

Commercieel Ingenieur 2.0 V0.2



MARTIJN MIN

VOORZITTER

Technisch bedrijfskundige met een commerciële achtergrond en eigenaar van Optitech. Met KIVI CI wil hij de komende jaren het ingenieurs vak een gemeengoed maken. Techniek is van iedereen.



MARTIN KRAAI BSC

BESTUURSLID

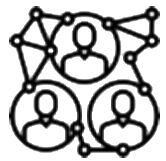
Technisch salesprofessional. HTS Wtb; 1983 engineer Océ R&D 1988 commercie bij technische bedrijven; 2006 KSA: brug tussen commercie en techniek. KIVI CI wordt hét platform voor ingenieurs die zich commercieel willen ontwikkelen.



MICHIEL VAN BEEK

BESTUURSLID

Mijnbouwkundig ingenieur met senior commerciële achtergrond bij Unilever en Coca-Cola en bij zijn huidige eigen bedrijf AlphaRainbow. Met KIVI CI wil hij de komende jaren ingenieurs helpen om techniek meer invloed te laten krijgen.



Strategisch pad 2020-2022 Commercieel Ingenieur 2.0

14 augustus 2019



- Missie
- Visie
- Ambitie 2022
- Huidige situatie
- Gewenste positionering
- Doelen 2020-2022
- Strategische keuzes
- Operationeel plan



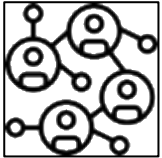
Verbinden en commercieel ontwikkelen



Technici klantgericht maken



De impact van engineering vergroten



De afdeling Commercieel Ingenieur (CI) verbindt ingenieurs die behoefte hebben zich commercieel te ontwikkelen.



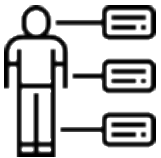
De afdeling CI richt zich op technici die te maken hebben met de behoefte van de klant en die zich willen ontwikkelen aangaande die klantbehoefte.



De afdeling CI vergroot de impact van engineering op society door commerciële competenties van ingenieurs te verbeteren op een passende wijze.



Engineering is cruciaal voor de samenleving



Commerciële competenties zijn essentieel



Een gedegen curriculum helpt

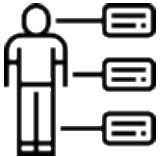


Onderlinge interactie werkt als smeermiddel

CI is van mening dat



- engineering een cruciale rol speelt in society en dat Engineers over het algemeen onvoldoende (commerciële) competenties hebben om deze rol optimaal op te eisen en te vervullen



- het ontwikkelen van commerciële competenties op alle niveaus van essentieel belang is om de impact van engineering op society te vergroten



- een gedegen curriculum zal helpen om de vaardigheden en competenties te vergroten



- de onderlinge interactie van commercieel geïnteresseerde ingenieurs belangrijk is



In 2030 heeft het KIVI 25000 leden waarvan 25% zich op een of andere wijze heeft verbonden met CI dan wel kennis heeft genomen van CI.*

* streefgetal; nog af te stemmen met het hoofdbetuur



- Ledenaantal neemt af, 750 leden gelinkt aan CI
- Relatief veel slapende leden
- Weinig jonge leden, onder de 35 jaar met name weinig leden
- De (spontane) bekendheid met KIVI is laag
- Goede events (~150 pax/event, leden en niet-leden)
- Communicatie enkel via e-mail



- CI zal hét (virtuele) kennis en netwerkplatform zijn voor ingenieurs in verschillende stadia van hun carrière (<35, 35-50, 50+)
- CI onderscheidt zich door kennis, vaardigheden en netwerken integraal aan te bieden gebruik makend van technologische mogelijkheden in combinatie met face to face interacties
- CI biedt een curriculum aan dat aansprekend is voor de drie doelgroepen



Hoofddoel

Binnen drie jaar 20% gelinkt aan CI

Subdoelen

1. Behoeftes kennen van de doelgroepen
2. Het bereiken van een jongere doelgroep
3. Het organiseren van vernieuwende bijeenkomsten
4. Het informeren van de doelgroep op een passende wijze
5. Het beeld van commercie bij de ingenieur verbeteren

Resultaat

Ruim 4000 leden gelinkt aan CI
Actieve interactie binnen afdeling

Goals

1. Bekendheid van de KIVI CI events als 'festivals'
2. Het gevoel van 'erbij te moeten horen'
3. Communicatie via meerdere kanalen
4. Behoud van huidige actieve leden



De afdeling CI biedt een platform waar ingenieurs kennis opdoen, ervaringen uitwisselen en netwerken

