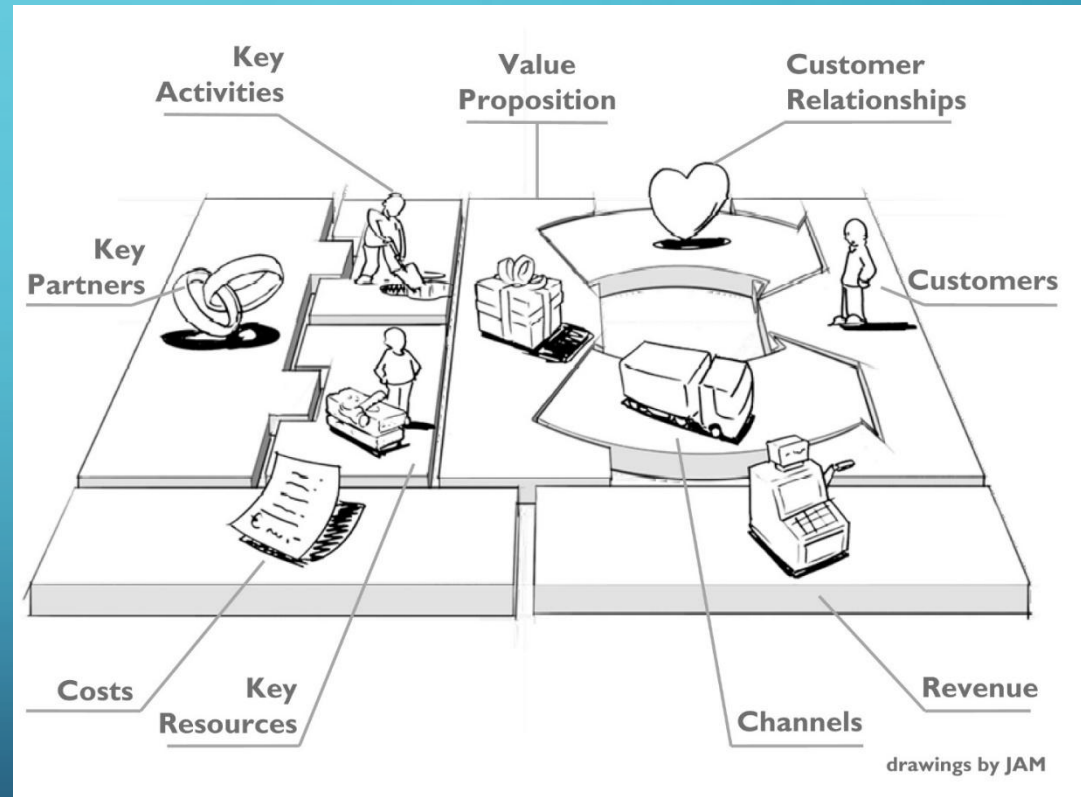


BRON: HOLST CENTRE

POSITIONERING



DE CASE FONCKEL



VERDIENMODELLEN

1. SERVICE
2. PROJECTEN
3. PRODUCTIE – LICENTIES



MET MONARCH NAAR DE MARKT

TEKEN NU IN VOOR ONZE 'BOILERROOM-
SESSIE'!

EUROPALAAN 8 - 5232 BC - DEN BOSCH - HANS.ALBERTS@MONARCHPARTNERS.NL -
WWW.MONARCHPARTNERS.NL - 06-53540001