
▶ Curriculum Vitae drs. Ron Janssen

Personalia

Naam: Janssen

Voornamen: Ronaldus Gerardus

Adres: Bergsingel 220B

Postcode & plaats: 3037 GS, Rotterdam

Geboren: 06-12-1964

Burgerlijke staat: Gehuwd

Nationaliteit: Nederlandse

Geslacht: Man

Rijbewijs: B/E

E-mail: ron@rjmsr.nl

Telefoon: 06 24 34 49 51

Websites: www.rjmsr.nl / www.valuetrain.nl

Opleiding

Atheneum B (1985 eindexamen)

- ▶ Vakken: Nederlands, Engels, Scheikunde, Aardrijkskunde, Wiskunde, Economie, Biologie)

Doctoraal Sociale Geografie (UVA) (1991 afgestudeerd)

- ▶ Specialisatie: Methoden en Technieken van onderzoek

Ervaring

Interim (Direct) Marketing Adviseur (1 juni 2010 – heden)

Oprichting Value Train (1 september 2011)

Interim opdrachten

DELTA energie Zeeland

Manager Product Management & Business Development A.I. (21 sept 2012 – 21 dec 2013)

Opdracht:

- Vormgeven nieuwe propositiestrategie, afdeling en rollen.
- Vormgeven en uitvoeren van campagne, productontwikkeling, business cases, verkoopstrategie en begeleiden van energie-adviseurs.
- Halen van de targetstelling op kosten, communicatie respons en verkopen (www.zongarant.nl).

Resultaat:

Beschrijving nieuw team en rollen, nieuwe propositiestrategie en toekomstige verdienmodellen.

Eneco

Hoofd Marketing en Verkoop mkb A.I. (1 maart – 15 september 2013)

Opdracht:

- Uitzetten strategische koers rondom klanttevredenheid, customer journeys en moments of truth.
- Vormgeven loyaliteitbeleid en acties
- Verkoopbeleid meer afstemmen op lange termijn relatie klant

Resultaat:

Introductie transactionele klanttevredenheid meting, continu optimalisatie rondom moments of truth en inrichting diverse customer journeys . Nieuwe marketingstrategie met grotere nadruk op klanttevredenheid kpi' s en klantdoelen

DELTA energie Zeeland

Marketing manager DELTA Zon Garant A.I. (1 sept 2012 – 1 mrt 2013)

Opdracht:

- In de markt zetten van een nieuwe zonne-energie propositie voor consumenten in Zeeland.
- Vormgeven en uitvoeren van campagne, productontwikkeling, business cases, verkoopstrategie en begeleiden van energie-adviseurs.
- Halen van de targetstelling op kosten, communicatie respons en verkopen (www.zongarant.nl).

Resultaat:

- Introductie nieuw product per 10 december 2012 waarbij de eerste conversie cijfers ruim boven de verwachting uitkomen.

DELTA energie Zeeland

Marketing manager energie consumenten A.I. (1 mrt 2012 – 1 sept 2012)

Opdracht:

- Opnieuw inrichten consumenten campagnes voor werving en behoud van klanten voor gas en elektriciteit.
- Opstarten Multichannel communicatie met focus op overschakeling naar minder dure kanalen

- Opzetten klantwerving buiten Zeeland.
- Ontwikkelen nieuw merk en communicatiestrategie, internetverkoop en optimaliseren online strategie.

Resultaat:

- Ruim 20% overschrijding targets op klantwerving, omzet en ebit. Kortere campagne cyclus en lagere inzet van duurdere kanalen.

Interim Fondsmanager Cordaid (1 oktober 2010 – 1 september 2011)

Cordaid (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Voorbereiden en lanceren van een nieuw merk/fonds dat zich met name op internet en via internet fundraising manifesteert (zie www.cordaidmicrokrediet.nl en www.cordeals.nl).
- Aansturing team van communicatie, internet en fondsenwerving specialisten.
- Ontwikkelen merk en communicatiestrategie, internetsite, salesfunnel en productieplatform.

