

ID-Scan De business insights tool

Waardevol startpunt voor jouw adviestraject

ID-Scan: de business insights tool

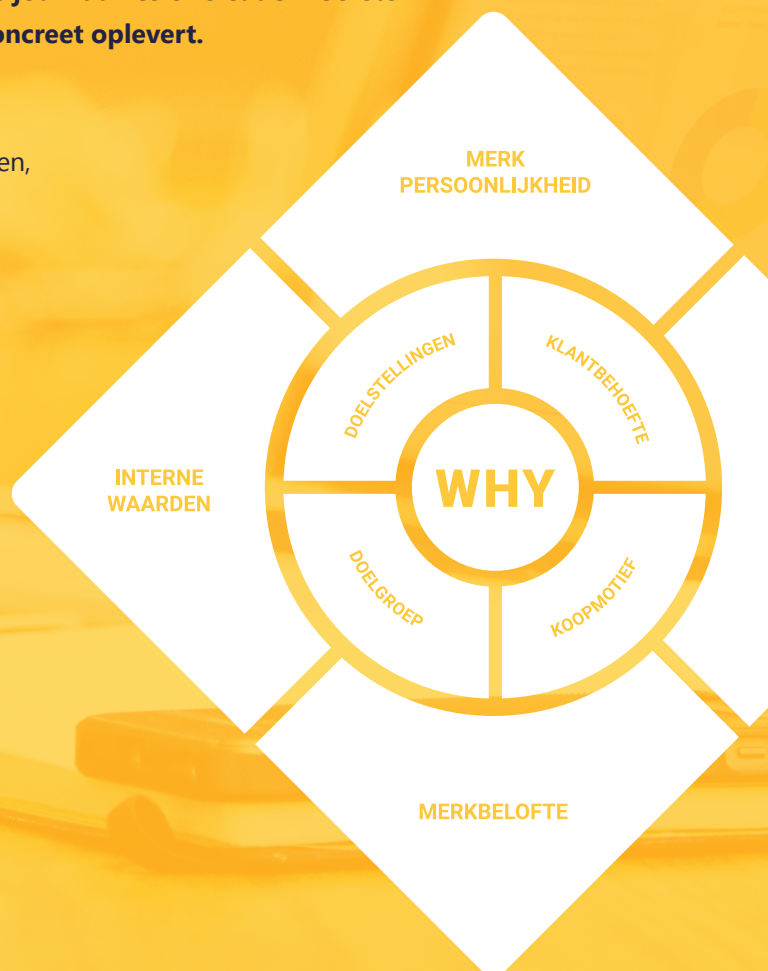
Waardevol startpunt voor jouw adviestraject

Vanuit je onderbuikgevoel is het lastig om een verandertraject te starten, een merkpositionering te ontwikkelen of een duurzaamheidsstrategie te bepalen. Met de ID-Scan haal je met weinig inspanning waardevolle inzichten uit een bedrijf. Zo beschik je over een stevig fundament waarop je jouw advies of creatief voorstel kunt baseren. Lees hoe het werkt en wat het jou concreet oplevert.

Vanuit welke vakdiscipline je ook werkt aan het creëren van verandering en groei voor ondernemers en bedrijven, je hebt altijd een duidelijk vertrekpunt nodig. Een nulmeting die helder maakt waar jouw klant op dat moment staat.

Het Business Identity Canvas™ (BIC) is daarvoor een bewezen methodiek, gebaseerd op het baanbrekende werk van o.a. Simon Sinek en Carl Jung.

Met een diepgaande ID-Scan die aan de hand van het BIC is ontwikkeld, doorgrond je de identiteit van een organisatie. De inzichten die dat oplevert zijn helder en concreet bruikbaar.



