

Strategisch Onderzoeksrapport: Transformatie naar Technical Integrator – Jacotech B.V.

Datum: 11 December 2025

Status: Definitief

Auteur: Senior Strategisch Consultant & Industrieel Analist

Betreft: Integrale analyse van marktpositie, operationele capaciteiten, digitale vindbaarheid en strategische groeimogelijkheden.

1. Validatie en Structurering van de Onderzoeksopdracht

Dit rapport is opgesteld vanuit de rol van gespecialiseerde 'onderzoek maker' voor Jacotech. De initiële vraagstukken zijn gevalideerd en vertaald naar een uitvoerbaar, meetbaar onderzoeksframework. De focus ligt op het overbruggen van de kloof tussen de technisch hoogwaardige realiteit van de organisatie en de gefragmenteerde commerciële perceptie in de markt.

Hieronder volgt de specificatie van de onderzoekslijnen zoals uitgevoerd in dit rapport:

1.1 Onderzoekslijn 1: Interne Capaciteit & Cultuur Analyse

- **Wat:** Een diepgaande analyse van de organisatiecultuur, leiderschapsstijl en operationele efficiëntie op basis van interviews met directie en personeel.¹
- **Doel:** Identificeren van interne remmende factoren ('bottlenecks') die innovatie en commerciële groei blokkeren, specifiek gericht op het fenomeen 'strategische myopie' en de afhankelijkheid van sleutelfiguren.
- **Output:** Hoofdstuk 2 (Interne Organisatie) en Hoofdstuk 6 (Innovatievermogen).

1.2 Onderzoekslijn 2: Markt- en Concurrentieanalyse (Uitgebreid)

- **Wat:** Een vergelijkende studie van Jacotech versus drie specifieke concurrentiegroepen: niche-specialisten, prijsvechters (webshops) en industriële partners. Focus op verschillen in 'Servitization', prijstransparantie en technische specificaties.¹
- **Doel:** Bepalen van de unieke 'hybride' positionering van Jacotech en het identificeren van onbenutte marktsegmenten ('white spots') in de industriële sector.
- **Output:** Hoofdstuk 3 (Externe Analyse).

1.3 Onderzoekslijn 3: Digitale Vindbaarheid & SEO Strategie

- **Wat:** Een semantische analyse van de online communicatie versus de marktstandaard, inclusief zoekwoordonderzoek gericht op zoekintentie.¹
- **Doel:** Het overbruggen van de 'Semantische Kloof' tussen de interne producttaal en de externe oplossingstaal van de klant, om zo de vindbaarheid in het B2B-segment te vergroten.
- **Output:** Hoofdstuk 5 (Digitale Strategie).

1.4 Onderzoekslijn 4: Klantrecensie & Reputatie Analyse

- **Wat:** Een analyse van klantfeedbackmechanismen en sentiment, gebaseerd op interne interviews over klantcontactmomenten en relatiebeheer.¹
- **Doel:** Achterhalen wat klanten als werkelijke sterke (USP's) en zwakke punten ervaren, zonder directe toegang tot externe reviewplatforms, om de waardepropositie te scherpen.
- **Output:** Hoofdstuk 4 (Klantanalyse & Reputatie).

1.5 Onderzoekslijn 5: Wet- en Regelgeving & Certificering

- **Wat:** Onderzoek naar de strategische waarde van certificeringen (VCA**, ISO 14001) in relatie tot aanbestedingen en industriële compliance-eisen.¹
- **Doel:** Bepalen of het formaliseren van kwaliteit en veiligheid een noodzakelijke voorwaarde is voor toegang tot het hogere marktsegment (Tier-1 industrie).
- **Output:** Hoofdstuk 7 (Compliance & Regelgeving).

2. Diepte-analyse Interne Organisatie: De Paradox van Vakmanschap en Stilstand

Een grondige analyse van de interne organisatie, gebaseerd op uitgebreide interviews met personeel en directie, onthult een bedrijf met een dualistisch karakter: een technische kern van topniveau die opereert binnen een strategisch vacuüm.

