

## Alle partners verzamelen!

Als u complexe producten of diensten in de markt zet, heeft u te maken met een netwerk van betrokkenen. Natuurlijk zijn dat uw toeleveranciers, maar ook afdelingen in uw eigen bedrijf, uw klanten en de systemen waarmee u dit voor elkaar bokst.

### Totaalplaatje

Afstudeeronderzoek van Sarita Koendjiharie aan de Rotterdam School of Management (Erasmus Universiteit) concludeert dat u alleen het maximale uit dit netwerk kunt halen als u van alle onderdelen weet hoe zij presteren. Dat ligt voor de hand natuurlijk, maar het schijnt vaak genoeg voor te komen dat één ervan buiten beschouwing blijft. Het ge-

volg is dat het totaalplaatje niet meer klopt. Dat is wel nodig als u wilt weten op welke punten u uw strategie eventueel aan wilt passen. Zo zou eruit kunnen komen dat u toe wilt werken naar een betere informatievoorziening of dat u anders om wilt gaan met de beloning van bepaalde netwerkpartners om hun prestaties te verbeteren. U moet in ieder geval zorgen dat u:

- weet welke doelen en waarden uw partners nastreven.
- actief monitort hoe transparant uw netwerk eigenlijk is.

Het proefschrift draagt de titel 'The information-based view on business network performance'.

