



Wij zijn ^{van} **Waerde...**

... voor bedrijven die betrokken zijn bij fusies en overnames.

*M&A-specialisten in merk- en commerciële due diligence
en voor optimalisatie en integratie bij fusies en overnames.*

Ruime ervaring

Wij brengen uitgebreide kennis en ervaring op het gebied van commerciële due diligence en integratie bij fusies en overnames voor:

- merken en marketing,
- communicatie,
- commerciële optimalisatie,
- business development en sales.

Deze ervaring hebben we opgedaan bij en met familiebedrijven, MKB en grootzakelijk: AXA/Reaal, Azivo, BDO Adviseurs, Eneco eMobility, EY, Interstellar Group, Jurable (nu BrandMR), McKinsey en Projective Group.



Experts in commerciële optimalisatie en integratie

Met ons 100-dagen plan sluiten we **merk, marketing, sales** en **communicatie** naadloos op elkaar aan:

- je mensen worden actief betrokken bij de transitie,
- je blijft tractie houden in de markt,
- en je krijgt een vlotte en soepele commerciële integratie.

“Welkom bij de club”. “Er gaat niets voor jullie veranderen” en “We houden jullie op de hoogte”. En daarna blijft het stil. IJzig stil.

Wij zien drie grote uitdagingen na overname

Behoud

Behoud van mensen, klanten en leveranciers

Er wordt een start gemaakt met communicatie, maar dit wordt vaak niet doorgezet. Wat communiceer je aan je mensen over het effect van de overname? Over de strategie, de lopende marketingcampagnes, het functiehuis, contracten?

Onzekerheid over functies en samenwerking schaadt het imago en zorgt ervoor dat 25-30% van het personeel vertrekt. Een goed doordacht communicatieplan vóór de townhall-meeting is essentieel om rust te brengen en duidelijkheid te verschaffen aan alle betrokkenen.



Groei

Behoud van tractie in verschillende markten

Het doel van een overname kan zijn diversificatie, marktaandeel vergroten, of kosten verlagen. Vaak worden de commerciële krachten van de verschillende merken gebundeld, maar de volle potentie van cross- en upsell blijft vaak onbenut.

Campagnes worden stopgezet, sales weet niet hoe tractie te houden. Een daling in omzet is het gevolg.

Met onze 100-dagenplan zorg je dat je commerciële apparaat actief blijft, tractie behoudt en de omzet daardoor een stuk minder dipt.



Merkintegratie

Samenbrengen van verschillende merken

Met de overname van één of meerdere bedrijven ontstaat er een collectie van merken. Hoe leg je uit waar het nieuwe bedrijf voor staat? Welk merk gebruik je en hoe positioneer je het?

Via duidelijke merkproposities maken wij de samenhang van de merken logisch. Een sterke communicatiestrategie draagt bij aan het creëren en behouden van de nodige tractie in de markt.

