

ENDORSEMENT: een zakenvriendje voor het leven?

WIE HAD NOU OOIIT GEDACHT DAT BUSINESS ZO ROMANTISCH KAN ZIJN?

Wat is een endorsement. Harro Willemsen en Sylvie van Tilburg onderzoeken alle aspecten van het endorsement en zetten de definitie hiervan op scherp. Romantisch wordt het zeker!

WAT IS EEN ENDORSEMENT?

Een endorsement is een zakelijke vriendschapsverklaring gebaseerd op de positieve ervaring of indruk die beide partijen met/van elkaar hebben. Dit is duidelijk zichtbaar gemaakt door een uitgebreid en doordacht referentieverhaal, het delen van elkaars values en het laten zien van elkaars logo. Men geeft aan welke positieve ervaringen men heeft met die andere partij en geeft daarbij ook een hartelijke aanbeveling. Men staat dan ook echt garant voor elkaar.

ENDORSEMENT:
SCHRIFTELIJKE GARANTIE/STEUN MET
GEDEELDE VALUES EN ELKAARS LOGO: – ALS EEN
TROUWAKTE, EEN BELOFTE EN EEN GOUDEN RING

Het geven van referrals en testimonials is in zakelijk Nederland al heel gewoon geworden, dit in tegenstelling tot het geven of krijgen van een 'endorsement'. De referral geeft u als u die betrouwbare bekende doorverwijst als gunst. De testimonial is het eenmalige bewijs van klanttevredenheid achteraf. Bij een endorsement geeft men elkaar publiekelijk steun op een veel langere termijn. Er is dan sprake van een zeer positieve wisselwerking!

WANNEER ENDORSEN?

Iedere marktpartij die een meerwaarde ziet om aan te bevelen en aanbevolen te worden door een zakenrelatie kan kiezen om een endorsement aan te gaan. Dit kunnen leveranciers zijn van kogel-lagers en van smeerolie die elkaar aanbevelen om beide producten te gebruiken. Of een advocatenkantoor en accountancykantoor welke elkaar aanvullen bij opdrachten van klanten die beide expertises gebruiken. Maar ook de vormgever en websitebouwer, de stukadoor en het timmerbedrijf of reclamebureau en drukkerij. Zolang ze zichzelf herkennen in elkaars manier van zaken doen, goed en vaak samenwerken en daarbij elkaar versterken is een endorsement maken voor elkaar een uitstekend plan.

Echter, het zich sterk willen maken voor een andere zakelijke partij en daarbij een kwaliteitscommittent durven aan te gaan komt



niet zomaar tot stand. Het begint vaak als twee partijen of personen met elkaar zaken hebben gedaan of hebben samengewerkt bij een gezamenlijk project en hierbij is een 'klik' ontstaan. Een herkenning dat men op eenzelfde manier zaken doet, elkaars business perfect aanvult en dezelfde zakelijke values deelt. Dit leidt automatisch tot de behoefte om vaker zaken te doen of met elkaar samen te werken. Dit kan uiteindelijk uitmonden in het geven van een endorsement: een officiële verklaring dat men garant wil staan voor elkaars kwaliteit, werkwijze, waarden en visie.

WELK TYPE ENDORSEMENTS?

CELEB ENDORSEMENT

Het endorsement wordt onder andere gebruikt als beroemdheden in televisiecommercials hun goedkeuring uitspreken voor een keukenmachine, fitnessapparaat of ander TellSell-achtig product. Niet gek dus dat zo een endorsement in een 'infomercial' nogal nep en overdreven overkomt. Het is dan ook een 'Celeb endorsement'. Donald Trump zet zijn bekende naam veelvuldig in als onderdeel van zijn 'personal branding'; op zijn gebouwen prijkt de naam Trump en een van de producten die hij endorst zijn biefstukken: de zogenaamde Trump Steaks!

VOORBEELD CELEBRITY ENDORSEMENT

Een celeb endorsement wordt ingezet in de politiek in de USA, maar dit ziet men nog niet in Nederland.

Kunnen wij nog nuttige lessen leren van het mediageweld in de Amerikaanse politiek? Bij de Amerikaanse verkiezingen draaide het om het verkrijgen van zoveel mogelijk stemmen van mensen. Daarbij maakten de politieke kandidaten graag gebruik van de steun van belangrijke beroemdheden. Of het nu om filmsterren, schrijvers of tv-persoonlijkheden ging, zowel de democratische als republikeinse politici vochten om de steun van deze Amerikaanse 'celebrities'. Wat zij namelijk van hen wilden hebben was een endorsement!

Eva Longoria Parker steunt Hillary Clinton in de verkiezingsstrijd. De actrice vergezelde Clinton tijdens een bijeenkomst in Austin, Texas. Bron foto: ANP



DEALERSHIP ENDORSEMENT

Binnen zakelijke netwerken is een endorsement alles behalve nep en overdreven, want een endorsement opbouwen is het serieuze werk! Het ondersteunen van elkaars merk/producten heeft grote toekomst om toegevoegde waarde te creëren voor elkaars diensten. Op het billboard pal voor de ingang van Schiphol Airport prijkt in vol ornaat het endorsement van Nuon en Mac Donalds (red. 22 oktober 2008), en Hitachi bedankte Nuon voor de samenwerking in Elsevier (red. nr. 43, 2008). Hier is het endorsement ingezet als een effectieve advertentie- en marketingtool.

HARDWARE/SOFTWARE ENDORSEMENT

Binnen de IT-wereld zijn producten sterk afhankelijk van elkaar. Geen wonder dat er veel ge-endorsed wordt in het aanbod om hardware/software producten af te nemen.

