



### Bedrijfsgegevens

- Bedrijfsnaam: Jacotech.
- Voormalige naam: Het bedrijf heette eerst Jac Coolen Techniek en dat is uiteindelijk Jacotech geworden.
- Historie en Oprichting: Het bedrijf is opgericht in de midden jaren '70. De oorsprong ligt in de agrarische sector, van waaruit de activiteiten zijn gegroeid.
- Eigendom: De huidige eigenaar is Marcel van den Hoogen. In de afgelopen 15 jaar heeft het bedrijf meerdere overnames meegemaakt. Voor de huidige eigenaar was het bedrijf onderdeel van de Budé Groep.
- Locatie: Het bedrijf is gevestigd in de regio Weert en is al bijna 50 jaar op dezelfde locatie actief.

### Adviseur

Adviseurs:

Ewan Gillies

Fiyo van Ravenstein

Contactpersoon:

Maartje van Esch

### Verwachtingen

Er wordt een innovatiescan en analyse uitgevoerd voor Jacotech. Daaruit wordt een Innovatie actieplan opgeleverd.

Het plan omvat:

- Een analyse van de huidige situatie en concrete, haalbare innovatiekansen.
- Twee uitgewerkte onderzoeksvoorstellen voor de meest kansrijke opdrachten, compleet met aanleiding, doelstelling en onderzoeksvraag.

### Datum

08-09-2025 – 15-01-2026

## Waar ben je goed in?

## Wat wil je bereiken?

## A. Duurzame groei

### Product & Dienst

Nu  
Jacotech levert totaaloplossingen en losse diensten binnen drie kernactiviteiten:

Watertechniek, pomp- & mixertechniek (inclusief importeur schap Eisele) en een eigen constructiewerkplaats voor maatwerk. De kracht ligt in het A-tot-Z ontzorgen van de klant met een focus op hoge kwaliteit en specialistische kennis. Het bedrijf heeft ook een fysieke winkel voor regionale verkoop van onderdelen.

**Ambitie**  
De ambitie is om de bestaande expertise in te zetten voor groei in specifieke, kansrijke richtingen. Dit betekent een strategische verschuiving naar het Hogere marktsegment, waarbij de focus niet alleen op projecten ligt, maar ook op het uitbouwen van de dienstverlening. Concreet wil men

Onderhoudscontracten verwerven voor pompsystemen bij lokale industriële partijen en inspelen op de groeiende markt voor

### Markt & Marketing

Nu  
Jacotech bedient een regionale markt. Historisch ligt de focus op de agrarische sector, maar deze is verschoven naar grotere industriële klanten (o.a. Moza, steenfabrieken). De marketingaanpak is voornamelijk passief, steunend op de oude naamsbekendheid en mond-tot-mondreclame. Een zwak punt is de online aanwezigheid: de website is verouderd, communiceert niet wat het bedrijf doet en social media wordt nauwelijks gebruikt. Hierdoor is de naamsbekendheid van de dienstverlening laag.

**Ambitie**  
De ambitie is een transitie naar een proactieve marktbenadering om de naamsbekendheid te vergroten. De prioriteit ligt bij het vernieuwen van de website tot een portfolio dat de expertise en projecten van het bedrijf toont. Men wil actief social media gaan inzetten om een breder publiek te bereiken. De commerciële focus moet liggen op het benaderen van klanten in het hogere marktsegment, zoals tuinarchitecten en grote industriële bedrijven, waar kwaliteit boven prijs wordt verkozen.

### Ambitie, Visie, Missie en Strategie

Een formele, uitgeschreven missie, visie en strategie ontbreekt momenteel binnen Jacotech. De strategische richting is daardoor niet expliciet vastgelegd en wordt niet duidelijk gecommuniceerd. Dit wordt door medewerkers als frustrerend ervaren, omdat er onvoldoende duidelijkheid is over de lange termijn koers van het bedrijf.

