



# PARTNERWAARDE-MATRIX

---



Gebruik van de tool  
Template  
Voorbeeld

# Partnerwaarde-matrix

De Partnerwaarde-matrix helpt je om te verduidelijken wat de wederzijdse voordelen zijn van een partnerschap of samenwerking voor jou en je partners. Het helpt om te identificeren wat je van je partners krijgt en andersom. Met de Partnerwaarde-matrix begrijp je beter de redenen voor de partnerschap. Ook krijg je een goede fundering voor het neerzetten van een samenwerkingsverband met je partners.

## Tips voor gebruik

Je kunt de Partnerwaarde-matrix zelf invullen of in een groep om de discussie op gang te brengen. Ga met (potentiële) partners in gesprek om een beter beeld te krijgen van je positie en je partners.

Download de Partnerwaarde-matrix om je partners te waarderen. Je zou het template uit kunnen printen op een groot vel papier om te gebruiken tijdens een brainstorm. Doe inspiratie op door het Partnerwaarde-matrix voorbeeld van Tinnitrack te downloaden.

## Gebruik van de tool

Voor een duurzame samenwerking is het belangrijk dat elke partner voordelen uit de samenwerking haalt. De vorm van de samenwerking en afspraken tussen jou en je partners hangt af van de gemeenschappelijke voordelen. Het is belangrijk om te weten wat een partner bijdraagt aan jouw bedrijf en omgekeerd

wat jij bijdraagt aan het bedrijf van een partner. Deze kennis zal je helpen om de juiste afspraken met je partners te maken.

Volg de drie stappen hieronder om de Partnerwaarde-matrix in te vullen:

### Stap 1: selecteer de belangrijkste partners

In de eerste stap schrijft je de namen van belangrijke (potentiële) partners in de eerste column van de Partnerwaarde-matrix. Om te bepalen wie je belangrijkste partners zijn en welke partners de meeste invloed hebben op je bedrijf kun je de Partner-radar invullen.

### Stap 2: wat je partners inbrengen

Na het opschrijven van de belangrijkste partners bedenk wat ze bijdragen aan jouw bedrijf. Zijn deze partners investeerders en leggen zij geld in? Leveren zij bepaalde middelen of verkoopkanalen die je nodig hebt maar niet zelf bezit? Middelen kunnen bijvoorbeeld materiële input zijn, maar ook specialistische kennis, complementaire producten en diensten, IPR, etc. Een partner kan ook zijn kanalen ter beschikking stellen voor verkoop van je producten of diensten. Schrijf op welke partners wat aan je bedrijf leveren in de juiste column in de Partnerwaarde-matrix.

### **Stap 3: wat heeft je partner eraan?**

Tot slot, bedenk wat je partners aan de samenwerking overhouden. Wat is jouw bijdrage aan je partners? Dit zou geld kunnen zijn om te investeren in je partner's product of dienst, middelen of verkoopkanalen. Middelen die je bijdraagt zouden materialen of machines kunnen zijn, maar ook iets ontastbaars zoals een merknaam, kennis of een gemeenschappelijk innovatieproject. Schrijf op welke voordelen jij aan jouw partners levert in de juiste column van de Partnerwaarde-matrix.

# partnerwaarde-matrix

naam \_\_\_\_\_

partner	wat brengen ze?				wat halen ze eruit?			
	middelen	verkoop kanalen	€	anders	middelen	verkoop kanalen	€	anders

datum \_\_\_\_\_

# Voorbeeld Tinnitracks

<b>industrie</b>	Medische technologie
<b>producten &amp; diensten</b>	Applicatie die tinnitus behandelt met muziek
<b>bedrijfs-grootte</b>	51 medewerkers
<b>omzet</b>	€ 3.560.000
<b>locatie</b>	Duitsland



Met Tinnitracks gebruik je jouw eigen muziek voor de behandeling van tinnitus, beter bekend als oorpiepen of -suizen. Tinnitus wordt vaak veroorzaakt door gehoorverlies. Tinnitracks heeft een app gemaakt waarop je een abonnement kunt nemen. Daarnaast kun je bij Tinnitracks ook een koptelefoon kopen waarmee je de behandeling optimaliseert. Tinnitracks maakt gebruik van de neuroplasticiteit van de hersenen, ofwel: het vermogen van de hersenen om zich voortdurend aan te passen. Het is een therapie die de oorzaken van de tinnitus bestrijdt, in plaats van alleen de symptomen te behandelen.

## Partnerwaarde-matrix Tinnitracks

In het voorbeeld van de Partnerwaarde-matrix zien we de belangrijkste partners van Tinnitracks. Deze partners hebben zij eerder in de Partner-radar geïdentificeerd. De belangrijkste partners hebben veel invloed op het bedrijf, het is daarom belangrijk dat iedere partner wat uit de partnerschap haalt, dan is de partnerschap voor hen aantrekkelijk. Daarnaast moeten ze natuurlijk iets brengen wat voor Tinnitracks aantrekkelijk is. In het voorbeeld kun je zien wat de partnerschap iedere partner oplevert.

# partnerwaarde-matrix

naam Tinnitracks

partner	wat brengen ze?				wat halen ze eruit?			
	middelen	verkoop kanalen	€	anders	middelen	verkoop kanalen	€	anders
Sennheiser	Aangepaste geluids-technologie en koptelefoons	Verkoop van de maatwerk koptelefoon en de muziekservice via Sennheiser's verkoopkanalen				Verkoop met hoge marge via medisch kanaal. De koptelefoon meeleveren bij behandeling		Anderen investeren in een behandeling. De koptelefoon van Sennheiser past er perfect bij.
Zorg-verzekeringen	Kennis over prevalentie en kosten van de ziekte (Tinnitus)		Tinnitracks krijgt een vergoeding voor patiënten met een officiële Tinnitus diagnose				De behandeling voor Tinnitus met Tinnitracks zorgt voor kostenvermindering voor verzekeren	Met Tinnitracks krijgen patiënten een betere behandeling, dus betere zorg van de verzekeraar
Fondsen (innovation fonds Hamburg & High tech Günderfonds)			Starters-kapitaal voor ontwikkeling van Tinnitracks services, apps en marktintrede	Het fonds kan advies geven over bedrijfsvoering en uitbreiding naar het buitenland			Rendement uit hun investering	
KNO arts (specialist)				Geeft de Tinnitus diagnose en controleert voortgang bij gebruikers van Tinnitracks				Een alternatieve, mogelijk betere behandeling voor hun patiënt
Verkopers van gehoor-apparaten		Brengen verkoopkanalen waar de oplossing van Tinnitracks verkocht worden		Kunnen ook voortgang en progressie meten van Tinnitracks gebruikers.			Commissie uit de verkoop van de Tinnitracs oplossing.	

datum \_\_\_\_\_