

## Telesur/IT core Hackathon 2015

Op onze laatstgehouden ondernemersavond stond centraal de Telesur/IT-core Hackathon 2015 die op 29 en 30 augustus a.s. wordt gehouden. In teamverband moet binnen 24 uur een werkende mobiele- of webapplicatie worden gebouwd. Deze zal beoordeeld worden op de interface, de functionaliteit en de commerciële of maatschappelijke inzetbaarheid en wijze van incorporatie van het hoofdthema in het project. Dit jaar is het hoofdthema: 'The API Economy' oftewel het kapitaliseren van de interne software systemen en data door het beschikbaar stellen aan derden zoals ontwikkelaars en andere tussengebruikers.

Om de deelnemers aan de Hackathon 2015 voor te bereiden worden er informatieve pre meetings gehouden. Op onze ondernemersavond waren er hierover presentaties van George Blufpand van MiSabi en Achmed Neijhorst van iFrontier. Aan de orde kwamen internationaal gebruikelijke aspecten van het testen van software en apps. Blufpand zei dat MiSabi al jaren testmanagement doet voor internationale klanten en bij de Hackathon zal dit essentieel as-

pect worden meegenomen. Blufpand gaf aan hoe de deelnemers de kwaliteit van hun software kunnen bewaken. Achmed Neijhorst van iFrontier behandelde de jureringsprocessen van de Hackathon. Hij gaf aan wat meespeelt, wat zwaar telt en wat men beslist niet moet proberen in het korte tijdsbestek. Er zal zwaarder gelet worden op kwaliteit, inzetbaarheid en maatschappelijke relevantie. Het hoofddoel is immers het bevorderen van het ontwikkelen van soft-

ware in Suriname. Neijhorst verstrekte een lijst van Do's and Don'ts aan de deelnemers om hun Hackathon tot een succes te maken. Hij benadrukte dat iedere deelnemer altijd wint. Is het niet de hoofdprijs dan wel het netwerken, vrienden maken, ervaring opdoen en in contact komen met bedrijven uit de sector. Aldus een greep uit de presentaties op de drukbezochte en enerverende ondernemersavond bij de KKF.

RMD

## Reclame en promotie

Het actief aanpassen van goederen en diensten aan de wensen van de consument vereist een stringente begeleiding. Zeker wanneer ketens langer worden en de consument massaler en anoniemer. En dit laatste vormt een belangrijke verklaring voor de opkomst van reclame, als onderdeel van de marketing mix. Reclame is betaalde massacommunicatie via media omdat de leden van de doelgroep die men wil bereiken niet meer individueel te benaderen zijn. Reclame is gericht op meningsvorming en heeft dus een wervende functie.

### Reclame

Op zich vormt reclame de advertentie mix die in hoofdlijnen bestaat uit: a) de inhoud van de communicatie (boodschap); de vorm waarin de boodschap is gegoten (informatie, testimonial, etc.); de frequentie waarmee de boodschap onder de aandacht van de doelgroep wordt gebracht; de media die worden gebruikt om de boodschap uit te dragen (media mix). Al deze factoren zijn in wezen van elkaar afhankelijk en beïnvloeden elkaar. Reclame is tegenwoordig meer dan alleen maar informeren en aanprijzen van aard. Het beleid van ondernemingen is niet alleen gericht op het onderkennen van bestaande wensen, maar ook op het creëren van nieuwe mogelijkheden en nieuwe wensen. Om te blijven bestaan (continuïteit) moeten ondernemers het vermogen hebben nieuwe vormen van behoeftebevestiging te doen ont-

staan. Wie slechts de rol van navolger speelt zal het op den duur moeten afleggen tegen innovatieve spelers. En in dit proces speelt de reclame een belangrijke rol.

