



de Uitgave

ONTWIKKELINGEN IN DE COMMUNICATIEINDUSTRIE

Marketing nog belangrijker na Corona!

We zitten in de staart van de Coronagolf. In de zomer keren we terug naar een "nieuw normaal". Is u in het afgelopen corona jaar opgevallen, wat mij opviel?

Bij mijn bezoek aan de AH op zondag 15 maart 2020 na de eerste persconferentie was alle toiletpapier uitverkocht. En toen de kappers sloten, gebeurde hetzelfde met tondeuses, zowel off- als online. Irrationeel gedrag, zelfs paniek had zich van ons meester gemaakt. Gedurende de crisis veranderde dat naar meer rationeel gedrag. Consumenten gingen vergelijken en prijsbewuster inkopen. Het binnenblijven stimuleerde ons ook om duurdere producten aan te schaffen. En dat alles online. Nu koopt een grote groep mensen online in, die dat voor corona niet deed. Meer dan een derde van alle mensen die nog nooit online kochten, doet dat nu wel. De meesten vinden dat oké en blijven dat doen. Dat zien we ook bij het "thuis werken". Altijd op het bedrijf werken,

zoals wij dat deden in 2019, zal medio 2021 niet meer nodig blijken. Ook online vergaderen is helemaal ingeburgerd. Dat vraagt iets van uw verkopers, relatie-managers of accountmanagers. Tussen haakjes; voldoet de thuiswerkplek van uw medewerker aan alle Arbeisen?

Consequenties

Deze vraag toont dat veel verandert, met korte en lange termijn gevolgen. De veranderingen in de B2C-markt denderen door in de B2B-markt. En dat geldt ook voor de verandering die zich voltrokken heeft bij de mensen die daar werken: uw afnemers.

De connectie met de klant wordt nog belangrijker, zowel online als offline. Klantgerichte bedrijven zullen de grote winnaars worden. Alles



draait namelijk om gedrag, rationeel of irrationeel, bewust of onbewust. En inzage in dat gedrag, de problemen die uw klanten ervaren, waardoor die ontstaan, waarom dat zo is en wat de beste oplossing daarvoor is, maakt het mogelijk om aansluiting te vinden en binding te creëren.

Helpen

Op dit moment werken we (het Dienstencentrum en

Stivako) bij een aantal klanten die investeren in de competenties van hun medewerkers om klaar te zijn voor het "nieuwe normaal". Dat doen deze klanten op verschillende manieren. In een aantal gevallen gestimuleerd door de overheid en de sector. Dat is in deze ingewikkelde tijd mooi meegenomen. Wellicht ook iets voor u?

Frank den Hartog

Paracetamol - minder onschuldig dan het lijkt

Het Dienstencentrum krijgt veel vragen van ondernemers, onder andere over Arbo en gezondheid. Het onderwerp 'ziekteverzuim' is op dit moment nogal een 'hot item'.

Als adviseur P&O en Arbo heb ik het afgelopen jaar al een paar keer dezelfde vraag gekregen van verschillende ondernemers. Is het voor de werkgever toegestaan om pijnstillers te verstrekken aan de medewerkers? En zo ja, mogen deze dan in de EHBO-koffer worden bewaard? Het antwoord is simpel en luidt als volgt: NEE. Je mag als werkgever geen medicijnen – en dus ook geen pijnstilling – verstrekken aan je werknemers. NEE: pijnstillers horen niet thuis in

de EHBO-koffer. Dit antwoord is duidelijk en behoorlijk zwart-wit, maar dat is het ook. Toelichting: elke werkgever is vanuit de Arboret verplicht om een EHBO-koffer te hebben om op die manier eerste hulp te kunnen faciliteren in het bedrijf. Echter, het toedienen van medicijnen, en dus ook pijnstillers, valt niet onder het verlenen van eerste hulp. Sterker nog, dat is zelfs strafbaar! Stel dat een medewerker last krijgt van bijwerkingen of een allergi-

sche reactie, dan kan hij de werkgever hiervoor aansprakelijk stellen. De werkgever is namelijk geen arts (althans, dat heb ik nog niet meegeemaakt in onze sector).