1. Het CI bestuur zal zich uitbreiden tot 5 personen waarbij gericht gezocht wordt naar jongeren en vrouwen
2. De jongere doelgroep eigentijdse events aanbieden waarbij commerciële basis kennis, ervaringen en het uitbreiden van het netwerk samengaan
3. De groep 35-50 kennissessies aanbieden die erop gericht zijn om commerciële (management) competenties te verrijken
4. De groep 50 plus binden met sessies die kun kennis up to date houdt en uitnodigt om bij te dragen (bv als coach)
5. Gericht inzichten vergaren in behoeftes van de drie doelgroepen om het aanbod daarop af te stemmen

Doelen	#	Activiteiten	2020	2021	2022
De jongere doelgroep <35 jaar eigentijdse events aanbieden waarbij commerciële basis kennis, ervaringen en het uitbreiden van het netwerk samengaan	300	KIVI CI Tour door NL	April-Sept	April-Sept	April-Sept

KIVI CI 2.0



Ideeën:

- **KIVI CI Tour door NL**
- Verschillende locaties
 - Universiteiten en Hogescholen hiervoor benaderen en binden
 - Makkelijker bereikbaar voor jongere leden
- Opmaak van agenda d.m.v. festival flyer
- Sprekers uit verschillende gebieden
 - Interessant voor jongeren
 - Kruisbestuiving van branches
- Vaste sponsoren voor verlagen kosten

KIVI CI 2.0: KIVI CI Festival Tour door NL



FESTIVAL GUIDE AUGUSTUS 2016	
DEKMANTEL FESTIVAL, AMSTERDAM	4 AUG
SOLAR WEEKEND, ROERMOND	4 AUG
CRAZY SEXY COOL, ROTTERDAM	6 AUG
APPELSAP, AMSTERDAM	13 AUG
PUKKELPOP, BELGIE	17 AUG
LOWLANDS, BIDDINGHUIZEN	19 AUG
LATIN VILLAGE, VELSEN-ZUID	21 AUG
ENCORE FESTIVAL, AMSTERDAM	28 AUG

Ideën:

- KIVI CI Festival Tour door NL
- **Verschillende locaties**
 - **Universiteiten en Hogescholen hiervoor benaderen en binden**
 - **Makkelijker bereikbaar voor jongere leden**
- Opmaak van agenda d.m.v. festival flyer
- Sprekers uit verschillende gebieden
 - Interessant voor jongeren
 - Kruisbestuiving van branches
- Vaste sponsors voor verlagen kosten

Optitech

5

KIVI CI 2.0



Ideeën:

- KIVI CI Festival Tour door NL
- Verschillende locaties
 - Universiteiten en Hogescholen hiervoor benaderen en binden
 - Makkelijker bereikbaar voor jongere leden
- **Opmaak van agenda d.m.v. festival flyer**
- Sprekers uit verschillende gebieden
 - Interessant voor jongeren
 - Kruisbestuiving van branches
- Vaste sponsors voor verlagen kosten

KIVI CI 2.0



Ideeën:

- KIVI CI Festival Tour door NL
- Verschillende locaties
 - Universiteiten en Hogescholen hiervoor benaderen en binden
 - Makkelijker bereikbaar voor jongere leden
- Opmaak van agenda d.m.v. festival flyer
- **Sprekers uit verschillende gebieden**
 - **Interessant voor jongeren**
 - **Kruisbestuiving van branches**
- Vaste sponsors voor verlagen kosten

Rico Verhoeven, BALR, Marten Blankensteijn (Blendle), Pieter van der Does (Adyen), Swapfiets

Optitech

7

KIVI CI 2.0

RUMAG.

Swapfiets



Hogeschool van
Amsterdam



DOUWE
EGBERTS



Ideën:

- KIVI CI Festival Tour door NL
- Verschillende locaties
 - Universiteiten en Hogescholen hiervoor benaderen en binden
 - Makkelijker bereikbaar voor jongere leden
- Opmaak van agenda d.m.v. festival flyer
- Sprekers uit verschillende gebieden
 - Interessant voor jongeren
 - Kruisbestuiving van branches
- **Vaste sponsoren voor verlagen kosten**

Optitech

8



- Online enquête uitzetten onder alle (CI) leden
- Bekendheid en behoeftes in kaart brengen bij potentiële jongere leden (<35) door o.a. live enquêteren bij opleidingsinstellingen zoals de TU's en de HBO-instellingen
- Bekendheid en behoeftes in kaart brengen bij potentiële leden (35-50) mogelijk via bedrijven die veel technici in dienst hebben



- Tweede helft van het jaar nog 3 workshops – business as usual
- 12 oktober speed-date met nieuwe president Joanne Meyboom-Fernhout
- Vierde kwartaal operationeel plan uitwerken
- Januari 2020: Kick off CI 2.0



- Algemeen ci@kivi.nl
- Martijn Min
06 - 46 86 94 45 martijn@optitechbusiness.com
- Martin Kraai
06 - 30 41 93 60 martin@k-s-a.nl
- Michiel van Beek
06 - 51 11 93 94 michiel@alpharainbow.com