Voorbeeld van een ID-Scan >



3 perspectieven op 1 onderneming

De ID-Scan is een analysetool waarbij een 360 graden scan wordt gemaakt. Dat betekent dat een organisatie volledig 'rondom' wordt geanalyseerd vanuit 3 perspectieven:

- › **Eigenaar / directie / management**
- › **Medewerkers**
- › **Externe relaties (bijv. klanten en leveranciers)**

De resultaten uit de ID-Scan geven jou belangrijke aanknopingspunten. Je krijgt bijvoorbeeld inzicht in welke waarden of cultuuraspecten directie en medewerkers belangrijk vinden. En of externe relaties dat ook herkennen. Tegelijkertijd leer je uit de scan welke positieve punten binnen een bedrijf verder uitgebouwd kunnen worden.

De ID-Scan voer je uit aan het begin van je adviestraject. Na bijvoorbeeld 2 jaar kun je de scan nog een keer uitvoeren om te kijken wat het effect is geweest van jouw advies. Of sneller, als een ingrijpende verandering zoals een fusie, overname of directiewissel daar om vraagt.

Zo genereer je nieuwe contactmomenten en bouw je aan een langetermijnrelatie met jouw opdrachtgever. In het verlengde daarvan liggen er mogelijk voor jou nieuwe businesskansen.

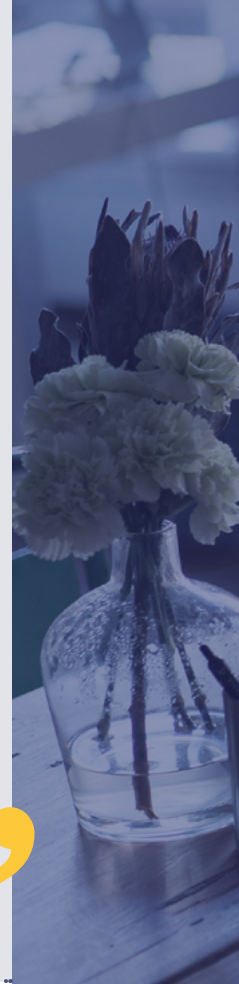


EXTERNE
WAARDEN

Voor wie is de ID-Scan bedoeld?

De scan is ontwikkeld voor iedere consultant, adviseur, strateeg of creatief die zijn klantadvies wil baseren op gedegen inzichten in het hart en de ziel van een onderneming.

De toepasbaarheid van de ID-Scan is breed en brancheonafhankelijk. Voeg je deze methodiek toe aan jouw adviestraject, dan vergroot je daarmee bovendien je onderscheidend vermogen ten opzichte van je concurrenten.



Waarvoor zet je de ID-Scan in?

De ID-Scan heeft zijn waarde in de praktijk bewezen en kan breed ingezet worden.

- 🔹 Het verkrijgen van inzicht in strategie- en beleidsvorming.
- 🔹 Het begeleiden van cultuurveranderingen binnen organisaties.
- 🔹 Leiderschapstrajecten.
- 🔹 Het ontwikkelen van strategieën voor structurele groei.
- 🔹 Het bepalen van een merkidentiteit- en/of positionering.
- 🔹 Het realiseren van imagoverbeteringen.
- 🔹 Het ontwikkelen van creatieve concepten (o.a. interieur).
- 🔹 Het ontwikkelen van een duurzaamheidsstrategie.
- 🔹 Employer branding.
- 🔹 Fusie- en overnametrajecten.

Wat wordt bevraagd in de ID-Scan?

Het Business Identity Canvas™ is het resultaat van jarenlange expertise op het gebied van ondernemerschap en merkontwikkeling, aangevuld met een aantal wereldwijd beproefde methodes. Het canvas bestaat uit 9 bouwstenen (zie pagina 2) die de basis vormen van de ID-Scan.

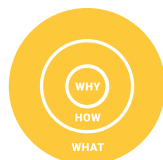
Deze onderdelen moet je zien als puzzelstukken die je samenlegt om de identiteit van een bedrijf te ontdekken. De identiteit is het fundament waarop ieder bedrijf zijn strategische keuzes maakt.