Geen pijnstillers in de EHBO-koffer

Kortom, werkgevers mogen géén pijnstillers verstrekken. Deze horen niet thuis in de EHBO-koffer. Alleen een arts kan medicijnen of pijnstilling toedienen. In het geval van een calamiteit of ongeval mogen BHV-ers maximaal één pijnstiller (paracetamol) geven van 500 mg, maar alleen als het slachtoffer daar zelf om vraagt. In de

praktijk blijkt dat er in veel (productie)bedrijven wel pijnstillers, zoals paracetamol voorhanden zijn. Vraagt een werknemer zelf om een 'paracetamolletje', dan ligt de verantwoordelijkheid om deze in te nemen volledig bij de werknemer zelf, omdat hij op dat moment zelf beslist of hij de pijnstiller inneemt of niet. Zo heeft het bedrijf de paracetamol wel 'in huis' maar biedt het niet actief aan. Collega's kunnen elkaar ook onderling een paracetamol geven als men zich niet lekker voelt, maar het actief verstrekken of aanbieden is dus absoluut niet toegestaan.

Tot slot een TIP: neem deze regels op in je Huishoudelijk Reglement. Informeer je werknemers over de procedures omtrent BHV en de werking ervan in de praktijk. Wil je meer informatie hierover of heb je voorbeeldmateriaal nodig om je op weg te helpen met je reglement? Neem dan contact met mij op.

Eva Bouwman, adviseur P&O en Arbo
e.bouwman@dienstencentrum.com

Voedselveiligheid krijgt kansen

Verpakkingen vormen een groot deel van ons afval. Zo'n 20% van het afval in Nederland bestaat uit verpakkingsmateriaal. Hoewel aan alle kanten wordt gewerkt om het verpakkingsmateriaal te minimaliseren, blijft het gebruik van verpakkingen essentieel. Verpakkingen bieden bescherming aan producten en daarmee wordt de houdbaarheid van verpakte (voedsel) producten verlengd.

Aan het gebruik van verpakkingsmateriaal, met name verpakkingsmaterialen voor voedsel, kleeft een lijst aan wettelijke eisen en verplichtingen. Deze zijn belangrijk om de productkwaliteit te garanderen en de consument te beschermen tegen voedselvergiftiging. Verpakkingen zijn niet meer weg te

denken uit ons leven. Als je door de supermarkt loopt, kom je ongetwijfeld tal van producten tegen waarvan je denkt 'Hoezo worden deze per stuk verpakt?'. Denk aan de komkommers in folie. Bijna de helft, namelijk 46% (Bron: Panelwizard in opdracht van ABN AMRO) van de consumenten vindt dat

onzin. De folie dient als bescherming en verlengt daarmee de houdbaarheid. Het is logisch dat je alleen producten wilt kopen waarbij je geen enkel risico loopt op vergiftiging. Maar heeft de consument dit beeld nu nog steeds?

Hygiëne-eisen

We zitten al ruim een jaar in de Corona pandemie met wereldwijde impact, ook op ons consumptiegedrag. We kopen meer online, zoals boodschappen en maaltijden. Al deze producten worden verpakt geleverd. Door Corona zijn met name de hygiëne-eisen die de consument stelt toegenomen en vinden zij het belangrijk dat de verpakking de hygiëne van het verpakte product waarborgt. Door de verschuiving naar online nam de vraag naar verpakkingen toe en gaan bedrijven massaal over op het extra goed en hygiënisch verpakken van producten. Nieuwe vormen van verpakkingen worden ontwikkeld voor

producten die voorheen niet of minder verpakt werden. Dat creëert kansen voor bedrijven in de branche om zo in de verpakkingssector een start te maken.