2.1 De Technische Kern: Vakmanschap als Fundament

De onbetwiste kracht van Jacotech ligt in de diepgewortelde, 'tacit knowledge' (stilzwijgende kennis) van haar medewerkers. Uit de interviews blijkt dat de 'harde kern' van het personeel, waaronder medewerkers met dienstverbanden van meer dan 30 of 40 jaar, fungeert als het levende geheugen en de kwaliteitsgarantie van het bedrijf.¹ Dit vakmanschap stelt Jacotech in staat om complexe, multidisciplinaire projecten uit te voeren die voor concurrenten te risicovol zijn.

Case Study Analyse: De 'Fluidatiecontainer'

Een treffend voorbeeld van dit innovatieve vermogen is het 'fluidatiecontainer'-project voor Ploegam.¹

- **De Uitdaging:** Het trillingsvrij inbrengen van kunststof damwanden in dijken ter voorkoming van verzakkingen, waar traditionele heimethoden falen.
- **De Oplossing:** Jacotech ontwikkelde een mobiele unit die met 350 bar waterdruk de grond 'vloeibaar' maakt (fluideren), waardoor de damwanden zonder zware mechanische belasting geplaatst kunnen worden.
- **Technische Integratie:** Dit project demonstreert de unieke kracht van Jacotech: constructiewerk (aanpassing container, RVS-werk), watertechniek (hogedrukpompen, filtersystemen) en besturingstechniek werden naadloos geïntegreerd.
- **Strategische Implicatie:** Het toont aan dat Jacotech in staat is tot hoogwaardige R&D en engineering. Echter, dit project wordt intern gezien als een 'leuke klus' en niet als een schaalbaar product. Het ontbreekt aan een proces om dergelijke innovaties commercieel te exploiteren of als referentiecasi in te zetten voor vergelijkbare markten (bijv. waterbouw).

2.2 Operationele Knelpunten en Cultuur

Ondanks de technische excellentie, schetsen de interviews een beeld van een organisatie die operationeel vastloopt in haar eigen kleinschaligheid en reactieve natuur.

Het 'Winkel'-Dilemma en Voorraadbeheer

De fysieke winkel en de baliefunctie zijn historische restanten die steeds meer frictie veroorzaken in de bedrijfsvoering. Interviews onthullen dat er een aanzienlijke hoeveelheid 'dood kapitaal' in het magazijn ligt—voorraad die al jaren niet is omgeslagen, deels gemarkeerd met oranje stickers tijdens een vorig, niet afgerond optimalisatieproject.¹

- **Inefficiëntie:** De winkel trekt particulieren aan voor "tien schroefjes" of een enkel koppelstukje. Dit genereert minimale omzet maar vraagt wel tijd en aandacht van gekwalificeerd personeel dat elders meer waarde kan toevoegen (bijv. inkoop of calculatie).¹
- **Strategisch Conflict:** Er is een discrepantie tussen de ambitie om een hoogwaardige industriële partner te zijn en de realiteit van het bedienen van de lokale particulier. Dit vertroebelt het bedrijfsprofiel en zorgt voor een onscherpe positionering naar buiten toe.

Strategische Myopie en Leiderschap

Een terugkerend en kritiek thema in de interviews is het gebrek aan een duidelijke, gecommuniceerde visie. Medewerkers geven aan dat de directie (Marcel) weliswaar ideeën heeft en commercieel sterk is in 1-op-1 gesprekken, maar operationeel verdrinkt in de 'waan van de dag'.¹

- **Symptomen:** Besluitvorming is traag (bijvoorbeeld het traject voor nieuwe bedrijfskleding dat 1,5 jaar duurde), en cruciale projecten zoals de websitevernieuwing stagneren jarenlang.¹

- **Cultureel Gevolg:** Er ontstaat een cultuur van afwachten en gelatenheid. Medewerkers hebben ideeën (zoals actiever gebruik van social media of het benaderen van de Belgische markt), maar zien deze stranden in de uitvoering. Dit leidt tot een sluimerende demotivatie en onzekerheid, zeker in rustige periodes wanneer de orderportefeuille dun is.¹