De vragen die in de ID-Scan worden gesteld, geven je uiteindelijk inzicht in:

- Why How What: waarom doe je het, hoe doe je het en wat doe je?
- Doelstellingen van het bedrijf: waar werk je concreet naartoe?
- Doelgroepen van het bedrijf: wie is je ideale klant?
- Klantbehoeften: welke behoeften vervul je met je product/dienst?
- Koopmotieven: waarom koopt een klant jouw product/dienst?
- Merkpersoonlijkheid (archetypes): welk karakter heeft jouw merk?
- Interne waarden: wat vind je belangrijk binnen je organisatie?
- Externe waarden: hoe word je herkend door je klant?
- Merkbeloofte: wat beloof je aan je klant en maak je ook waar?



BIC



Why How what



Archetypes



SDGs

Naast The Golden Circle (Why How What) van Simon Sinek en de 12 Archetypes van Carl Jung wordt er in de ID-Scan stilgestaan bij de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties. Aan de hand van die doelen worden de duurzaamheidsambities in kaart gebracht. Een must voor ieder bedrijf dat betekenisvol wil ondernemen.

Zo verloopt het proces

Maak je als licentiepartner exclusief gebruik van het BIC, dan worden bij elke nieuwe ID-Scan de volgende stappen gezet:

1

ID-Scan

In een beveiligde omgeving in de cloud worden de ID-Scans voor de afgesproken doelgroepen (directie, medewerkers, externe relaties) voorbereid en gereedgezet.

2

E-mail

Je ontvangt de links naar de ID-Scans. Deze kun je per e-mail aanbieden aan jouw klant. Bij de links ontvang je een tekst voor een begeleidende mail en een tekst voor een remindermail.

Voordelen van het BIC

- › **Bewezen methodiek: volledig doorontwikkeld.**
- › **Gratis ID-Quickscan als laagdrempelige acquisitietool.**
- › **Tijdsbesparend: de klant doet zelf het werk.**
- › **360 graden scan vanuit 3 perspectieven.**
- › **Database in beveiligde cloudomgeving.**
- › **In Nederlands of Engels beschikbaar.**
- › **Uitgebreide rapportage.**
- › **Ruimte voor eigen logo.**
- › **Gebruiksvriendelijk.**

Voorbeeld van de rapportage >



3 Bevestiging

Het volledige proces is geautomatiseerd. Personen die de scan hebben ingevuld krijgen automatisch een bevestiging.

4 Analyse & rapportage

Alle antwoorden uit de ingevulde scans worden verzameld in een database. Ze worden geanalyseerd en verwerkt in een rapportage. Deze krijg je als partner per e-mail toegestuurd. De rapportage is opgemaakt in BIC-stijl met toevoeging van jouw bedrijfslogo.

Ook partner worden van BIC Institute

In de afgelopen jaren hebben al diverse bedrijven de ID-Scan met succes ingezet voor hun klanten. Wil je ook kennismaken en vrijblijvend ervaren wat deze scan toevoegt aan jouw dienstverlening?

Neem dan contact op met Frank Cuijpers: t. 06 - 308 486 92

Gratis ID-Quickscan

Word je partner van het BIC Institute, dan kun je bedrijven een gratis ID-Quickscan aanbieden. Dit is een verkorte versie van de uitgebreide ID-Scan. Maximaal 5 personen binnen één bedrijf kunnen de ID-Quickscan invullen.

De resultaten worden gepresenteerd in een beknopte rapportage. Deze gratis scan is een sterke, laagdrempelige acquisitietool die je kunt opnemen op je eigen website en/of social media kanalen.





Contactgegevens

BIC Institute
www.bic-institute.com
mail@frankcuijpers.nl
T. 06-308 486 92

BIC en merkgestuurd ondernemen

Het Business Identity Canvas™ is door BIC Institute ontwikkeld als solide basis voor merkgestuurd ondernemen. De gedachte daarachter: wil je verandering en positieve groei teweegbrengen, dan moet je op het hoogste niveau binnen een organisatie starten.

Dat hoogste niveau is de identiteit van een bedrijf. Krijg je die helder en stel je het merk centraal bij alles wat je doet, dan maak je betere keuzes. En komt die gewenste groei sneller in zicht dan je misschien denkt.

© Copyright 2020

BIC Institute is een handelsnaam van DeltaZuid BV

Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd of openbaar worden gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van DeltaZuid BV.