

Thema en programma

In het najaar 2010 vervolgt Leuven.Inc, in samenwerking met het Innovatiecentrum Vlaams-Brabant en K.U.Leuven R&D, de cyclus “**Management van Innovatieve Groeibedrijven**”. De verschillende sessies behandelen onderwerpen omtrent het beheren en beheersen van groei binnen innovatieve groeibedrijven die een duurzame concurrentiepositie willen uitbouwen. De sprekers verschaffen nieuwe inzichten in de problemen waarmee deze ondernemingen tijdens hun groeifase worden geconfronteerd en geven tevens aan hoe hiermee om te gaan. Deze reeks richt zich eveneens tot autonome business units binnen grotere bedrijven.

Binnen deze cyclus worden in het **najaar 2010 drie sessies** georganiseerd rond ‘**Marktgericht denken: partnerships, marktstrategieën en productintroducties**’. Vanuit dit overkoepelend thema wordt tijdens de sessies afzonderlijk ingegaan op technologische, commerciële en operationele aspecten.

Praktische informatie en inschrijvingsmodaliteiten

Data:

- Sessie 1: Markt en partnerships
Donderdag 21 oktober 2010 (16u-19u)
- Sessie 2: Lead users / lead customers en marktstrategieën
Dinsdag 23 november 2010 (16u-19u)
- Sessie 3: Nieuwe productintroducties en after-sales
Donderdag 9 december 2010 (16u-19u)

Locatie:

Innovatie- en Incubatiecentrum, Kapeldreef 60, 3001 LEUVEN (Heverlee)

Deelnameprijs per sessie:

150 euro (excl. BTW) voor leden Leuven.Inc - **180 euro** (excl. BTW) voor alle anderen
In deze prijs zijn koffie, snacks en de documentatiemap inbegrepen.

Dit programma komt in aanmerking voor -50% korting via KMO-portefeuille (zie inschrijvingsformulier)

Registratie:

Gelieve in te schrijven uiterlijk 5 dagen voor de sessie(s) waaraan u wenst deel te nemen. U kan inschrijven door het inschrijvingsformulier terug te faxen naar **+32 (0)16 40 81 47 of +32 (0)16 29 83 19**

Na inschrijving ontvangt u een bevestiging en een wegbeschrijving. De betaling gebeurt na ontvangst van de factuur. Indien u verhinderd bent, kan u zich laten vervangen door een collega. Annulatie is echter niet mogelijk.

Voor meer informatie omtrent programma en lidmaatschap, contacteer:

Nicole De Smyter - Leuven.Inc
Kapeldreef 60, 3001 LEUVEN
Tel. +32 (0)16 40 11 90
E-mail: info@leuveninc.com - Website: www.leuveninc.com

Sessie 1: Markt en partnerships

Dr. Carla I. Koen (Hoogleraar Technologie Strategie en Entrepreneurship, TiasNimbas Business School, Tilburg)

Case: “Commercieel en operationeel partnership – de samenwerking tussen Group Joos en Unified Post” – Hans Leybaert (CEO Unified Post)

Het vermarkten van een product of dienst en het betreden van nieuwe markten vormen dikwijls een belangrijke hinderpaal voor groeibedrijven. Verder hecht de klant vandaag veelal belang aan een brede dienstverlening en totaaloplossingen. Anderzijds maakt de groeiende focus op kerncompetenties bedrijven steeds sterker in één bepaald product of proces, maar tegelijk ook meer onderling afhankelijk. Via commerciële partnerships kunnen bedrijven hun marktpositie verstevigen door onderlinge complementariteit te benutten en gebruik te maken van sterktes bij de partner die niet in het eigen bedrijf aanwezig zijn.

We belichten in deze sessie ook de meer operationele samenwerking of het outsourcen en stellen o.a. volgende vragen: Waarom kiezen voor een operationeel en/of commercieel partnership? Welk gedeelte van zijn activiteiten kan een bedrijf outsourcen? Hoe selecteert men potentiële partners? Wat zijn de belangrijkste criteria bij deze sourcing beslissingen?

Sessie 2: Lead users / lead customers en marktstrategieën

Prof. dr. Koenraad Debackere (Managing Director, K.U.Leuven R&D)

Case Cartamundi – Chris Van Doorslaer (CEO Cartamundi)

Hoe maak je gebruik van lead users / lead customers bij het uitwerken van marktstrategieën? Lead users zijn hoofdzakelijk gebruikers aan de rand van een (analoge) doelgroep, die geen antwoord vonden voor hun probleem bij bestaande producten of diensten en die dan maar hun eigen oplossing ontworpen hebben. De succesratio van innovatie ligt veel hoger als je ze kan betrekken in het ontwikkelingsproces van nieuwe producten of diensten, omdat zij de meest gevorderde en rijkste kennis hebben van nieuwe noden in dat bepaalde marktsegment

Lead customers hebben meer kennis en zijn minder prijsgevoelig, meer gericht op voordelen en minder afhankelijk van de mening van anderen dan de gemiddelde klant. Kun je hen niet aantrekken, tevreden stellen en vasthouden, dan is de markt waarschijnlijk niet levensvatbaar. Zij zijn ook diegenen die je ertoe aanzetten steeds verder te gaan en nieuwe oplossingen te zoeken.

Sessie 3: Nieuwe productintroducties en after-sales

Prof. dr. Erik Jan Hultink (Hoogleraar New Product Marketing, TU Delft)

Case Materialise – Fried Vancraen (CEO Materialise)

In deze sessie gaan we dieper in op het belang en de risico's van nieuwe producten. Verder wordt het uitvoerige internationale onderzoek naar faalscenario's van nieuwe producten en succesfactoren toegelicht. Hierbij focussen we met name op portfolio management van productontwikkelingsprojecten, (co-)branding strategieën voor nieuwe producten en lanceerstrategieën. De rode draad zal zijn hoe je de kans op een succesvolle portfolio van nieuwe producten kunt maximaliseren door het kiezen van het juiste merk en een adequate introductiemix.

