

*'Jobs to be Done' is een invalshoek die leidt tot vele waardevolle ontwikkelingen voor klanten*

## **Wat betekent je werk voor de klant?**

**'Een gat in de markt vinden, je onderscheiden, aan een behoefte voldoen'. Het zijn marketing-kreten waar je niet zo veel mee kunt. Je wilt weten met welk product of dienst je met je bedrijf de toekomst in kunt. Hoe kun je ervoor zorgen dat je bedrijf niet overbodig wordt?**

**Een relatief nieuwe invalshoek richt zich op 'jobs to be done'. Heb je die eenmaal onder de knie, dan kun je nog een stuk beter worden in het creëren van producten en diensten die klanten graag willen hebben.**

Tekst: Hans van Dalen, Van Dalen communicatie

Wáárom is 'Jobs to be done' een nuttige invalshoek? Wij beginnen met het oude voorbeeld (halverwege vorige eeuw alweer) van de fabrikant van boortjes. Hij leerde zijn vertegenwoordigers om het niet meer te hebben over de kwaliteit en techniek van de boren. Om beter aan te sluiten bij de klant kun je het beter hebben over de gaten: in welk materiaal, hoe groot, hoe diep, etc. Dat is nog steeds een nuttige les. Maar 'Jobs to be done' gaat weer een stap verder.

### **Wat wil je klant bereiken?**

Dé centrale vraag moet zijn: welk doel denkt de klant te bereiken met jouw product of dienst? Welke rol vervult jouw product of dienst voor je klant? En kan het dat blijven doen?

Iedere klant - ieder mens - probeert zijn leven te verbeteren (of minstens makkelijker te maken). En de snelheid waarmee er nieuwe producten en diensten op de markt komen voor verbeteringen blijft groeien. Stel je bijvoorbeeld voor hoeveel verschillende manieren om van A naar B te komen er in de afgelopen 150 jaar zijn bijgekomen. Van paard en wagen, naar Segway en Uber, om nog maar te zwijgen van treinen, auto's en vliegtuigen. Ga je mee, of ga je ten onder?

### **Jouw product/dienst stelt je klant in staat iets te bereiken**

De oplettende lezer heeft in mijn voorbeeld al ontdekt waar 'Jobs to be done' écht om gaat. Ergens een gat in maken kan op vele verschillende manieren. De vraag is wat de klant daarbij belangrijk vindt. Waar dient het gat voor? Kan jouw product of dienst de manier waarop een klant een gat maakt verbeteren? Of - op een andere manier gezegd - blijft jouw product of dienst passen bij de manier waarop je klant zijn leven leidt?

### **'Jobs to be done' gaat helpen**

Klanten gebruiken je product of dienst alleen maar om er zelf beter van te worden. Zodra er een alternatief is, zullen ze overstappen. Hun leven verbeteren dát is de 'job' die zij te doen hebben. Dat inzicht leidt tot een heleboel mogelijkheden.

De invalshoek van 'Jobs to be done' gaan gebruiken in je eigen bedrijf is als het spreekwoordelijke kwartje. Dat moet even vallen. Maar zodra je hem beheerst ga je klanten beter binden, ga je mogelijkheden zien waar anderen bedreigingen zien en maak je je bedrijf toekomstbestendig.

Bron: Alan Klement, <http://www.whencoffeeandkalecompete.com/>