Voedselveiligheid

Om de voedselveiligheid te kunnen garanderen van het verpakkingsmateriaal, zijn er meerder systemen en normen die je op weg helpen om aan de eisen te voldoen. Een van de bekendste voedselveiligheidssystemen is de BRC (British Global Standard for Food Safety), specifiek voor verpakkingen en verpakkingsmaterialen. Het Dienstencentrum ondersteunt bedrijven in vraagstukken ten aanzien van voedselveiligheid en begeleidt daarbij het volledig traject.

Meer weten over voedselveiligheid en wat het voor je bedrijf kan betekenen? Onze adviseur Rand Hamam kan je hierbij helpen. Bel 020 – 5435688 of mail naar: info@dienstencentrum.com .



Hoe hoog is de CO₂-voetafdruk van uw bedrijf?

Bereken het in 5 minuten met behulp van 5 bedrijfswaarden. Hoe? Lees hier het antwoord.

Door veranderende marktomstandigheden neemt de druk op ondernemers toe om verder te professionaliseren. Niet alleen vanuit bedrijfseconomische redenen (kostenbeheersing), maar ook vanuit duurzaamheidsoogpunt. Klanten verwachten "verduurzaming" van de productieketen. En CO₂-calculatie is hierin het toverwoord. Weet u al wat de CO₂-voetafdruk van uw bedrijf is? Nog beter: weet u die aantoonbaar te

verlagen? De *Energie RI&E Creatieve Industrie* en *ClimateCalc* leveren het antwoord in 5 minuten.

Voorkom achterstand

Niets doen is een doodlopende steeg, omdat dat door klanten vertaald wordt als 'geen verantwoordelijkheid nemen en niet meedenken met je klant'. Een dergelijke houding leidt tot steeds meer tot achterstand ten opzichte van de concurrentie. Het toverwoord in verduurzaming is nu: CO₂-voetafdrukcalculatie. Door het voeren van een duurzaamheidsbeleid daalt de CO₂-

voetafdruk van het bedrijf. En dát is nu precies wat klanten en de overheid graag zien. De klant, omdat zij hierdoor



een groener product in hun markt kunnen zetten. De overheid, omdat zij de klimaatdoelen van Parijs moeten zien te halen. En beiden kunnen dat alleen bereiken met de inzet van de keten.

Praktische instrumenten

Onze branche loopt voorop in geaccrediteerde CO₂-calculaties. We begonnen niet alleen als eerste sector met een helder duurzaamheidsbeleid, maar beschikken ook nog eens over de praktische instrumenten om ondernemers hierbij te helpen. Voor CO₂-voet-

afdrukberekeningen kunt u kiezen uit de *Energie RI&E Creatieve Industrie* (het zusje van de welbekende ARBO RI&E) en *ClimateCalc*. Beide CO₂-calculatieprogramma's hebben hun basis in de mondiale LCA-database *Ecoinvent*, dé wereldstandaard. Daarbij is *ClimateCalc* als enige ter wereld geaccrediteerd voor de berekening van de CO₂-footprint van producten uit onze sector.

Niet duur

Als u denkt dat het gebruik van deze tools veel geld kost, dan zult u verbaasd

staan dat bedrijven al vanaf nog geen € 225 praktisch aan de slag kunnen. De instrumenten zijn zo slim ontworpen, dat je al met maar 5 getallen tot een eerste gevalideerde CO₂-calculatie komt. De vraag is: Hoe hoog is de CO₂-voetafdruk van uw bedrijf? Als u dat niet weet, is het dan niet de hoogste tijd om dat uit te zoeken? Wij denken van wel.

Neem voor meer informatie contact met ons op: info@dienstencentrum.com of bel 020 – 543 56 88 en vraag naar Peter Tegel of Remco Glashouwer.



Peter Huisman, adviseur bij het Dienstencentrum.

