



“Content leadership is wat we van bij onze start in 1997 nastreven”, zegt Peter Willen, Management Consultant en venoot van Möbius. “De negen thema-uitzendingen voor Z-Impact die Möbius en Kanaal Z samen maakten, zijn een nieuwe manier om ons verhaal te vertellen.”

PERFECT MATERIAAL

OM ONS VOOR TE STELLEN

Wat doet Möbius?

PETER WILLEN: “Möbius Consulting is een spin-off van de UGent. Professor Vanmaele – nog steeds onze CEO – deed veel *operations research* voor industriële bedrijven en verzelfstandigde die activiteit. Vandaag ondersteunen we organisaties op strategische momenten: een fusie, de opstart van een nieuwe activiteit, kostenreductie, een cultuurwijziging.”

Begeleiden jullie alle types van bedrijven en organisaties?

PW: “We zijn begonnen bij de logistiek van industriële bedrijven, maar gaandeweg hebben we ons gediversifieerd. Möbius Consulting werkt voor vijf sectoren: ziekenhuizen, industriële bedrijven, dienstenleveranciers, overheid en de recyclage-industrie. Ook in de breedte zijn we gegroeid. We hebben drie zusterbedrijven: LoQutus (digitale strategie en IT-consulting), Solventure (tools om sales en operations beter op elkaar af te stemmen) en Ground lion (optimalisatie van trajecten die dossiers binnen organisaties afleggen). Samen goed voor 150 medewerkers.”

Consultancybedrijven zijn er bij de vleet. Wat is de succesfactor van Möbius?

PW: “Als we opletten wat we willen bereiken, staat ‘geld verdienen’ niet op nummer één, wél ‘de klanten van onze klanten’. Ik werk zelf heel vaak in de zorgsector en ik haal voldoening uit het besef dat onze bijdrage op strategische momenten uiteindelijk de patiënt beter maakt. Daar ligt mijn passie, terwijl die van een collega perfect kan liggen in de uitdaging om een industrieel proces beter te oliën en het leven op de werkvloer beter te maken. We zijn pas tevreden als we iets blijvends achterlaten, geen ongelezen rapport.”



Dat is de feedback die ik het meeste hoor: dat onze manier van werken echt verschilt van andere consultancybedrijven.”

WIJ LEVEN VAN INHOUD

Tevreden klanten rollen met mond-tot-mondreclame de rode looper uit voor nieuwe klanten.

NATHALIE NOTTE (Marketing Manager): “Dat was en is zeker zo. Wel hebben we een ambitieuze groeistrategie waardoor marketing en communicatie aan belang winnen. Wie groeit, doet er goed aan zijn waarden te expliciteren en de buitenwereld attent te maken op wat het bedrijf anders maakt.”

Hoe werken jullie aan die naamsbekendheid?

PW: “Möbius is een *content provider*. Wij leven van inhoud. Vanaf dag één, toen we lang nog niet dachten aan marketing, vertelden we wat we deden via seminars en avondsessies.”

NN: “Nog steeds streven we naar *content leadership*, bijvoorbeeld met gesegmenteerde nieuwsbrieven en mailings op maat. We publiceren ook in gespecialiseerde magazines. Niet met advertenties of publieportages, maar met echte storytelling. Een tijdlang brachten we een eigen tijdschrift uit: August (naar August Möbius, de Duitse wiskundige naar wie het consultancybedrijf is genoemd). Daarin publiceerden we drie of vier cases plus een interview met een referentiepersoon, zoals Jef Colruyt of Kris Peeters. Inhoudelijk waren we daar tevreden over, maar we vroegen ons af of we geen audiovisuele vertaalslag moesten maken.”

SCHERMEN VERVANGEN WHITE PAPERS

Enter Kanaal Z met het voorstel om samen te werken aan de thema-uitzendingen van Z-Impact?

PW: “Dat was voor ons de kans om kennis te maken met een nieuwe manier van communiceren. De expertise van Kanaal Z was een eerste prikkel om samen te werken.”

ONZE BIJDRAGEN AAN Z-IMPACT

KENDEN EEN LEVEN VÓÓR EN EEN LEVEN NÁ DE UITZENDING. DIE REPORTAGES ZULLEN NOG MAANDEN RENDEREN

*Peter Willen, Management Consultant en venoot van Möbius
Nathalie Notte, Marketing Manager Möbius*

Daarbij kwam dat we een initiatief wilden dat ons, de vier zusterbedrijven van Möbius, als groep zou verbinden.”

NN: “Met het hele team van Möbius, LoQutus, Solventure en Ground lion hebben we negen referenties, negen relevante cases, geselecteerd. Kanaal Z gaf daarbij de spreekwoordelijke ‘blik van buitenaf’ om de juiste verhalen te kiezen die zouden aanslaan. Het was ons doel om de kwaliteiten van de groep te benadrukken, maar ook de strategische momenten binnen sectoren waarbij wij een rol kunnen spelen. Ik denk dat we erin geslaagd zijn een goede mix te vinden. Nadien maakten we een wrap-up van de negen cases, aangevuld met quotes van onze CEO en hr-verantwoordelijke. Perfect materiaal om ons voor te stellen.”

PW: “Mooi om te zien was dat het ook intern effect had. We hebben dan wel een kennisbeheersysteem, maar in een groep van 150 mensen weet je toch niet altijd precies waar je collega’s mee bezig zijn. De negen cases vatten goed samen wat Möbius Group doet.”

Zijn de reportages een langer leven beschoren dan de uitzending op Kanaal Z?

NN: “Onze bijdragen aan Z-Impact kenden een leven vóór en een leven ná de uitzending. Voor het programma op antenne ging, kregen onze medewerkers de première. Ook onze klanten werden telkens voor de uitzending op de hoogte gebracht. Nadien deelden we ze op onze social media en integreerden we ze in onze nieuwsbrieven. Nu nog doen de opnames dienst. Je ziet ze op onze site en we gebruiken ze voor presentaties, op beurzen – waar we onze traditionele *white papers* ingeruild hebben voor een scherm – en bij opleidingen. Ze zullen nog maanden renderen.”



STEVEN VAN GENECHTEN,
ACCOUNT MANAGER

Met een evenwichtig mediaplan slaat u de bal onmiddellijk raak en scoort u 'aces' met uw marketingaanpak.

Mogen wij u hierbij helpen?

Contacteer mij dan via
steven.van.genechten@roularta.be
of 02 467 58 32.

Roularta Media



Attention guaranteed.