Financiële en Administratieve Processen

Er is sprake van significante inefficiëntie in de administratieve processen. Offertes en facturatie worden handmatig gecontroleerd door de directie, wat een bottleneck creëert in de doorlooptijd. Daarnaast is er kritiek op het IT-systeem (Profit Manager) en de gebrekkige koppeling met leverancierssystemen (EDI), wat leidt tot foutgevoelig handmatig overtypewerk van facturen en prijslijsten.¹ Dit beperkt de schaalbaarheid van de organisatie.

3. Uitgebreide Concurrentie- en Marktanalyse

De markt waarin Jacotech opereert ondergaat een fundamentele verschuiving. De traditionele 'veilige haven' van de lokale agrarische sector droogt op door consolidatie en regelgeving, terwijl nieuwe industriële kansen zich aandienen die een fundamenteel andere, professionelere aanpak vereisen.

3.1 DESTEP-Analyse: De Drijvende Krachten

Factor	Trendbeschrijving	Directe Impact op Jacotech
Demografisch	Vergrijzing van boeren en technici.	Bedreiging: Het traditionele netwerk ('ons kent ons') verdwijnt met de pensionering van de oude generatie beslissers. Nieuwe inkopers kennen de historie van 'Jac Coolen' niet. ¹ Kennisborging intern is acuut risico.
Ecologisch	Klimaatverandering, droogte, stikstofcrisis.	Kans (Groot): Enorme vraag naar waterretentie, waterzuivering en emissie-reducerende technieken (zoals

		mestscheiding). Jacotech heeft hier de technische antwoorden op (bijv. regenwateropvang bij steenfabrieken, stofbestrijding). ¹
Sociaal-cultureel	Professionalisering en digitale oriëntatie.	Bedreiging: Nieuwe inkopers (B2B) oriënteren zich primair online. De huidige passieve 'mond-tot-mond' strategie werkt niet bij deze groep, die zoekt op specificaties en referenties. ¹
Technologisch	Digitalisering, sensoren, predictive maintenance (IoT).	Kans: Mogelijkheid tot 'servitization': het aanbieden van monitoring op afstand (zoals bij project Bioterra) om storingen voor te zijn en onderhoudscontracten te verkopen. ¹
Economisch	Consolidatie in de landbouw, schaalvergroting industrie.	Kans/Bedreiging: Minder maar grotere klanten. Dit vereist een professionelere, zakelijke benadering met contracten en SLA's in plaats van de informele 'keukentafel'-aanpak.
Politiek-Juridisch	Strengere milieuwetgeving (waterlozing, stikstof, fijnstof).	Kans: Bedrijven <i>moeten</i> investeren in compliance om hun 'license to operate' te behouden. Jacotech kan hier als ontzorger optreden (bijv. stofbestrijding bij puinbrekers is een wettelijke eis). ¹

3.2 Gedetailleerde Concurrentieanalyse

Jacotech bevindt zich in een unieke, maar lastig te communiceren positie. Uit de concurrentieanalyse ¹ blijkt dat er geen directe concurrent is die exact hetzelfde portfolio (Water + Staal + Pompen) aanbiedt. De concurrentie is gefragmenteerd in drie categorieën:

Categorie 1: De Niche-Specialisten

- **Spelers:** Kotech (Watertechniek), Willems (Staalconstructie), Veenhuis (Mesttechniek).
- **Profiel:** Deze partijen zijn diep gespecialiseerd in één discipline.
- **Zwakte t.o.v. Jacotech:** Kotech mist de zware constructiecapaciteit; Willems mist de hydraulische en pomptechnische kennis. Ze kunnen geen integrale projecten aannemen zonder onderaannemers.
- **Jacotech's Voordeel:** Integratie. Bij de Moza en de steenfabriek won Jacotech het project juist omdat ze zowel de silo's (constructie) als het leidingwerk en de pompen konden leveren en installeren.¹ Klanten in de procesindustrie willen één aanspreekpunt (One-Stop-Shop) om faalkosten en coördinatie-stress te verminderen.