Resultaat:

- Introductie van een nieuw fondsenwervend merk dat op een geheel nieuwe wijze, via internet, fondsen genereert en een nieuwe doelgroep aanboort.

Interim Marketing Manager (1 augustus 2010 – 1 november 2010)

Naam bedrijf: TNT Printmanagement

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Opzetten van een marketing-, communicatie- en salesplan tbv een nieuwe positionering en klantwervingsstrategie.
- Uitwerking van communicatie middelen.

Resultaat:

- Een plan en sales werkwijze waarmee de organisatie zijn groeiambities kan waarmaken.
- Een op Miller Heiman gebaseerde salesaanpak.

Interim Organisatie Adviseur (1 juni 2010 – 1 augustus 2010)

Naam bedrijf: Cendris

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Uitwerken opgestelde visie en strategie.
- Beschrijven nieuwe organisatie, processen, functies en kosten/baten structuren voor de marketing en operations afdelingen.
- Begeleiding adviesaanvragen.

Resultaat:

- Een door de directie en OR goedgekeurd plan waarmee een beweging wordt ingezet om de operationele kosten van de organisatie met 20% te verminderen en tegelijkertijd de

dienstverlening naar klanten te verbeteren.

Vaste functies

Marketing & Communicatie Director (1 mei 2008 – 1 juni 2010)

Cendris (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Eindverantwoordelijk voor alle marketing en communicatie activiteiten.
- Direct en indirect aansturen van een team van 24 professionals op het gebied van productontwikkeling, data analyse & research, communicatie, marktmanagement en conceptontwikkeling.
- Aansturing van de klantcontactstrategie, marktwerking, thematische campagnes, productontwikkeling en database marketing.

Resultaat:

- Introductie marketing accountability, geautomatiseerde campagne management, reductie verkoopkosten door introductie webverkoop en webselfservice.
- Sterke opschaling van leadgeneratie.

Marketing manager (1 mei 2002 – 1 mei 2008)

Cendris (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Aansturen product managers op de verschillende portfolio's (5 fte) en research analisten (4 fte).
- Opzet en aansturen uitvoering marketingplannen.
- Opzetten en begeleiden van campagnes en PR.
- Rendementsverantwoordelijk voor het gehele portfolio.
- Mediacontacten, contact met reclamebureaus.
- Marktonderzoeken, klanttevredenheidonderzoeken.
- Begeleiden en aansturen grote klanttrajecten zoals bijvoorbeeld leadgeneratie voor KPN en UPC met behulp van verhuisdata en leadgeneratieconcepten als www.kijkmijnhuis.nl, www.jouwenergielabel.nl.

Resultaat:

- Succesvolle introductie van consultancy afdeling binnen Cendris.
- Sterke omzetgroei van het portfolio (150%) dmv gerichte campagnes en sturing op hoge kwaliteit leads sales.
- Introductie van websales en webselfservice platforms.

Productmanager (1 oktober 2001 – 1 december 2002)

Cendris (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Opzet en uitvoering productplannen.
- Productontwikkeling, -beheer en verbetering.
- Promoties, salesondersteuning en communicatie campagnes uitvoeren.
- begeleiding reclamebureaus.
- Functionele aansturing operationele organisatie m.b.t. order to cash flow.

Resultaat:

- Introductie succesvol leadgeneratie model voor sales.
- Sterke omzetgroei door 4 nieuwe productintroductions in korte tijd.

Coördinator Database Marketing (1 februari 2000 – 1 oktober 2001)

Nationale Nederlanden (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Het verzorgen van direct marketing campagnes voor Nationale Nederlanden en bij Nationale Nederlanden aangesloten intermediair organisaties.
- Opzet en uitbouw van de afdeling data-analyse; begeleiding data analisten; uitvoeren analyses met SPSS en SAS.
- Opzet, implementatie en uitvoering van Event Driven Marketing.
- Verzorgen van DM communicatieplannen, aansturen externe bureaus (telemarketing, campaign management, reclamebureaus en andere adviesbureaus).

