

CONCLUSION CORPORATE & PUBLIC COMMUNICATION

Conclusion Corporate & Public Communication

Bij Conclusion Corporate & Public Communication (CCPC) werken 35 consultants op het gebied van omgevings-, verander- en projectcommunicatie.

Het verlangen

"Bij CCPC vinden we het belangrijk dat er goede afspraken worden gemaakt over acquisitie. We verwachten dat onze consultants koopsignalen zien, gesprekken aanknopen met potentiële klanten en zo tot nieuwe opdrachten komen. Maar het is wel belangrijk dat zij hier allemaal volledig achter staan."



Tom Kolsters



Sjoerd Barnhoorn



Tom Kolsters, communicatie consultant CCPC

"Voor de Boost-workshop van Dreamfactory leefde bij mij het idee dat sales 'smerig' is. Ik dacht aan van die verkopers die hun voet tussen je deur zetten en je iets aansmeren. De workshop heeft mijn beeld bijgesteld van wat nu precies sales is. Het gaat namelijk veel meer om het authentieke contact met de ander (oftewel het 'gunnen') en de lange termijn. Een vriend van mij doet het goed met zijn bedrijf. Dit kan

een lead zijn voor CCPC. Door workshop heb ik geleerd dat het veel belangrijker is om weer eens contact met die vriend op te nemen en te vragen hoe het met hem gaat. Misschien komt daar in de toekomst wat uit, maar in eerste instantie is het vooral belangrijk dat ik vanuit onze vriendschap en mijn netwerk het contact onderhoud. Misschien gunt hij mij en CCPC in de toekomst dan wel een opdracht."

Sjoerd Barnhoorn, managing consultant CCPC

"Dankzij de Boost-workshop van Dreamfactory hebben wij een tactiek ingevoerd genaamd 'zaaien en oogsten'. Dit houdt in dat elke consultant zeven leuke mensen belt – dit mogen opdrachtgevers, oud-collega's of zakelijke kennissen zijn – en daar twee keer per jaar mee afspreekt. Doordat de consultants alleen maar leuke mensen bellen, valt de schroom weg.

Deze personen vinden het op hun beurt weer fijn dat een consultant de moeite neemt om contact op te nemen (het 'zaaien'). Wij verwachten dat daarop de lange termijn iets uitkomt (het 'oogsten'). We hebben 20 consultants die 7 mensen twee keer per jaar spreken. Dat zijn 140 potentiële opdrachten!"