

Ondernemer Jake Blok: *Keep on tryin'*

OVER BUSINESS DEVELOPMENT ALS PASSIE

Hans Hortensius



“My primary wish in life is to be able to do all that is needed to stay happy personally and satisfied business wise”

JAKE BLOK

In 2000 richtte Jake Blok de holding BV I Have A Wish te Amsterdam op: een bedrijf dat als voornaamste doel heeft het vermarkten van innovatie. Door middel van verschillende projecten op het gebied van Business Development streeft hij naar het opzetten van een alternatieve dienstverlening voor middelgrote en grote bedrijven die de ambitie hebben om te groeien. Daarnaast, al dan niet via zijn holding, schrijft hij, jureert hij en geeft hij lezingen. Jake Blok voert vanaf zijn zestiende al opdrachten uit op dit gebied en na zijn studie Commerciële Economie in Amsterdam werd het tijd voor een BV.

De visie van I have A Wish BV is de opkomst van een zogeheten Business Development Platform, allereerst: wat verstaat u hierbij onder Business Development?

“Een bedrijf dient een ambitie te hebben om te groeien, het is naïef om vast te houden aan het bestaande. Maar tegelijkertijd moet de bestaande business worden geoptimaliseerd. Het uiteindelijke doel is om steeds meer marge te behalen. Groei kan vervolgens komen uit ‘meer’ en ‘anders’. De zaken die een nieuwe aanpak nodig hebben en/of een potentiële nieuwe bron van inkomsten met zich meebrengen, vergen aandacht. Wie gaat dat oppakken en tot een *proof of concept* brengen? In mijn ogen de Business Developer. Als het nieuwe concept eenmaal is bewezen en geaccepteerd, zal de organisatie dit in zich opnemen. De activiteiten van de Business Developer worden dan gestaakt. Hij verricht in de praktijk dus projecten rondom producten, diensten, samenwerkingen etc., die nog niet bestaan en wel tot nieuwe bronnen van inkomsten dienen te leiden.”

En wat heeft u met een platform voor ogen?

“Een Business Development Platform is een reeks activiteiten die gezamenlijk een middelgrote of grote partij tijdelijk van dienst zijn bij de onderdempeling in het nieuwe tot aan het eerste bewijs van een nieuw verdienpotentieel. Verder dienen er diverse diensten te zijn om het onderwerp geaccepteerd te krijgen. Diverse partijen zijn hierbij betrokken: een mix van iedereen die nodig is om de bovenstaande zaken goed te doen en gedragen te krijgen. Ook de klant dient hierbij betrokken te worden. Veelal geloof ik in dit kader in co-creatie: de samenwerking met diverse partijen in verschillende stappen van het proces.”

Welke activiteiten ontplooit uw bedrijf in dit kader?

“Het thema is ‘het vermarkten van innovatie’. Ik besteed twee dagen in de week om te leren wat dit is, om erover te discussiëren en om een boodschap over te brengen. Ik besteed vier dagen aan het verrichten van haalbaarheidstudies en, in toenemende mate, aan het maken en exploiteren van intellectueel eigendom, het ontwikkelen of uitwerken van concepten. Met beide onderdelen heb ik ervaring opgedaan. Ik denk dat ik pas over vijf jaar zover ben dat ik tevreden ben met hetgeen er is. Daarna zou ik gebruiker van zo’n platform willen worden, bijvoorbeeld met een apart bedrijf concepten uitwerken. Sommigen stellen dat ik dit nu al doe.”

Is dit naar uw verwachtingen?

“Ja en nee. Ja omdat ik nu beter weet wat dit ‘vak’ inhoudt. Aan de andere kant weet je ook steeds minder. De verwachtingen die ik had heb ik aangepast. Zo is de markt voor ‘het verzorgen van inspiratie’ enorm groot met weinig gedegen spelers. Hier blijken dus kansen te liggen.”

Hoe is het gesteld met het Nederlandse bedrijfsleven op het gebied van Business Development?