Resultaat:

- Een volledig geautomatiseerd Event Driven Marketing proces voor 24 aangesloten intermediairs van Nationale Nederlanden.

Fondsenwerver (1 april 1998 – 1 februari 2000)

Stichting Vluchteling (Den Haag)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Het beheer en up-to-date houden van het donateur bestand.
- Verantwoordelijk voor alle fondsenwerving campagnes.
- Verantwoordelijk voor het direct marketing mailplan en het onderhouden van contacten met verschillende leveranciers.
- Analyseren van response, doelgroepen. Opzetten van testen, onderzoeken naar response en doelgroep profielen.

Resultaat:

- Succesvolle introductie van gesegmenteerde marktbenadering.
- Sterke groei nieuwe donateurs door toepassing van profielkenmerken en testing.

Directeur eigenaar Reclame Adviesbureau (1 oktober 1993 – 1 april 1998)

Turksma & Partners Reclamebureau Rotterdam (Rotterdam)

Taken & Verantwoordelijkheden:

- Verantwoordelijk voor inkoop, verkoop, plan van aanpak, acquisitie, relatiebeheer en vestigingsbudget.
- Ontwikkelen van marketing- en communicatieplannen, campagnes voor verschillende cliënten.
- Adviseren van cliënten op het gebied van marketing (-communicatie) en PR.
- Conceptuele invulling van communicatiemiddelen als folders, brochures, advertenties, radiocommercials, (presentatie)-video's, beurspresentatie, en direct-marketing campagnes.
- Aansturen en begeleiden van verschillende teams interne en externe specialisten op het gebied van communicatie (copywriters, fotografen, DTP-ers, ontwerpers, standbouwers, drukkers, etc).

Resultaat:

- Succesvol acterend bureau met een hoog renderend klantenportfolio.

Marktonderzoeker (Oktober 1991 – 1 oktober 1993)

Freelance marktonderzoeker (Rotterdam)

Cursussen

- ▶ jan 1994 - juni 1994: Reclameschrijven.
- ▶ okt 1994 Presentatietechnieken (Dekkers Development Trainingsbureau).
- ▶ mrt 1995- juli 1995 Financieel Bureau Management (brancheorganisatie Pragma).
- ▶ okt 1995 - febr 1996 NIMA-A (certificaat).
- ▶ apr 1996 - jan 1997 Strategie & Communicatie (Ton Sandig trainingen).
- ▶ okt 1998 – febr 1999 NIMA PRA.
- ▶ 1999 SRM Databased Marketing Nima B.
- ▶ febr 2000 inleidende en vervolgcursus SAS analyse.
- ▶ febr 2004 NIMA B (diploma).
- ▶ Okt 2006 – mrt 2007 Strategisch leiderschap, Schouten & Nelissen.
- ▶ Okt 2007 Coachen op competentieontwikkeling (COCO) voor TNT.

Vakkennis & vaardigheden

- ▶ Campagne en conceptontwikkeling
- ▶ E-commerce, webshops, leadgeneratie, google analytics, webservice, community building
- ▶ Campagne Management
- ▶ (Transactionele) klanttevredenheidonderzoek opzetten en resultaten toepassen

- ▶ Analysetechnieken, datamining, werken met SPSS en SAS
- ▶ Merkmanagement en doorvertaling merkwaarden in Brandkeys
- ▶ Coachen, leidinggeven en enthousiasmeren van (hoogopgeleide) medewerkers
- ▶ Event Driven Marketing campagnes
- ▶ Goede beheersing van office pakketten, analyse pakketten, ontwerpsoftware zoals photoshop en Adobe Go Live