### AIDA

In de formule AIDA zien we hoe dit proces in grote lijnen verloopt. Het acroniem AIDA staat voor: Attentie bewerkstelligen, Interesse tot stand brengen, Desire (begeerte) opwekken en Actie als gevolg hebben. Op welk facet het accent wordt gelegd hangt af van de reclame doelstelling van de onderneming op een bepaald moment. Een andere vorm van publiciteit, die niet wordt betaald maar wel invloed heeft is de zogeheten Free publicity. Te denken valt aan o.m. gepubliceerde onderzoeksresultaten van bijvoorbeeld de consumentenbond. Bij dit alles is er ook een mediakeuze-probleem. Dit is meer een probleem van optimalise-

ring: hoe wordt het maximale rendement van het gegeven budget verkregen. Moeten audiovisuele of gedrukte media betrokken worden of de buitenmedia (aanplakbiljetten, reclameborden etc.). Omdat niet iedereen de media even intensief hanteert, is herhaling nodig om tot acceptabel gecumuleerd bereik in de doelgroep te komen. Gecumuleerd bereik betreft het percentage mensen in de doelgroep die op zijn minst één keer de boodschap hebben gezien/gehoord na een aantal plaatsingen van de boodschap. Over reclame en promotie valt nog heel veel meer te zeggen dan in dit artikel is opgenomen. Zaken als: effectiviteit van de media, reclame onderzoek, media onderzoek, marktsegmentatie, portfolio onderzoek, impact onderzoek, etc.

RMD

Wist

U

dat ?

Einstein zei eens dat als hij een uur had om de wereld te redden hij 55 minuten zou besteden aan het definiëren van het probleem en slechts vijf minuten aan het vinden van de oplossing. Hiermee gaf hij aan dat voldoende tijd en inspanning geïnvesteerd moet worden in het verbeteren van ons inzicht in een probleem alvorens ons te storten op oplossingen ervoor. De definitie van het probleem moet de focal point zijn van al onze 'problem solving' inspanningen. In de haast een probleem op te lossen wordt helaas te vaak, de noodzaak genegeerd er eerst nauwkeurig naar te kijken, het te definiëren en het probleem inzichtelijk te maken. Volgens Einstein wordt de kwaliteit van oplossingen die wij aandragen bepaald door de kwaliteit van de beschrijving van het probleem dat wij wensen op te lossen. Soms moet je een probleem anders formuleren; het met andere woorden kenbaar maken. Het volgende voorbeeld verduidelijkt dit. De CEO van Toyota vroeg zijn employees te brainstormen over de vraag: "hoe kan de productiviteit van het personeel worden verhoogd?" De reactie was dat men hem zwijgend aanstaarde. De CEO stelde hetzelfde verzoek toen anders en vroeg de employees te brainstormen over " hoe zij hun jobs gemakkelijker konden maken". Het resultaat was een overvloed aan suggesties. Woorden hebben een sterke impliciete betekenis en spelen een belangrijke rol in hoe wij wat gezegd wordt opvatten. 'Productiviteit verhogen' werd duidelijk opgevat als een verzoek aan de werkers een offer te brengen t.b.v. het bedrijf; terwijl 'hoe zij hun job gemakkelijker konden maken' bij de werknemers overkwam als iets waarvan zij profijt zouden hebben, maar wat ook het bedrijf ten goede zou komen. In beide gevallen hetzelfde probleem, maar de 'feelings' en de 'point of view' waarmee ze geassocieerd werden verschilden. Het is raadzaam Problem statements enkele malen te herschrijven, steeds vanuit een ander perspectief, alvorens ze definitief te maken.

## BEKENDMAKING

Op grond van artikel 18 van de Handelsregisterwet G.B. 1962 no. 187 heeft de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Paramaribo haar Secretaris gelast te handelen als ware opgaaf gedaan van de opheffing van onderstaande bedrijven:

DOSSIER	HANDELSNAAM	ADRES	ACTIVITEIT
31005	NIN CONSULTANCY	Naarstraat 12	Adviesbureau
31009	HARDEW BENARSIE	Meerzorg Nabij De Veersteiger	Taxibedrijf
31017	WARUNG VERANI	Kanhaiprojekt 26	Standhouder
31019	BOETIEK LE PETIT PAPILLON	Indira Gandhieweg BR. 492	Winkelier
31022	ANDRIES KANAPE	Waterkant Nabij Sms-steiger	Taxibedrijf
31042	R.B. RAMFALI-RAMAUTAR	Mr. P. Chandie Shawweg BR. 553	Winkelier
31091	G.B.C. BERGHOUT	Latourweg 13	Transportbedrijf
31120	POLAR RAJENDREKOEMAR	Meerzorg Nabij De Veerbrug	Taxibedrijf
31143	THE RHYTM BOX	Van 't Hoogerhuysstraat 100	Winkelier
31162	WINKEL A. KASSIM	De Jongweg 37	Winkelier
31229	WOOD CONTACT	Pakoeweg 10	Transportbedrijf, Bemiddelingsbureau
31299	SNORRY'S GIFTSHOP	Commissaris Thurkowitzweg BR. 106A	Winkelier
31304	DOEST DAROLD EDEGIO	Merimistraat 26	Importeur
31342	YP'S PRODUCTION	Patatastraat 12	Ontwerpbureau, Copieerbedrijf
31349	JURIDISCH ADVIES EN INCASSO BUREAU A.L. ROEPLALL	Atlasstraat 31	Adviesbureau, Incassobureau
31387	P.J. REDJOSEWITO	Meerzorg Nabij De Veersteiger	Taxibedrijf
31396	P. NAREASH EXPORTS	Vijfde Rijnweg 472A	Exporteur
31418	JOHN ALBERT GRAVES	Groenhartweg 38	Eet- En Drinkrichting
31427	PEPITA'S VIDEOTHEEK	Granpasie 1	Verhuurbedrijf
31520	F. WEEWEE	Pokigron km. 12 (Whitehouse)	Eet- En Drinkrichting
31559	RODELLA'S KRIORO PATU	Weidestraat 128	Standhouder
31572	SLAGERIJ POLAK	Palissadeweg 1 18	Slager, Winkelier
31578	BUDHRAM RAMPERSAUD TRADING	Hayarieweg 19A	Importeur
31580	A. CULLIMORE	Coomanstraat 54	Autobusdienst
31967	HUGO M. MISIEDJAN	Jawsa	Winkelier

### CITAAT

"Succesvolle mensen signaleren meteen nieuwe mogelijkheden, durven snel moeilijke beslissingen te nemen en komen onmiddellijk in actie. Volg deze principes en je dromen komen uit". (Dr. Robert Schuller)

## Handelsbemiddeling

LAND	BEDRIJF	ZOEKT
India	Jodas Pharma	distributeur van farmaceutische prod. <a href="mailto:bdlatam1@jodasexpoin.in">bdlatam1@jodasexpoin.in</a>

## BEZOEK ONZE BUSINESS PROMOTION EVENT

**Een speciale ondernemersavond**  
 Op dinsdag 25 augustus 2015 van 19.00 - 20.00 uur.  
 Aan alle in januari en juli 2015 ingeschrevenen in het Handelsregister wordt op deze avond de gelegenheid geboden hun producten en/of diensten aan het publiek te tonen.  
 Deze B2B meeting zal maandelijks worden gehouden.  
 Het biedt gelegenheid tot netwerken en kennismaking met nieuwe ondernemers  
 De lokatie is: de KKF-Conferentiezaal, Prof. W.J.A. Kernkampweg 37.  
 Belangstellenden zijn van harte welkom. De toegang is vrij.

### KKFacts

**Ondernemersavond**  
 Onderwerp: "Suriname National Training Authority (SNTA) Informatie avond"  
 Inleiders: Roy G. Adama (voorzitter SNTA), Charelle Parker (werkgroep lid namens SSB), Dave Abeleven (werkgroep lid) en Kenneth Foe A Man (werkgroep lid)  
 Datum: 18 augustus 2015  
 Tijd: 19.00 - 20.00 uur  
 Plaats: KKF-Conferentiezaal, Prof. W.J.A. Kernkampweg 37.  
 Bezoek de KKF-ondernemersavonden. Elke dinsdagavond. Actuele onderwerpen. Leer elkaar kennen, leer van elkaanders werk en problemen en zoek samen naar oplossingen!

### Douanekoersen

M.i.v. 04/08/2015 en tot nader order

U.S. dollar	3,35
Euro	3,67
Pound sterling	5,22
Ned. Ant. gld.	1,88
Yen (10.000)	269,61
Trin. & Tob. dollar	0,53
Guyana dollar (100)	1,62
Indian rupee (100)	5,23
Brazil real	0,97