Categorie 2: De Online Prijsvechters & Groothandels

- **Spelers:** Wildkamp, DISTRIMEX, diverse webshops.
- **Profiel:** Focus op logistiek, breed assortiment, lage prijs, snelle levering (vandaag besteld, morgen in huis).
- **Zwakte t.o.v. Jacotech:** Geen installatie, geen engineering, geen maatwerk. Het is "u koopt wat u klikt".
- **Bedreiging:** Voor de 'losse verkoop' en de baliefunctie is dit een dodelijke concurrentie. Jacotech kan niet winnen op prijs of logistieke snelheid voor commodities zoals PVC of standaard pompompen.
- **Strategie:** Jacotech moet wegbewegen van de verkoop van *producten* (waar de prijsvechter wint) naar de verkoop van *geïntegreerde oplossingen* en *service* (waar de webshop faalt).

Categorie 3: De Gevestigde Industriële Partners

- **Spelers:** Kruse F.B. Mechanical, BBA Pumps.
- **Profiel:** Professionele uitstraling, spreken de taal van de industrie ("Service", "Stilstand minimaliseren", "Turnkey"), sterk in onderhoudscontracten.
- **Zwakte t.o.v. Jacotech:** Vaak groter en logger, minder flexibel voor ad-hoc maatwerk.
- **De Kloof (Gap):** Jacotech heeft de *kunde* om hier te concurreren, maar niet de *uitstraling*. De website en marketing van Jacotech ogen nog te veel als een lokaal MKB-bedrijf, terwijl de projecten (Moza, Bioterra) van industrieel niveau zijn.¹

3.3 Vijfkrachtenanalyse (Porter)

1. **Macht van Afnemers (Hoog):** Door transparantie via internet kunnen klanten prijzen van

componenten makkelijk vergelijken. Industriële klanten zijn professionele inkopers die eisen stellen aan certificering en prijsopbouw.

2. **Macht van Leveranciers (Gemiddeld):** Jacotech is dealer van A-merken (Eisele). Dit biedt bescherming (exclusiviteit), maar creëert ook afhankelijkheid. Voor grondstoffen (staal) is men prijznemer.
3. **Dreiging van Substituten (Hoog):** Voor het 'low-end' segment (losse verkoop) zijn webshops een perfect substituuat. Voor maatwerkprojecten zijn er geen substituten, alleen alternatieve aanbieders.
4. **Dreiging van Nieuwe Toetreders (Laag):** De drempel om een vergelijkbaar 'hybride' bedrijf te starten is hoog. Het vereist een dure werkplaats, voorraad én specialistische 'tacit knowledge' die niet snel te kopiëren is.
5. **Interne Concurrentie (Gemiddeld):** De markt is verdeeld; er is geen moordende concurrentie op het unieke 'integrator'-model, maar wel op de losse componenten.

4. Reputatie, Klantbeleving en Customer Journey

Een kritieke bevinding uit de analyse van de klantreis is dat Jacotech excelleert in de latere fases (Uitvoering, Service), maar vrijwel onzichtbaar is in de beginfase (Bewustwording/Oriëntatie). Dit creëert een 'Awareness Gap'.

4.1 Reputatie Analyse: De Interne Klantspiegel

Bij gebrek aan externe online reviews (Google Maps data niet beschikbaar in snippets), is een analyse gemaakt van de interne perceptie van klantfeedback.¹