Hoewel een formele strategie ontbreekt, spreekt de bedrijfseigenaar wel duidelijke ambities en gewenste richtingen uit voor de toekomst. Deze vormen de basis voor een toekomstige strategie:

- **Zichtbaarheid en Marketing:** De hoogste prioriteit is het vergroten van de naamsbekendheid. De ambitie is om dit te realiseren met een professionele, vernieuwde website en een actieve inzet van social media om de capaciteiten van het bedrijf te tonen.
- **Marktpositionering:** De focus moet worden gericht op het hogere marktsegment, waar kwaliteit en expertise belangrijker zijn dan prijs. De kern van de dienstverlening moet de levering van hoge kwaliteit zijn.
- **Bedrijfs groei:** Er is een duidelijke ambitie om het bedrijf gecontroleerd te laten groeien, met op termijn een uitbreiding van het team in zowel de binnen- als buitendienst.

### Technologie & ICT

Nu  
Het machinepark is functioneel, maar technologisch verouderd; grote investeringen zijn niet rendabel door de diversiteit van het werk. Op ICT-vlak wordt gewerkt met Profitmanager, een verouderd ERP-systeem dat managementrapportages mist. Een kritiek zwak punt is de verouderde website, die niet de huidige activiteiten weerspiegelt en niet wordt onderhouden. Ontwerpprocessen zijn grotendeels handmatig.

**Ambitie**  
De ambitie richt zich op het digitaliseren van processen. De hoogste prioriteit heeft het volledig vernieuwen van de website tot een professioneel en modern portfolio. Daarnaast is er de wens om moderne ontwerpsoftware (SketchUp) te implementeren voor het hogere marktsegment en het stilgelegde Power BI-project nieuw leven in te blazen voor beter dat inzicht. Ook wordt een migratie naar de cloud overwogen.

### Organisatie & Processen

Nu  
Jacotech heeft een platte organisatiestructuur met korte communicatielijnen, passend bij een klein bedrijf. De rollen zijn flexibel en overlappen; medewerkers zijn breed inzetbaar. De managementstijl is sterk gecentraliseerd: de eigenaar is diep betrokken bij operationele details zoals offertes en planning, en delegeert weinig, wat een knelpunt vormt. Processen, zoals de werkvoorbereiding, zijn grotendeels informeel.

**Ambitie**  
De wens is om de organisatie beter en klaarder voor de toekomst te maken. Dit vraagt erom dat de eigenaar meer dagelijkse taken uit handen geeft om zich te richten op toekomstplannen en verkoop. Er is een wens om de manier van verkopen en werk voorbereiden te verbeteren, zodat de juiste taken bij de juiste mensen terechtkomen. Medewerkers hebben behoefte aan een duidelijk plan voor de toekomst dat richting en zekerheid geeft. Tot slot is het regelen van

| Cijfers            | Nu:... | Ambitie:... |
|--------------------|--------|-------------|
| Omzet              |        |             |
| Bruto winst        |        |             |
| Netto winst        |        |             |
| Export             |        |             |
| Aantal medewerkers |        |             |

## Wat gebeurt er?

## Welke kansen levert dat op?

## B. Innovaties

### Innovatiekansen

### Product & Dienst

- De zelfontwikkelde, zuigende mixerschroef kan in samenwerking met de fabrikant worden doorontwikkeld tot een officiële productvariant.
- Het ontwikkelen en verkopen van proactieve onderhoudscontracten voor pompsystemen bij industriële klanten in de regio.
- Een nieuw dienstenaanbod creëren rond klimaatadaptatie, zoals de installatie van waterkeringen en systemen voor waterslag.
- De berekeningsservice professionaliseren door een ontwerpdienst aan te bieden met moderne tools.

### Concurrenten

De concurrentie van Jacotech bestaat voornamelijk uit lokale eenmanszaken en online webwinkels, die beide sterk op prijs concurreren bij kleinere projecten en de verkoop van standaard onderdelen. Daarnaast is er concurrentie van producenten die lagere kwaliteit leveren en van bedrijven uit andere regio's met superieure marketing die lokaal projecten winnen. Jacotech's zwakte in deze markt is de hogere prijs. Deze prijs wordt gerechtvaardigd door de focus op kwaliteit, diepgaande kennis en betrouwbaarheid, wat ook de belangrijkste kracht en het onderscheidend vermogen van het bedrijf is.