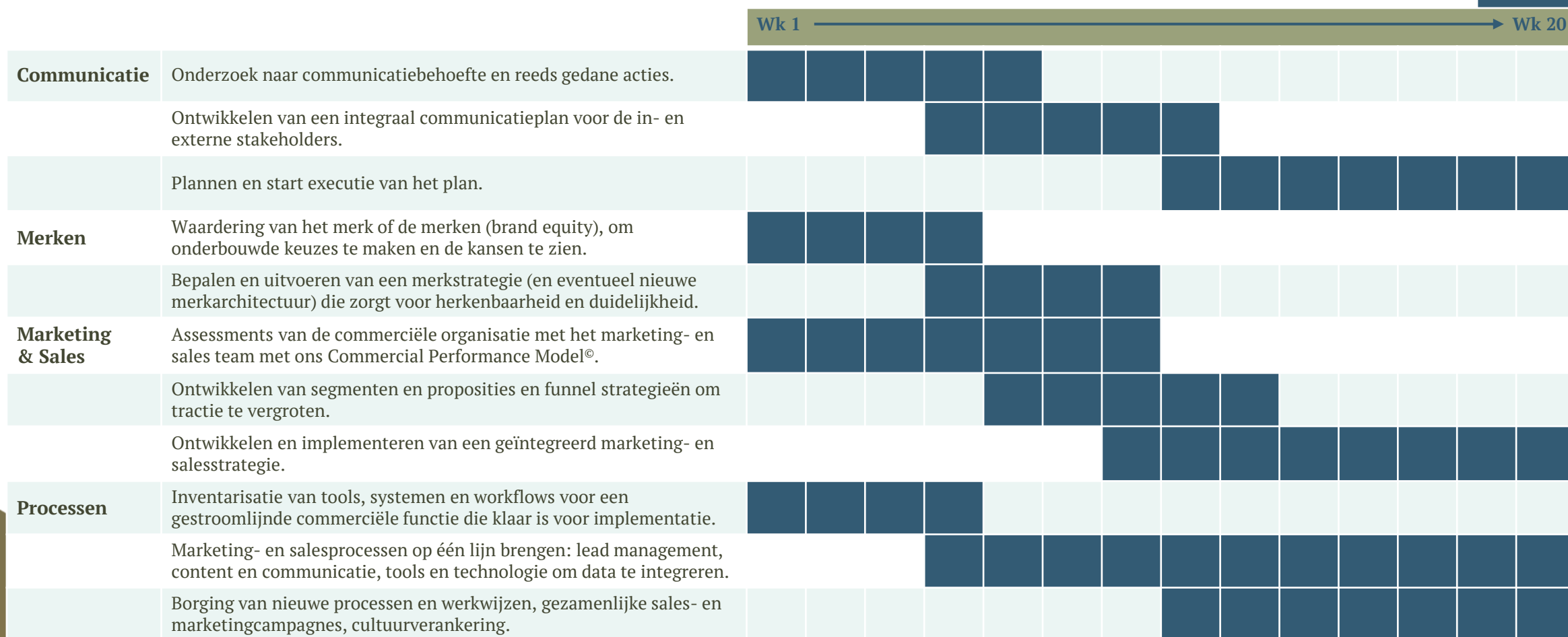
Het resultaat: Marketing en sales weten waar ze aan toe zijn, werken goed samen en snappen wat branding kan doen om die tractie hoog te houden.

In het 100-dagen plan zit:

- Communicatie voor richting en structuur;
- Marketing en sales assessments;
- Propositieontwikkeling en logische merkkeuzes;
- Op één lijn brengen van marketing- en salesprocessen;
- Cultuurverankering en gedragsverandering;
- Borging van nieuwe processen en werkwijzen.

De stappen die we met je maken in 100-dagen

Alle stappen die nodig zijn voor een geslaagde integratie krijgen zo de juiste aandacht.





- Snelgroeiende, internationale scale-up in laadoplossingen voor elektrische auto's, geholpen in 2019 en 2020;
- **Investeerder: Eneco Group;**
- Sterke focus op propositie-ontwikkeling, online content en meetbare prestaties;
- Ontwikkelen rebranding buca na verschillende overnames, en advies over merkarchitectuur;
- Ontwikkelen van productproposities voor sales;
- Opzetten en uitvoeren van internationale rebranding en marcom-strategie voor BeNeLux en DE.



INTERSTELLAR



INTERSTELLAR

- IT-bedrijf dat met buy and build-strategie in 3 jaar naar >600 fte en 10+ locaties in NL ging;
- **PE-huis: Quadrum Capital;**
- Geholpen in 2023 om hun interne communicatie te organiseren en een boost te geven;
- Onderzoek naar behoefte en gerichte inzet van video-podcasts, voxpop, ontbijtsessies, Q&A's, townhall-meetings, etc.;
- Binnen 4 maanden de communicatiebeleving opgekrikt van een magere 5 naar een 7.

te vragen wat nou inhoudelijk,



- Een platform in omgevingsrecht dat diende als online sales kanaal;
- **Investeerder: Private owned/boetiekkantoor;**
- 9 jaar projectleiderschap in conversieoptimalisatie;
- YoY omzet verdubbeling;
- Merk- en websitewaardering;
- Verkocht aan BrandMR in december 2024.

uw verbouwplan strijd met het stemmingsplan?





- Een internationaal consultancy-bedrijf in de finance sector, geholpen in 2023 en 2024;
- **PE-huis: Gimv;**
- Succesvolle merkintrductie-campagne in de NL-markt na rebranding;
- De campagne leverde een nieuwe opdracht en een opdrachtuitbreiding op;
- Operationele en strategische ondersteuning van het internationale marketing team;
- Proposities ontwikkeld voor de lancering van hun Academy.



Meer weten? Bel of mail Hans de Winkel!

06 4747 4114

hans.dewinkel@vanwaerde.com

[linkedin.com/in/hdewinkel](https://www.linkedin.com/in/hdewinkel)

- Een snelle denker.
- Focus op het verbeteren van merk, marketing en sales.
- >25 jaar internationale ervaring in leiderschap, strategie en executie.