- **Sterke Punten (Sentiment: Zeer Positief):**
 - *Oplossingsgerichtheid:* Klanten waarderen dat monteurs "niet weggaan voordat het werkt". Zelfs als een mixer initieel niet functioneert (fout in draairichting/schoepen), lost Jacotech dit op eigen kosten en initiatief op. Dit bouwt diep vertrouwen.¹
 - *Flexibiliteit:* In tegenstelling tot grote bureaucratische spelers, kan Jacotech snel schakelen bij calamiteiten.
 - *Persoonlijk Contact:* De gunfactor is hoog bij de 'oude garde' klanten die de historie kennen.
- **Zwakke Punten (Sentiment: Kritisch):**
 - *Administratieve Traagheid:* Offertes duren soms lang omdat ze door een bottleneck (directiecontrole) moeten.
 - *Professionele Uitstraling:* Er is feedback dat monteurs soms in oudere bussen aankomen met ongeorganiseerd gereedschap, wat een gemengd signaal afgeeft aan high-end industriële klanten.¹
 - *Gebrek aan Proactiviteit:* Klanten horen weinig van Jacotech als er geen storing is. Er is geen structureel relatiebeheer (accountmanagement).

4.2 De Huidige Klantreis (Customer Journey)

1. **Awareness (Bewustwording):** *Status: Kritiek.* Nieuwe klanten vinden Jacotech niet. De instroom is bijna 100% afhankelijk van het bestaande netwerk of toeval. Als een industriële inkoper zoekt op "waterzuivering industrie Limburg", komt Jacotech waarschijnlijk niet naar boven.¹
2. **Consideration (Overweging):** *Status: Zwak.* De website fungeert als een 'digitaal visitekaartje' uit het verleden. Het toont niet de *huidige* capaciteiten (zoals de fluidatiecontainer of complexe besturingen). De potentiële klant kan niet valideren of Jacotech de klus aankan.
3. **Decision (Beslissing):** *Status: Sterk (bij persoonlijk contact).* Zodra Marcel of een projectleider aan tafel zit, stijgt de conversiekans enorm door de aanwezige technische expertise en het vertrouwen dat wordt uitgestraald.
4. **Delivery (Levering):** *Status: Zeer Sterk.* De uitvoering is de kernkwaliteit.
5. **Loyalty (Loyaliteit):** *Status: Passief.* Klanten blijven omdat het goed is, maar worden niet proactief beheerd. Er is geen 'Lock-in' door contracten.

4.3 Buyer Personas

Om de marketing te focussen, zijn drie persona's geïdentificeerd die de toekomst van Jacotech vertegenwoordigen¹:

- **Persona 1: De Industriële Procesmanager ("Proces Piet").**
 - *Profiel:* Technisch manager bij een productiebedrijf (steenfabriek, voedingsmiddelen).
 - *Behoefte:* Procescontinuïteit (uptime), compliance (milieuwetgeving), één aanspreekpunt voor complexe vraagstukken (water + staal).
 - *Jacotech's Waarde:* Ontzorging. Jacotech regelt het leidingwerk, de constructie én de pompinstallatie. Geen gedoe met drie onderaannemers.
 - **Persona 2: De Moderniserende Agrariër ("Boer Bart").**
 - *Profiel:* Schaalvergroterende veehouder die investeert in technologie (mestscheiding, emissiereductie).
 - *Behoefte:* Betrouwbaarheid, robuuste techniek (Eisele pompen), service in het weekend.
 - *Jacotech's Waarde:* Bewezen kennis van de sector, dealer van topmerk Eisele, 24/7 mentaliteit.
 - **Persona 3: De High-End Woningbezitter ("Villabezitter Victor").**
 - *Profiel:* Vermogende particulier met groot landgoed.
 - *Behoefte:* Esthetiek, volledig geautomatiseerde tuinberegening, geen zorgen.
 - *Jacotech's Waarde:* Maatwerkoplossingen (bijv. ondergrondse beregening zonder zichtbare sproeiers), professionele aanleg.
-

5. Digitale Strategie en SEO Analyse: Van Product naar Oplossing

De SEO-analyse¹ legt een pijnlijke maar kansrijke 'Semantische Kloof' bloot. Er is een fundamenteel verschil tussen de taal die Jacotech spreekt (intern en op de website) en de taal die de markt (concurrenten en klanten) spreekt.