### Innovatiekansen

### Markt & Marketing

- Marketing digitaliseren: De website vernieuwen tot een professioneel portfolio en actief social media inzetten om de naamsbekendheid en de diversiteit van de projecten te tonen.
- Proactieve verkoop ontwikkelen: Een actieve verkoopstrategie richten op specifieke doelgroepen en op marktontwikkeling in België.
- Merkpositionering versterken: De waard propositie (kwaliteit boven prijs) helder en consistent communiceren in alle uitingen om de juiste, kwaliteitsgerichte klanten aan te trekken.

### Leveranciers van de leveranciers

Toen deze vraag direct aan de bedrijfseigenaar werd gesteld, gaf hij aan hier geen fatsoenlijk antwoord op te kunnen geven. De focus in de gesprekken ligt op de directe leveranciers (partners) en de eigen klanten.

### Leveranciers

De relatie met leveranciers is over het algemeen zeer goed. Jacotech hanteert bewust een strategie waarbij belangrijke leveranciers als partners worden gezien, met wie een win-winrelatie wordt nagestreefd. De focus ligt op een selecte groep betrouwbare partners, in plaats van het versnipperen van de inkoop. Samenwerking is vaak meer dan alleen de levering van materiaal; er wordt ook gebruikgemaakt van de kennis van de leverancier, bijvoorbeeld voor technische berekeningen.

### Ecologisch

### Economisch

Jacotech

### Technologisch

### Klanten

De klantenkring van Jacotech verschuift van haar agrarische basis naar grote industriële partijen zoals Moza en steenfabrieken, die de geleverde kwaliteit en A-tot-Z ontzorgen bij complexe projecten waarderen. De relatie met vaste klanten is uitstekend en gebaseerd op vertrouwen en goede service, waarbij de behoeften variëren van maatwerk constructies tot de installatie van pompen. Een zwakte is dat nieuwe klanten vaak niet op de hoogte zijn van de volledige breedte van het aanbod.

### Klanten van de klanten

Jacotech is afhankelijk van de huidige staat van de eindmarkten waarin hun eigen klanten opereren. Wanneer de industrie van hun klanten goed draait en de afzet hoog is, leidt dit automatisch tot meer werk en projecten voor Jacotech.

### Demografisch

### Sociaal/cultureel

### Innovatiekansen

### Technologie & ICT

- Ontwerpproces digitaliseren: Implementeren van moderne ontwerpsoftware (SketchUp) en dronetechnologie om professionele plannen te maken en zo het hogere marktsegment beter te bedienen.
- Managementdashboard ontwikkelen: Het Power BI-project afronden om een betrouwbaar, visueel dashboard te creëren. Dit maakt data-gedreven besluitvorming mogelijk op basis van cijfers uit het huidige ERP-systeem.
- IT-infrastructuur moderniseren: De server en het ERP-systeem naar de cloud migreren om de afhankelijkheid van de vorige eigenaar te beëindigen en de flexibiliteit te verhogen.

### Substituten

Het belangrijkste substituuat is de "doe-het-zelf"-aanpak, die specifiek de winkelfunctie en de verkoop van losse onderdelen raakt, en niet de complexe installatieprojecten. Klanten gebruiken het internet om zelf materialen bij webshops aan te schaffen, waardoor de traditionele balieverkoop en de bijbehorende adviesrol van Jacotech worden vervangen.

### Innovatiekansen

### Organisatie & Processen

- Taken en verantwoordelijkheden delegeren om de eigenaar te ontlasten zodat deze kan focussen op strategie. Dit verhoogt de efficiëntie van het personeel.
- Het Verkoopproces structureren zodat commerciële medewerkers de werkvoorbereiding doen en de technische buitendienst zich kan richten op de uitvoering.
- Een jaarlijkse strategiecycclus invoeren en de uitkomsten helder communiceren om de organisatie een duidelijke, gezamenlijke richting te geven.
- Een proces opzetten voor kennisoverdracht en opvolging om de expertise van ervaren medewerkers te borgen voor

## Wat heb je nodig?

## Wat moet er verbeteren?

## C. Innovatievermogen

### Strategie

Er ontbreekt een heldere, gecommuniceerde strategie, wat wordt bevestigd door matige scores in de Fitheidstest (3,9/7) en de interviews. Dit gebrek aan een formele koers leidt tot onzekerheid in de organisatie. De belangrijkste verbetering is het vastleggen en delen van een duidelijke strategie, gebaseerd op de bestaande ambities voor de high-end markt, marketing en groei.