ONLINE ENDORSEMENT

Ook bij online netwerken zoals LinkedIn kan je een endorsement maken voor een zakelijke relatie in je netwerk. Maar de wervende

tekst die je hier kan maken voor elkaar is eigenlijk geen endorsement, maar een testimonial.

“Het is net als met gewone relaties in het leven. U kunt iemand aardig vinden en elkaar helpen (referral), u kunt uw positieve ervaringen op papier zetten, een soort liefdesbrief (testimonial), en als u het echt super met elkaar kunt vinden en erg goed bij elkaar past, wordt het net een huwelijk! (endorsement).”

CHECKLIST OM EEN GOEDE ENDORSEMENT TE MAKEN:

- ✓ Vooronderzoek naar values, klantbenadering, commitment, juridische afbakening
- ✓ Het is helder welke waarden men deelt
- ✓ Er is een bepaalde levensduur - en voor langere termijn
- ✓ Bedrijven passen bij elkaar in branche of type klant
- ✓ Dekking is rond, geen concurrenten die kunnen inbreken
- ✓ Er is sprake van synergie 1+1=3 (het levert elkaar meer op dan alleen)
- ✓ Verhaal waarin de rol van beide partijen staat omschreven
- ✓ De logo's van beide bedrijven met links naar de websites
- ✓ Een omschrijving van de meerwaarde van het samenwerken
- ✓ Een referentielijst of voorbeeld van gezamenlijk uitgevoerd project

PRO'S EN CONTRA'S

Het inzetten van een endorsement geeft voordelen, maar brengt ook enkele risico's met zich mee:

PRO'S

- Elkaars markt en branche kunnen worden gedeeld met een goede endorsement, omdat men hierdoor toegang geeft naar elkaars zakelijke netwerken
- De kans om de cross-selling in te zetten voor elkaars' producten of diensten
- Een endorsement geeft potentiële klanten een positieve bevestiging met de juiste partijen te gaan werken
- Als in de externe communicatie endorsements worden opgenomen, profiteert men van elkaars marketinginspanningen en deelt men de advertentiekosten

CONTRA'S

- Als de andere partij haar beloften niet waarmaakt, kan dit een negatieve uitstraling hebben naar de eigen business
- Als potentiële klanten geen positieve associaties hebben met partijen die je aanbeveelt, kan dit new business in de weg staan
- Teveel committeren aan een andere partij kan restricties met zich meebrengen, welke markten wel of niet betreden kunnen worden

VOORBEELD ENDORSEMENT

Hieronder staat een voorbeeld van een endorsement van het wervings- en selectiebureau SalesFind voor het bedrijf PowerTraining, dat salestrainingen verzorgt.



Wij werken al meerdere jaren samen met PowerTraining op het gebied van het ontwikkelen van verkooptalent. Waar wij als SalesFind het schaarse toptalent weten te vinden, ontwikkelt het versterkt PowerTraining de attitude en vaardigheden van deze toppers nog verder. Wij hebben in talloze projecten samengewerkt voor grote internationale opdrachtgevers, waarbij wij als team zijn opgetrokken. Onze gezamenlijke opdrachtgevers hebben gemerkt dat wij een eenduidige aanpak leveren: duidelijke afspraken vooraf, geen concessies aan de kwaliteit, flexibiliteit en maatwerk voor iedere functie. Het talent wat wij als SalesFind werven en selecteren, wordt door een intensief trainingsprogramma van PowerTraining klaargestoomd voor een internationale topsalesfunctie. Het talent wat wij voor onze opdrachtgevers hebben geworven en getraind verkochten in hun eerste jaar al gemiddeld 200% meer dan hun collega's verkopers.

Hans van Zoomeren
Directeur SalesFind
www.salesfind.nl/salestoppers
www.power-training.nl/salestoppers

"In een endorsement vertel je waar de overlap tussen beide partijen zit, bijvoorbeeld de gedeelde waarden en visie. Partijen die een endorsement inzetten zullen in de praktijk veel met elkaar samen werken, participeren in projecten en linken actief naar elkaar."

BUSINESS BABIES

Soms gaan bedrijven zo intensief samenwerken dat je niet meer kunt spreken over een endorsement. Dan wordt de samenwerking er een van co-creators, business partnership, alliantie of joint-venture. Hieruit komen vaak innovatieve producten die beter aansluiten bij de wens van de veeleisende lifestyle consument. Een voorbeeld is de Senseo koffiemaker van Philips en Sara Lee (Douwe egberts) en valt dan ook niet meer onder een endorsement. Designers storten zich momenteel op auto's en fietsen. Diesel heeft de Fiat 500 vorm gegeven en Versace gaat de Lancia Ypsilon helemaal pimpen in een bronzen kleur, inclusief de bumpers. Het logo van Versace komt op het dak. En mocht u nog een bijzondere fiets voor over de Amsterdamse grachten zoeken, dan is een heuse Chanel of Nederlands design van 'wicked wheels' een mooie optie!

Voor een terugblik op deze onderwerpen kunt u de nummers 3-6-9 van Salesexpert raadplegen. Ook is het mogelijk om vanaf voorjaar 2009 een handig boekje van Harro en Sylvie te bestellen via Salesexpert. Vol met superzoete tips en hoe vervelende uitglijdert te voorkomen tijdens het aanbevelen van relaties.

Harro Willemsen
www.presentpresents.com
Sylvie van Tilburg
www.incompanytrainer.com

