

Vitura helpt

Bij VitaliteitCentrum Vitura werken mensen aan hun eigen vitaliteit. Vitura biedt een aantal programma's aan om bijv. langdurige stressklachten succesvol te behandelen. Deelnemers aan deze programma's ontdekken zelf (gesteund door professionals) wat voor hen de ideale aanpak is om deze stressgerelateerde problemen aan te pakken.



VITURA, DUURZAAM VITAAL

Van idee tot succes

Een gat in de markt vinden, wie droomt er niet van? Een goed idee kan je succes brengen. Helaas is de praktijk soms ingewikkeld.

TEKST: FRIDY LATIJNHOUWERS FOTO'S: ED MUTSAERS

Brigitte en Joop lopen door de tuin van Vitaliteitscentrum Vitura in Biezenmortel waar deelnemers ontvangen worden.

Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat er elk jaar ruim 20.000 ideeën, innovaties of concepten worden bedacht', start managementspreker en bestsellerauteur Jos Burgers uit Oisterwijk. 'Daarvan mislukt 75 procent. Vaak blijkt dat deze ideeën toch te weinig onderscheidend zijn, te weinig nieuws toevoegen, ondernemers ze verkeerd communiceren naar de markt of op het verkeerde moment lanceren. Het komt echt heel nauw om potentiële klanten te overtuigen van een nieuw idee of product.'

Jos geeft enkele tips. 'Betrek beoogde klanten in een heel vroeg stadium bij onder meer het ontwerpen van je idee, het verder uitwerken van je concept en de introductie naar de markt. Luister goed naar hun feedback. Zij wijzen je vast op nuttige aandachtspunten. En zorg dat je goed nadenkt wie er invloed kunnen uitoefenen op het succes van je idee. Vergeet geen groepen die je in de weg kunnen zitten.'

BIED EEN ERVARING Voor de introductie van het idee heeft de managementspreker nog drie aanbevelingen. 'Zeg niet dat je product of dienst alles kan en alles oplost, want dat gelooft je klant niet. In zijn ogen is het dan te mooi om waar te zijn. Communiceer vooral wat je idee doet en niet wat het is. Je klant is op zoek naar de oplossing, niet naar het middel. Maak je concept ook niet te mooi of meteen helemaal af, maar nodig klanten of samenwerkingspartners uit om het verder af te maken. Dan worden zij je beste ambassadeurs. Tot slot: bied geïnteresseerden een ervaring aan. Dan raken ze het snelst overtuigd.'

VITURA De deelnemers van Vitura kunnen zeker rekenen op een bijzondere beleving. In april van dit jaar opende het vitaliteitscentrum haar deuren in Biezenmortel. Business Development Manager Brigitte Musters: 'We ontvangen de deelnemers in de prachtige buitenruimten

'Maak je concept niet te mooi of helemaal af, maar nodig klanten of samenwerkingspartners uit om het verder af te maken. Dan worden zij je beste ambassadeurs.'



van ons centrum. Daar richten ze zich onder begeleiding van het multidisciplinair team eerst op herstel. Zo krijgen mensen hun energie terug. Daarna ontwikkelt de deelnemer inzichten ten aanzien van zijn emoties, gevoelens en energie. Tot slot gaat hij aan de slag met het doorbreken van patronen om voortaan zelf de regie te voeren.'

AANGESLOTEN BIJ NAHF Brigitte vervolgt: 'Vitura is aangesloten bij de Nature Assisted Health Foundation (NAHF). Deze Zweeds/Nederlandse stichting stimuleert het benutten van de mogelijkheden die de natuur en groen bieden om de kwaliteit van leven te verhogen. Daarbij is ruim aandacht voor de maatschappelijke vraagstukken die leven, zoals betaalbare zorg.' Joop van Hezik, managing director van NAHF, vult haar aan: 'Al heeft iedereen het gevoel dat natuur goed voor je is, er is nog onvoldoende wetenschappelijk bewijs dat de koppeling van groen en gezondheid leidt tot een betere kwaliteit van leven. Als stichting brengen we beschikbare relevante kennis bijeen, laten we wetenschappelijk onderzoek doen en slaan we vervolgens een brug naar ondernemerschap. Dat leidt tot mooie initiatieven, waar mensen met stress, dementie en kanker baat bij hebben.'