☐ Goed

☒ Moet beter

### Organisatie & Processen

De platte organisatiestructuur wordt als een kracht ervaren, omdat deze snelle besluitvorming mogelijk maakt. De communicatielijnen zijn kort en direct. Hier staat tegenover dat er een volledig gebrek is aan formele, gestructureerde processen voor het beheren van innovatie. Dit blijkt uit de matige scores in de Fitheidstest (3,9/7). Uit de interviews blijkt dat er geen vaste werkwijzen zijn. Omdat de eigenaar te weinig taken uit handen geeft, vormt hij een knelpunt en vertraagt dit het werk in de organisatie.

☐ Goed

☒ Moet beter

### Cultuur

De cultuur is open en ondersteunend, wat een sterke basis is voor innovatie. De Fitheidstest toont hoge scores voor de organisatie (5,3/7). Medewerkers voelen de vrijheid om suggesties direct te delen. Een aandachtspunt is ervoor te zorgen dat deze aangedragen ideeën ook daadwerkelijk worden opgevolgd en niet ergens in een mapje in de kast belanden.

☒ Goed

☐ Moet beter

### Verkrijgen van kennis en technologie

Het bedrijf is sterk in het project-specifiek verkrijgen van kennis via zijn commerciële netwerk (klanten, specialisten), wat wordt bevestigd door hoge scores in de Fitheidstest (score 4,3/7). Een aandachtspunt is dat kansen voor samenwerking met kennisinstellingen onbenut blijven en dat er geen aanvragen worden gedaan voor subsidies.

☒ Goed

☐ Moet beter

### Vaardigheden

De kracht van het bedrijf ligt in de hoge praktische en technische vaardigheden van het ervaren team. De organisatie erkent de strategische uitdaging die het gebrek aan jong personeel met zich meebrengt voor de kennisoverdracht op de lange termijn. De openheid van het management voor trainingen en de sterke, informele leercultuur binnen het huidige team vormen een solide basis om deze toekomstige uitdaging effectief aan te gaan.

☒ Goed

☐ Moet beter

### Financiering

De financiering van vernieuwing is flexibel en direct gekoppeld aan de praktijk. In plaats van met een vast R&D-budget te werken, investeert het bedrijf op twee manieren in de toekomst: Er is een budget beschikbaar voor de Opleiding en ontwikkeling van het personeel. Er is een duidelijke bereidheid om binnen projecten extra te investeren om van onverwachte situaties te leren en de hoogste kwaliteit te garanderen.

☒ Goed

☐ Moet beter

### Genereren van ideeën

Het genereren van ideeën is een sterk punt, wat wordt ondersteund door een open bedrijfscultuur waarin medewerkers actief suggesties aandragen voor verbeteringen en nieuwe kansen. De Fitheidstest bevestigt dit met positieve scores voor zowel het ondersteunende klimaat voor ideeën (6-7/7) als de betrokkenheid van medewerkers (4-7/7)

☒ Goed

☐ Moet beter

### Concretiseren van ideeën

Het omzetten van ideeën naar projecten is een zwak punt. De Fitheidstest en interviews bevestigen het ontbreken van een proces hiervoor (scores 2-3/7), waardoor ideeën vaak "op een stapel belanden" en niet worden opgepakt. Zodra een project wél is gedefinieerd, is de uitvoering juist een sterk punt (score 6/7). Het knelpunt ligt dus in de fase vóór de projectstart.

