

Column

Het nieuws vandaag: Turbulente tijden

(Of: Hoe als marketing en techniek met elkaar te communiceren?)

Hoe leest U de krant? Zoekt u naar de positieve berichten of laat u zich leiden door een negatieve teneur?

Met de turbulente berichtgeving vandaag is beide mogelijk. Je kunt lezen dat in Amerika weer (een kleine) groei in de economie zit, maar even makkelijk lees je over nog te verwachten ontslagen.

De manier waarop je nieuws tot je neemt verschilt van persoon tot persoon. Aan de twee kanten van het spectrum staan een 'grenzeloos optimisme' tegenover een 'diep pessimisme'. Afhankelijk van onze persoonlijke aard en instelling zullen we ons ergens tussen deze twee uitersten bevinden.

Hoewel de meesten van ons zich wel ergens in het midden begeven is er toch een opmerkelijk verschijnsel dat ik hier voor het voetlicht wil brengen.

De communicatie tussen technici en marketeers.

Een techneut (vergeef me de uitdrukking) is snel geneigd grenzen van het (technisch) haalbare aan te geven. Veel kan technisch gerealiseerd worden, maar het onmogelijke kan niet gevraagd worden.

Technici geven graag duidelijk aan wat wel, maar vooral ook wat niet mogelijk is. Of, als het dan toch beslist moet, hoe moeilijk dit dan wel niet is! Maar uiteindelijk zien ze dan toch kans dat te realiseren!

Een marketeer, voor vele technici equivalent aan een louche verkoper, kijkt juist naar de kansen en mogelijkheden die zich voordoen. Ze wil niets weten van beperkingen of onmogelijkheden.

Men zoekt voortdurend de grenzen op. Markten en Euro's lokken!

Zet twee van deze lieden in een kamer en kijk wat er gebeurt.

M: Als we nu 'A' van ons product aanpassen kunnen we in één klap ons marktaandeel verdubbelen....

T: Ja, dat kan wel, maar weet je wel wat de gevolgen voor 'B' en 'C' zijn? Ik durf er niet aan te denken....

Herkent u dit?

In wezen lezen ze dezelfde krant, beiden hebben toegang tot dezelfde informatie. Beiden bekijken het echter vanuit duidelijk verschillende richtingen.

Bij het lezen van de krant is de waarheid in de nuances te vinden. Ja, er is weer groei, maar we zitten in een dal. Voor de Positivo's: We gaan weer groeien! Voor de Realo's: Er is nog veel te doen!

Aan welke kant van deze wip wilt u zitten? Positivo of Realo? Wat geeft het prettigste gevoel?

Voor beiden is de situatie gelijk, er verandert niets aan de feiten maar wel aan de instelling en stemming die we aannemen.

Terug naar onze techneut en marketing communicatie.

Hier speelt zich iets dergelijks af. Onze marketeer ziet een kans de omzet te vergroten (uit het dal te kruipen). Onze techneut denkt direct aan de problemen die opgelost moeten worden om het product naar de wensen van de marketeer aan te passen (het werk en de kosten die daar mee gemoeid zijn).

Voor beiden is de situatie gelijk: dalende verkopen en teruglopende winsten. De marketeer kijkt naar de mogelijkheden, omzetvergroting. De techneut kijkt naar de problemen, ziet de extra kosten en nieuwe risico's. Toch streven ze het zelfde doel na, meer omzet, meer winst, meer producten!

Zodra beiden zich hiervan bewust worden kunnen ze goed met elkaar praten en met een gezamenlijke aanpak scoren!

Jan W. Veltman

Technology- & Business Development

jan.w.veltman@commint.nl