WINNAAR NATUURPRIJS Vitura won in november 2013 de Natuurprijs 2013. Brigitte: 'De jury was met name onder de indruk van de wetenschappelijke onderbouwing en de professionele aanpak van ons concept. Het is fijn om deze waardering te krijgen, want we zijn overtuigd van de toegevoegde waarde. Toch moeten ook wij onze dienstverlening gewoon goed in de markt zetten. Zelfs een belangrijke prijs als deze is nog geen garantie op succes.'

VEROVEREN VAN DE MARKT Hoe pakt het Viturateam het veroveren van de markt aan? 'Vanaf het begin betrokken we onze stakeholders bij het concept. We spraken onder meer met directeuren van grote en middelgrote bedrijven, HR-medewerkers, bedrijfsartsen, huis-

drs. Jos Burgers (1951) uit Oisterwijk is een van de meest gevraagde managementsprekers in Nederland.



Joop: 'Het is bijzonder om te zien hoe de natuur bijdraagt aan het proces vitaler te leven.'

STAPPENPLAN VOOR INNOVATIE

1. Denk in problemen. Een oplossing is vaak het begin van een goed idee.
2. Kijk over de muren van je eigen sector. Praat met mensen die iets anders doen en kijk of je je kunt verbinden.
3. Toets een idee zo snel mogelijk aan de markt: familie, vrienden, burens. Hoe kan het beter worden gemaakt?
4. Bouw een prototype of demo en toets dat bij kritische partijen.
5. Pitch bij investeringsclubs, banken en financieringsprogramma's. Doe mee aan prijzen en competities.
6. Denk goed na over je afzetmarkt en distributiekanaal.

artsen, verzekeraars en gemeenten. Zij hebben allemaal een sleutelrol naar onze potentiële deelnemers. Hun input leidde tot een eerste concept dat we nu in de markt toetsen om het verder te verfijnen. Zo ontwikkelen we nu een aanbod om stress te voorkomen. Ook gaan we samenwerkingsverbanden aan en bieden we maatwerk om makkelijker bijzondere doelgroepen te kunnen bedienen.'

Brigitte vervolgt: 'De belangen van stakeholders lopen echter nogal uiteen en er is sprake van veel 'zittende' belangen. De zorg is echter aan het veranderen en daardoor ontstaan ook weer nieuwe kansen. We merken nu wel dat het enthousiasme over ons concept bij de stakeholders groeit. Mensen vinden ons concept een vernieuwende aanvulling op de bestaande zorg. En nog belangrijker: deelnemers vinden inmiddels hun weg naar ons vitaliteitscentrum.' Joop: 'Het is bijzonder om te zien hoe de natuur bijdraagt aan het proces vitaler te leven. Het is voor mij belangrijk bewijs dat het de moeite waard is om

te investeren in deze vorm van ondernemerschap. Er is veel tijd, doorzettingsvermogen én geld nodig om het tot een succes te maken. 'Het is fijn dat de Rabobank met de themagroep Zorg en Ouderen ons heeft gesteund met middelen uit het Coöperatief Dividend. Bovendien stelt de bank haar netwerk open voor ons, zodat we tijdens netwerkbijeenkomsten ons verhaal mogen vertellen. Het is belangrijk dat de bank achter ons staat. Ook dat laat zien dat we een betrouwbare organisatie zijn.'

Meer weten? Op 16 september organiseert NAHF tijdens de European Social Innovation Week in Tilburg een speciale bijeenkomst voor wetenschappers, overheden en bedrijven met als thema 'Hoe creëren we maximale impact van groen voor gezondheid?' Daarnaast biedt Vitura op 17 september in de ochtend een ervarings sessie aan voor professionals. 's Middags staan er rondleidingen en activiteiten in de tuin van Vitura op het programma voor iedereen die belangstelling heeft.



MEER INFO OP:
WWW.VITURA.NL