☐ Goed

☒ Moet beter

### Vermarkten van nieuwe producten

Het vermarkten van nieuwe producten is een zwak punt, omdat de benodigde marketingmiddelen (een moderne website, actieve social media) en een gestructureerd marketingproces ontbreken. Hierdoor worden nieuwe, waardevolle diensten en certificeringen (zoals 'werken met ademlucht') niet aan de markt gecommuniceerd, waardoor kansen onbenut blijven.

☐ Goed

☒ Moet beter

### Exploiteren van nieuwe producten

De exploitatie van gedefinieerde projecten is een sterk punt. De Fitheidstest bevestigt met hoge scores (6/7) dat projecten op tijd en binnen budget worden afgerond, en de interviews tonen een sterke focus op het leveren van een werkende kwaliteitsoplossing. Een aandachtspunt is het ontbreken van een gestructureerd proces met vaste budgetten en tijdlijnen voor nieuwe innovatieprojecten.

☒ Goed

☐ Moet beter

Wat ga je doen?

Wat moet dat opleveren?

D. Innovatieactieplan

Realiseren van innovaties

| Kans                                | Doelstelling   | Acties  | Wie doet wat?   | Planning |
|-------------------------------------|--|---|---|----------|
| 1. Digitale Marketing Implementeren | Binnen 3 maanden is de online zichtbaarheid van Jacotech aanzienlijk verhoogd om meer en kwalitatief betere aanvragen te genereren. De nieuwe website is live en de social mediakanalen zijn actief. | 1. Nieuwe, professionele website ontwikkelen die als portfolio dient.<br>2. Website vullen met projectfoto's en duidelijke teksten.<br>3. Sociale mediapagina's opzetten.<br>4. Wekelijks projectupdates posten.                      | Studenten (adviseurs) in samenwerking met de directie (Marcel). | Q4 2025  |
| 2. Proactieve Verkoop Ontwikkelen   | In Q1 2026 is een gestructureerd verkoopproces geïmplementeerd en is er contact gelegd met 20 potentiële A-kanten (tuinarchitecten, industrie).  | 1. Database opstellen van potentiële A-kanten (NL & BE).<br>2. Introductiemateriaal (digitale folder) ontwikkelen.<br>3. Wekelijks vaste tijd blokkeren voor acquisitie.<br>4. Resultaten van contactmomenten vastleggen en opvolgen. | Commercieel manager (Wim) en directie (Marcel).                 | Q1 2026  |
|                                     |  |   |   |          |
|                                     |  |   |   |          |

Versterken van innovatievermogen

| Voorwaarde                                  | Doelstelling  | Acties   | Wie doet wat?   | Planning |
|---|---|--|---|----------|
| 1. Strategie                                | Eind 2025 is er een heldere strategie voor 2026-2028 vastgesteld en gecommuniceerd aan de hele organisatie, zodat iedereen de koers kent. | 1. Een strategiesessie organiseren met het management en ervaren personeel.<br>2. De uitkomsten (visie, doelen) vastleggen in een document van 1 pagina.<br>3. De strategie presenteren en bespreken met het hele bedrijf.                           | Directie (Marcel), met input van medewerkers.                 | Q4 2025  |
| 2. Organisatie & Processen                  | Vanaf Q1 2026 is de rol van de eigenaar verschoven van operationeel naar strategisch, en is het verkoopproces efficiënter ingericht.      | 1. Taken en verantwoordelijkheden van directie en commercieel manager herdefiniëren.<br>2. Een standaardproces voor werkvoorbereiding opstellen.<br>3. Wekelijkse voortgangsgesprekken inplannen om de nieuwe rolverdeling te borgen.                | Directie (Marcel) en commercieel manager (Wim).               | Q1 2026  |
| 3. Vaardigheden (Kennisborging & Opvolging) | In Q2 2026 is een plan van aanpak voor kennisoverdracht gestart en is de werving van een junior technicus ingezet.                        | 1. De meest kritieke, unieke kennis van ervaren medewerkers identificeren.<br>2. Een eenvoudig systeem opzetten om deze kennis vast te leggen (bijv. instructies met foto's/video's).<br>3. Een vacatureprofiel voor een junior technicus opstellen. | Directie (Marcel) in samenwerking met de ervaren medewerkers. | Q2 2026  |
|   |   |  |   |          |