5.1 De Semantische Kloof (The Semantic Gap)

- **Jacotech's Taal (Inside-Out):** De website staat vol met zelfstandige naamwoorden die *producten* beschrijven: "Pomp", "Berekening", "Constructiewerk", "Mest", "Onderdelen".¹ Dit is de taal van een leverancier of een 'dozenschuiver'.
- **De Markt Taal (Outside-In):** Concurrenten zoals BBA Pumps, GEA en Van der Ende gebruiken woorden die *waarde en processen* beschrijven: "Oplossing", "Service", "Kwaliteit", "Innovatie", "Duurzaamheid", "Project", "Advies".¹

5.2 Strategisch SEO Advies: Pijlers voor Content

Om deze kloof te dichten, moet de website heringericht worden rondom 'Topical Authority' pijlers in plaats van productcategorieën.¹ Door te focussen op productnamen ("dompelpomp") concurreert Jacotech onbedoeld met webshops die deze producten goedkoper aanbieden. De focus moet liggen op zoektermen met een *commerciële* en *informatieve* intentie die leiden tot projectaanvragen.

Aanbevolen Zoekterm-Pijlers:

Pijler	Huidige Termen (Te vermijden als focus)	Nieuwe Strategische Zoektermen (Focus)	Doelgroep
Industrie	Pompen, Leidingwerk	Proceswater hergebruik, Industrieel afvalwater zuiveren, Waterinfrastructuur industrie, Turnkey waterinstallaties.	Proces Piet
Agri	Mest, Mixers	Emissiearme mestsystemen, Eisele mesttechniek	Boer Bart

		specialist, Geautomatiseerde staltechniek, Mestscheiding oplossing.	
Constructie	Lassen, Constructie	RVS bordessen op maat, Machinebouw voedingsmiddelen industrie, Gecertificeerd laswerk, Engineering en constructie.	Proces Piet
Service	Onderdelen, Reparatie	Revisie industriële pompen, 24/7 storingsdienst pompen Limburg, Preventief onderhoud waterinstallaties.	Alle persona's

Door content te schrijven rondom deze termen (bijv. een case study: "Hoe wij voor steenfabriek X 10.000 liter water per dag besparen door recirculatie"), trekt Jacotech de juiste, zakelijke beslissers aan en omzeilt het de prijsconcurrentie op losse producten.

6. Wet- en Regelgeving & Certificering: De Toegangspoort tot de Industrie

Uit de analyse van de industriële klantpersona ('Proces Piet') en de projecten bij partijen zoals Moza en de Steenfabriek, blijkt dat compliance een steeds grotere rol speelt. Industriële klanten opereren onder strikte veiligheids- en milieunormen.

6.1 VCA** (Veiligheid, Gezondheid en Milieu Checklist Aannemers)

- **Huidige Situatie:** Jacotech werkt al volgens veiligheidsnormen, maar de vraag is of dit formeel genoeg geborgd is voor groei in de zware industrie.¹

- **Strategische Noodzaak:** Voor industriële klanten (Chemie, Food, Bouwmaterialen) is VCA** vaak een *knock-out criterium* bij aanbestedingen. Zonder dit certificaat komt een leverancier niet op de 'preferred supplier list'.
- **Advies:** Als Jacotech wil groeien bij klanten zoals H&R (Teflon) of in de petrochemie, is VCA** certificering geen optie maar een vereiste. Het straalt professionaliteit uit en vermindert het aansprakelijkheidsrisico voor de opdrachtgever.

6.2 ISO 14001 (Milieumanagement)

- **Context:** De markt vraagt om duurzaamheid (waterzuivering, emissiereductie).
- **Strategische Waarde:** Hoewel ISO 14001 voor een bedrijf van de omvang van Jacotech (10 FTE) zwaar kan zijn, biedt het een enorm onderscheidend vermogen. Het valideert de claim dat Jacotech 'partner in duurzaamheid' is.
- **Advies:** In eerste instantie focussen op de *praktische uitvoering* van milieunormen (zoals de fluidatiecontainer die bodemschade beperkt) en dit in marketing uitdragen. Formele ISO-certificering is een stap voor fase 2, tenzij specifieke grote tenders dit eisen.