FAX DIT DOCUMENT NAAR LEUVEN.INC – FAX 016 40 81 47 of 016 29 83 19

Ja, ik schrijf mij in voor de volgende sessie(s):

- Sessie 1: Markt en partnerships
Donderdag 21 oktober 2010 (16u-19u)
- Sessie 2: Lead users / lead customers en marktstrategieën
Dinsdag 23 november 2010 (16u-19u)
- Sessie 3: Nieuwe productintroducties en after-sales
Donderdag 9 december 2010 (16u-19u)
- Ik wens op de hoogte te worden gehouden van de sessies in het voorjaar 2011

Deelnamprijs per sessie:

- 150 euro** (excl. BTW) voor leden Leuven.Inc
- 180 euro** (excl. BTW) voor alle anderen

Deelname aan onze activiteiten aan -50% korting via KMO-portefeuille
Pijler OPLEIDING: Leuven.Inc Erkeningsnr. DV.O106761
Meer info op www.kmo-portefeuille.be



Indien u verhinderd bent, kan u zich laten vervangen door een collega. Annuleren is echter niet mogelijk.*

Indien meerdere personen van eenzelfde bedrijf wensen deel te nemen, kunt u een kopie van dit inschrijvingsformulier invullen.

Naam: Voornaam:

Functie:

Bedrijf:

Straat + nummer:

Postcode + locatie:

Telefoon:

Fax:

E-mail:

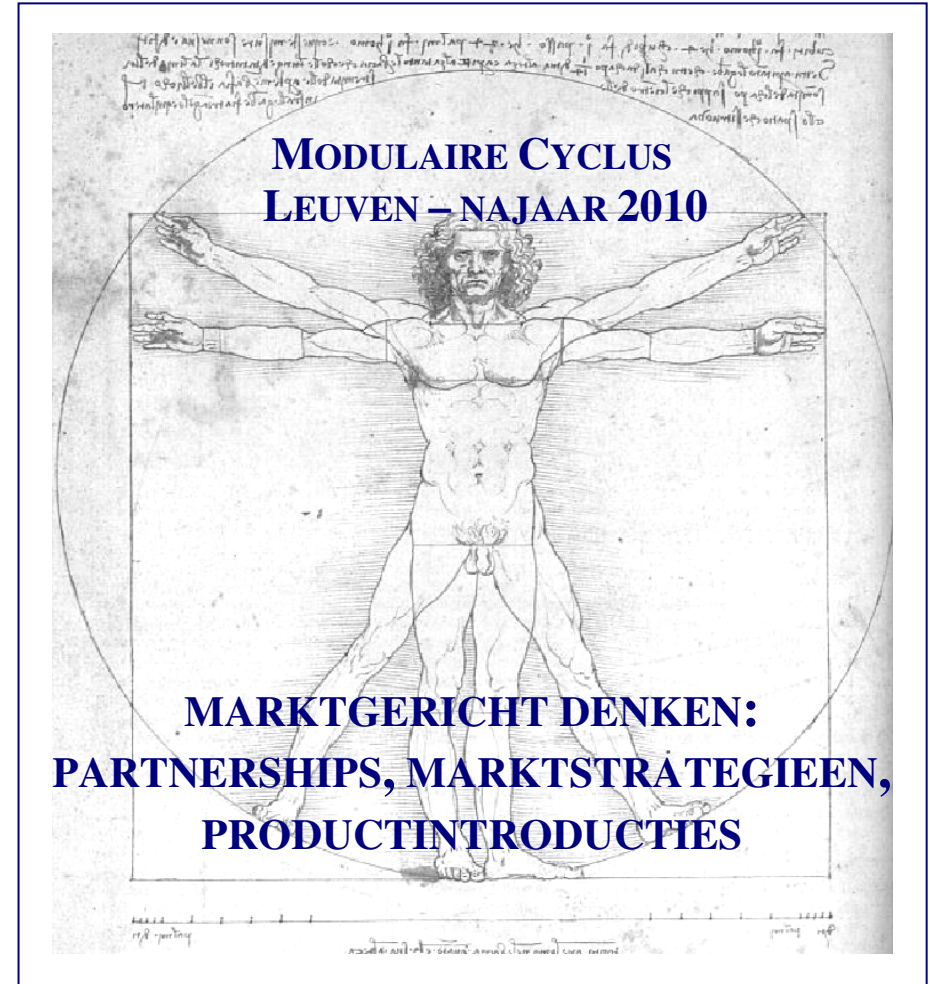
BTW nummer: Bestelbonnummer (PO):

Facturatieadres en contactpersoon (indien verschillend van bedrijfsadres):
.....
.....

Datum: Handtekening**:

* Indien u bedrijfslid bent van Leuven.Inc kan u zich probleemloos laten vervangen. Als individueel lid kan u zich enkel kosteloos laten vervangen door een ander Leuven.Inc-lid van uw bedrijf. Indien u zich als individueel lid laat vervangen door een collega (geen Leuven.Inc-lid) zal een extra kost worden aangerekend. ** Leuven.Inc houdt uw gegevens bij in haar bestanden. Deze informatie wordt op uw verzoek aangepast en verbeterd zoals voorgeschreven door de wet.

MANAGEMENT VAN INNOVATIEVE GROEIBEDRIJVEN



ORGANISATIE:



ONDERSTEUND DOOR:

