

Het Groeiboek



ONDSCHIEDEND VERMOGEN

Dit is een deel van het Oranje Fonds
Groeiboek. [Hele Groeiboek lezen?](#)

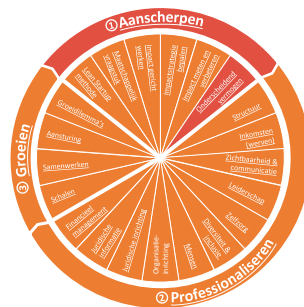
6

Onderscheidend vermogen



1. Synthese: Onderscheidend vermogen
2. Zelfstudie: Onderscheidend vermogen identificeren of creëren

6 Onderscheidend vermogen



Onderscheidend vermogen heeft betrekking op factoren en kenmerken waardoor een initiatief effectiever kan concurreren dan branchegenoten. Dit helpt bij het verbeteren van het bereik en het verhaal richting stakeholders en om concurrentierisico's te verlagen.

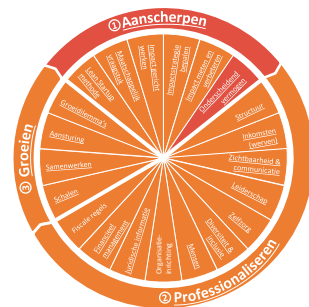


Business Model Canvas Introductie Ongelijk voordeel Waarover beschikt jouw initiatief, dat kan moeilijk gekopieerd of gekocht kan worden? Waardepropositie Wat is - per klantsegment - de duidelijke boodschap die aangeeft waarom je je onderscheidt en wat je toegevoegde waarde is?		Maatschappelijk Vraagstuk Probleem/kans Wat is de maatschappelijke behoefte of de maatschappelijke kans waar je je op richt? Bestaande alternatieven Welke bestaande oplossingen zijn er voor het probleem?	Aanpak Wat is jouw oplossing voor het probleem of hoe ga je de kans pakken? Kernactiviteiten Wat zijn de belangrijkste werkzaamheden uitgevoerd moeten worden? Middelen Wat zijn de belangrijkste middelen die nodig zijn voor de uitvoering? Succes meten Hoe ga je meten of het jouw aanpak succesvol is voor je doelgroep?	Waardepropositie Per klantsegment een enkelvoudige en duidelijke boodschap waarom je je onderscheidt en wat je toegevoegde waarde is.	Ongelijk voordeel Wat kan moeilijk gekopieerd of gekocht worden?	Doelgroep-segmenten Wie heeft baat bij de aanpak en/of wie is een barrière om de aanpak te realiseren? Profijtgroep(en) (Betalende) klant(en) Partners
		Kostenstructuur Alle kosten die gemaakt moeten worden om de aanpak te laten werken Maatschappelijke kosten Wat zijn de sociale/maatschappelijke nadelen of kosten van de aanpak?		Inkomstenstromen Alle inkomsten die de aanpak genereert uit elk doelgroepsegment Maatschappelijke opbrengsten Wat zijn de sociale/maatschappelijke positieve effecten van de aanpak		



oranje fonds

Onderscheidend vermogen



Het **onderscheidend vermogen** omvat factoren en kenmerken waardoor een initiatief verbeterd bereik realiseert, een sterker verhaal richting stakeholders heeft en effectiever impact maakt dan alternatieven. Zo helpt dit ook om concurrentierisico's en overlap van activiteiten te voorkomen/verlagen.

Onderscheidend vermogen omvat factoren/kenmerken waardoor een initiatief uniek is of effectiever kan concurreren dan branchegenoten. Dit kan ontstaan vanuit drie verschillende methodes:

- **Differentiatie:** Je activiteiten zijn superieur wat betreft kwaliteit, serviceniveau of unieke kenmerken, denk aan:
 - Branding,
 - Inclusie,
 - Intellectueel eigendom,
 - Customer service,
 - Schaal (door netwerk effecten, de activiteit is waardevoller met meer gebruikers).
- **Specialisatie:** Je activiteiten zijn beter op maat gemaakt (voor een specifieke groep).
- **Kosten:** Je kan je activiteiten goedkoper aanbieden, bijv., door:
 - De kostenstructuur,
 - Schaal (kosten door goedkopere inkooprijzen wanneer je in bulk koopt).