7. Strategische Synthese en Implementatieplan

Op basis van de integrale analyse wordt geadviseerd om een strategie van **Gefocusseerde Differentiatie en Professionalisering** te volgen. Jacotech moet transformeren van een reactieve 'alleskunner' naar een proactieve **Technical Integrator**.

7.1 Strategische Pijler 1: Van Reactief naar Proactief (Commercie)

Het huidige model leunt op toeval en historie. Dit is onhoudbaar.

- **Actie:** Stel een dedicated commercieel medewerker / accountmanager aan (of maak iemand vrij). De directie (Marcel) is te druk voor consistente acquisitie.
- **Target:** Focus op 'slapende' klanten in de industrie. Bel bestaande relaties (zoals Moza, Willems) proactief op voor onderhoudsgesprekken of procesoptimalisatie, niet wachten tot er iets stuk gaat.
- **Middel:** Implementeer een eenvoudig CRM of gebruik het bestaande systeem om contactmomenten te loggen en op te volgen (niet meer op geheugen werken).

7.2 Strategische Pijler 2: Servitization (Verdienmodel)

Jacotech laat marge liggen door enkel uren en materialen te factureren bij storingen.

- **Concept:** Verschuif van eenmalige projectomzet naar terugkerende service-omzet.
- **Actie:** Ontwikkel standaard onderhoudscontracten voor de geïnstalleerde basis (pompen, beregening, waterzuivering).
 - *Niveau 1:* Jaarlijkse inspectie & winterbeurt (voorspelbare omzet).
 - *Niveau 2:* Storingsgarantie & vervangende onderdelen (klantenbinding).

- Niveau 3: Monitoring op afstand (Smart Industry) via sensoren.¹
- **Doel:** Stabiliseren van de cashflow en het opvullen van de rustige wintermaanden.¹

7.3 Strategische Pijler 3: Digitale Transformatie (Marketing)

- **Actie:** Lanceer een nieuwe website die niet focust op de catalogus (producten), maar op **Cases en Oplossingen**.
- **Content:**
 - Beschrijf het project bij de Steenfabriek uitgebreid: "Hoe wij 3 disciplines integreerden voor waterhergebruik". Gebruik termen uit de SEO-analyse (Pijler 1).
 - Maak een pagina "Voor de Industrie" en "Voor de Agrariër" om de bezoeker direct te herkennen (Buyer Personas).
- **Kanaal:** Gebruik LinkedIn voor de industriële doelgroep (Proces Piet) met foto's van complexe installaties. Toon niet alleen het eindresultaat, maar ook het proces in de werkplaats om vakmanschap te bewijzen.

7.4 Operationele 'Quick Wins'

1. **De Winkel:** Evaluer kritisch het rendement van de balieverkoop. Overweeg deze te sluiten voor particulieren of enkel op afspraak te openen, om kostbare tijd van specialisten (Wendy) vrij te maken voor inkoop en projectondersteuning.¹
2. **Kennisborging:** Koppel jonge monteurs/stagiairs structureel aan de 'oude rotten' (Peter, Hilda) in een meester-gezel constructie, niet alleen voor de handjes, maar expliciet om specifieke systeemkennis vast te leggen.
3. **Projectevaluatie:** Voer een standaard 'nacalculatie-bespreking' in voor elk project >€10k. Wat ging goed? Wat kostte te veel uren? Leg dit vast om het lerend vermogen te vergroten.¹

Conclusie

Jacotech heeft goud in handen met haar technische expertise en unieke 'integrator' profiel. De markt schreeuwt om de oplossingen (water, duurzaamheid) die Jacotech kan bieden. De remmende factor is niet de techniek, maar de organisatie. Door te kiezen voor focus (Industrie & Hoogwaardig Agri), proactieve verkoop en een dienstverlenend verdienmodel (Servicecontracten), kan Jacotech haar continuïteit borgen en ontsnappen aan de prijsconcurrentie van de dozenschuivers.

Geciteerd werk

1. Hoofdstuk 4_ Analyse Huidige Situatie (IST).pdf