“Droevig... even de reacties uitlokken. Nee, zonder gekheid. Bij een reeks interviews, inmiddels zo’n dertig, over wat Business Development is, kom je erachter dat de mensen die zich met dit vak bezig houden vaak ‘eenzaam’ zijn. Ze hebben toegang tot alles, hebben geen of een beperkt budget, hebben targets, moeten iets bewijzen en hebben veelal geen grote organisatie ter ondersteuning. In de praktijk ligt de prioriteit bij het bestaande en niet bij het nieuwe. In mijn ogen zouden middelgrote en grote ondernemingen meer prioriteit bij het ‘nieuwe’ moeten leggen.”

Wat zou hieraan gedaan kunnen worden?

“Er is altijd ruimte voor verbetering. Als het goed gaat dan moet je niet stil blijven staan. Vernieuwing en ‘creative destruction’ Tom Peters: Re-Imagine, red.)

zijn ook belangrijke factoren. Veel partijen in mijn ogen zien Business Development als een speciaal project, niet als een activiteit met een reeks van projecten. Als dit wel het geval was dan zouden Business Development-organisaties ontstaan, wat in de praktijk niet het geval is. Dit zijn natuurlijk zwart-wit uitspraken. Uiteraard heeft een partij als DSM en KPN een Business Development-organisatie. De kansen voor dergelijke partijen zijn echter veel groter dan dat momenteel worden opgepakt. Waarom is dat zo? Tja, prioriteitstelling. In mijn ogen dienen bedrijven hun marktpotentieel verder te exploreren en te exploiteren.”

Wat is de relatie tussen Business Development en innovatie?

“Tja, goede vraag. In mijn ogen komt innovatie uit de wereld van product- en dienstontwikkeling. Innovatie is business creatie, het leidt tot een nieuwe inkomstenbron en is daarmee niet afgelopen bij een nieuw product. Business Development is daarentegen meer omvattend. Een mooi modelletje waar ik wel achter sta is van Buckland (William Buckland: *Inventing, red.*). Hij verstaat onder Business Development de volgende activiteiten: verbeteren, creatie, investeren, en fusies en overnames. Ik zou daar divestment nog bij willen doen, waar stop ik mijn tijd en geld in? Business Development gaat ook over marge verbeteren en houdt zich daarom bezig met de nieuwe manieren en insteken die een bestaande partij nastreeft om deze marge te ontwikkelen. Verder zou je kunnen afvragen wat het verschil is tussen marketing en Business Development. Al die termen... In de praktijk houden de meeste marketeers zich bezig met het vermarkten van het bestaande. Business Developers doen dat eveneens, zij het ook met het nieuwe. De overlap zit in die activiteiten die wellicht een bepaalde omvang hebben en als speciaal project kunnen worden gezien. De status van marketing in de praktijk gaat helaas vaak niet verder dan communicatie.”

Wat vindt u van het niveau van de opleidingen op het gebied van Business Development?

“Ik ben al heel blij dat het begrip wordt gehanteerd. In de praktijk komt het zelden neer op iets anders dan een general management / MBA insteek. Integraal denken en *concepting*, het totaalplaatje kunnen zien, zijn onderwerpen die minder worden belicht bij opleidingen die ik ken. Het zal goed zijn als hier verandering in komt.”

Wat zijn uw toekomstplannen op dit gebied?

“Inspirator zijn voor het vakgebied. Denker en doener.”

Wat zou u de student van vandaag willen meegeven op het gebied van Business Development?

“Wauw. Ik ben vereerd! Ik zou zeggen: *keep on tryin'*. Zoals Fostick en Roosevelt ooit zeiden: ‘Better to try all things and to find all empty, than to try nothing and leave life a blank! It is common sense to take a method and try it. If it fails, admit it frankly and try another. But above all, try something!’” ●

Voor meer informatie over *I Have A Wish* en de projecten van Jake Blok, bezoek de website: www.ihaveawish.com of mail naar jake@ihaveawish.com.