Onderscheidend vermogen kan je helpen om:

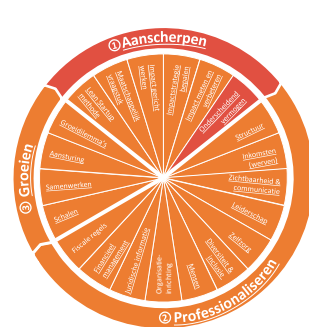
- Meer personen van je doelgroep, of klanten, te bereiken met je activiteiten.
- Je verhaal richting potentiële financiers en andere stakeholders te verbeteren, het is een signaal van duurzaamheid en professionaliteit.
- Risico's op een negatieve impact van mogelijke kopieën te verminderen, door afstand te creëren in de perceptie van zowel je doelgroep als je klanten.

[Leer meer over het identificeren van jouw onderscheidend vermogen](#)

*“Sociale ondernemers blijken moeite te hebben met het omschrijven van **onderscheidend vermogen**, daarom is dit meestal de lastigste bouwsteen om in te vullen. Dat is de reden waarom dit vaak als laatste aan bod komt.”*

- Trainer Groeiprogramma

Voorbeeld: Up! in Nederland heeft een **methodiek ontwikkeld** dat ouderen helpt om vertrouwen te krijgen voor het voeren van gesprekken die over hen gaan, met zichzelf of met hun omgeving. Up! leidt vrijwillige gespreksleiders op en alle informatie blijft beschikbaar voor hen zodat zij blijvend mensen met elkaar in contact kunnen brengen.



oranje fonds

Onderscheidend vermogen identificeren of creëren

Doel: begrijpen hoe je een uniek verkoopargument kunt identificeren.

Je kunt onderscheidend vermogen **identificeren** door je unieke verkoopargument ten opzichte van branchegenoten vast te stellen:

- **Het vergelijken en definiëren van probleemstelling en doelgroep** ([Maatschappelijk vraagstuk](#)). Dit helpt om te ontdekken hoe een sociaal initiatief zich differentieert of specialiseert ten opzichte van de rest van de markt.
- **Het identificeren van sterke punten:**
 - **Differentiëren of specialiserende activiteiten** ten opzichte van de markt. Bijvoorbeeld: een hogere impact of digitaliseringsniveau, een uniek concept beschermd door intellectueel eigendom. Kijk hoe bestaande technieken je kunnen helpen, bijv. het verder aanscherpen van je dienst door inzet van data.
 - **Gedifferentieerde branding** ten opzichte van de markt. Zoals een beschermde merknaam of bekendheid binnen de doelgroep of klanten.
 - **Gedifferentieerde positionering** bijvoorbeeld door middel van een niche-focus en een sterk netwerk van partners dat met je samenwerkt.
 - **Gedifferentieerd of gespecialiseerd menselijk kapitaal** ten opzichte van de markt. Hierdoor kun je sneller dezelfde impact halen, of betere kwaliteit leveren.

Naast het identificeren en ontwikkelen van bovenstaande punten voor het onderscheidend vermogen, kun je ook kijken hoe je onderscheidend vermogen kan **creëren**, door bijv.:

- **Het evalueren van je financiën**, door grote kostenposten te evalueren en goedkopere alternatieven te zoeken en te doorgronden wat schalen doet voor de kosten per activiteit.
- **Het evalueren van je werkzaamheden**, door te kijken of je binnen je initiatief efficiënter kunt werken. Bijv. door standaardisatie, hergebruik van goederen of het vergroten van deelnemersgroepen. Pas hierbij op dat veranderingen niet te veel ten kosten gaan van kwaliteit of impact.
- **Het aantrekken van je menselijk kapitaal**, door talentvolle mensen te betrekken, kun je een groot verschil maken. Zowel mensen die betrokken zijn bij activiteiten, als om het initiatief draaiende te houden.

Zie ook [Lean Startup](#).

