

Edwin Vlems

ID

I. Kernovertuiging / visie

Ik geloof dat er binnen iedere organisatie goud besloten ligt in vorm van de kennis die de medewerkers bezitten en dat met het delen van de kennis het bedrijf een magneet wordt voor klanten.

II. Kernwaarden

- *RATIONEEL*
- *VERNIEUWEND*
- *BESCHEIDEN*
- *ZELFVERZEKERD*
- *BETROUWBAAR*

III. Cultuur en sfeer

KENMERKEN

- **Efficiënt**
Dingen standaardiseren en automatiseren. Want het geeft een kick om met minder moeite meer te kunnen bereiken.
- **Daadkrachtig**
Doorpakken op dat wat er moet gebeuren. Dralen geen optie. Vanuit de geldingsdrang dat de wereld onthoudt wie Edwin is.
- **Authentiek**
Beslissingen nemen vanuit buik gevoel, vanuit overtuiging dat dat de meest betrouwbare richting geveer is
- **Delen**
Vanuit de drive mensen te willen helpen: jongeren / stagiaires door het delen van kennis. En ook anderen, door hun emoties en verhalen over te brengen op schrift en zo te laten zien dat ze interessanter zijn dan ze zelf denken.

IV. Persoonlijkheid

DE HERO

Merkmentaliteit > Daadkracht. Leidend en opofferingsgezind. Gericht op het bereiken van een resultaat, het volbrengen van een taak en realiseren van het hogere doel. Zelfstandige instelling. Gaat moeilijkheden niet uit de weg, benoemt ze en gaat tot handelen over. Toont daarin ook aandacht en begrip voor het rationele. Sturend en logisch, want resultaatgericht.

Uitstraling > direct en onomwonden. Snel, to the point, duidelijk. Praktisch, leidend en mannelijk. Resoluut en ook coöperatief kunnen zijn, de leiding en initiatief als de situatie daar om vraagt > competitief.

Consumentenbehoeften > vervullen van dagelijkse behoeften op een correcte en snelle wijze en verzaakt daarin nimmer > krachtige kanjer.

Merkessentie > het leveren van merkprestaties > realist

Als we kijken naar Edwin zien we iemand die met stelligheid zijn verhaal verkondigt, of het nou een op een of voor grotere groepen is. Gedreven door de intrinsieke overtuiging dat inbound marketing hét instrument is om invulling te geven aan marketingdoelen. Deze intrinsieke overtuiging maakt ook dat de inbound manier niet slechts 'werk' is maar eerder een manier van leven. Er is sprake van fluïde grenzen tussen werk- en privé-tijd.

Edwin staat open voor kritische geluiden van anderen, vanuit de gedachte dat dit dwingt tot ontwikkelen en verder denken. Discussie is interessant.

Hij staat dicht bij zichzelf als het gaat om 't contact met zijn buikgevoel en is tegelijkertijd in staat te abstraheren van eigen emoties, om die van anderen te beschouwen en over te brengen in blogs.

Er is sprake van een constante drang naar vernieuwing en ontwikkeling en ook het delen van kennis geeft voldoening. Op lange termijn is er de wens wat achter te laten in de wereld.

V. Merkbeloofte

Jouw aanpak (authentiek, daadkrachtig en persoonlijk), jouw kennis van marketing& organisaties, en het vermogen kennis uit mensen en organisaties te abstraheren en over te (laten) brengen maakt dat jij een unieke marketingprofessional bent die van bedrijven een klantmagneet weet te maken.