SERVERS GEHACKT

Iedereen zal het wel meegemaakt hebben. Onlangs bleek Exchange Server niet echt veilig meer en Microsoft stuurde een spoed patch de wereld in om het gevonden lek zo snel mogelijk te dichten. En dat het zo snel mogelijk moest, bleek later. Wereldwijd waren honderdduizenden email servers gehackt en dit waren vooral de email servers van MKB bedrijven. Waarom zijn vooral MKB-bedrijven (en lagere overheden) getroffen? Het continu bijhouden van patches, volgen van upgrade-paden kost geld en “waarom iets veranderen als het werkt”, creëert een ideale speelvijver voor de steeds omvangrijkere gemeenschap van cyber-criminelen. De winsten groeien en de verdiensten zijn steeds makkelijk te incasseren (Bitcoins). Het vervelende is dat de bedrijven, zonder het te weten, misschien een achterdeur op de server

hebben staan, nadat de Exchange Server weer geüpdatet is. Zonder het netwerkverkeer in de gaten te houden kan de server nog steeds geïnfecteerd zijn (bijvoorbeeld met Ransomware).

Op zulke momenten wordt het duidelijk dat we in een wereld leven waar de afhankelijkheid van IT groot is en de ontwikkelingen snel gaan. Bedrijven die speciale aandacht geven aan IT en informatiebeveiliging hebben in zo'n wereld toch een duidelijke voorsprong. Bij de bedrijven waar ik binnen kom, zie je dat disaster recovery (backups), patch procedures, malware bescherming, netwerk monitoring, log-analyses, etc. ervoor zorgen dat er vanuit kracht gereageerd kan worden op een dergelijke dreiging. Waarbij met groot vertrouwen oplossingen geïmplementeerd worden.



De redactionele verantwoordelijkheid voor de Uitgave ligt volledig bij Frank den Hartog en Eva Bouwman van het Dienstencentrum.

Werkt Lean in de Creatieve Industrie?



Lean is een begrip dat al vaker de revue is gepasseerd. Maar wat betekent dat nou? En werkt het wel binnen de Creatieve Industrie?

Lean is de benaming voor een tal van handvatten, trucs en tips om slimmer te werken. Het betekent letterlijk ‘mager’ en dit woord gebruikten enkele Amerikaanse engineers toen ze de Toyota autofabriek (in werking) zagen. Dat was in 1988. Vervolgens heeft men de tips en trucs van ‘Lean’ toegepast op scholen, overheidsinstanties, ziekenhuizen, banken, enzovoort... Er zijn geen grenzen of voorwaarden waaraan een bedrijf moet voldoen om Lean te kunnen toepassen. Dat is het mooie van Lean.

Stofhappende orders

Scoort uw percentage faalorders boven de 1%? Dient u eerst pallets te verplaatsen voordat u inkomende goederen in ontvangst kunt nemen? Staan er bij u wel eens orders stof te happen in de productiehal voordat ze afgewerkt kunnen worden? Moeten uw medewerkers wachten op akkoord van een collega, voordat er verder gewerkt

kan worden? Moet er op kantoor of productie gegevens in meerdere systemen ingevoerd worden? Beantwoordt u één van bovenstaande vragen met ‘JA’, dan is dat ook gelijk het antwoord of Lean ook werkt binnen de Creatieve Industrie. Bij meerdere grafische bedrijven heeft het Dienstencentrum verschillende praktische technieken en handvatten van Lean geïntegreerd in de dagelijkse werkzaamheden. Naast minder fouten op de afdeling, bereik je hiermee ook meer samenwerking tussen de afdelingen. Hierdoor ontstaat er minder frustratie en minder faalkosten, wat we het liefst bij elk bedrijf zien gebeuren. Meer weten welke tips Lean voor uw organisatie heeft? Neem contact met ons op en vraag naar Anne Schneider.

**KIJK VOOR ONZE
OPLEIDINGEN OP
WWW.STIVAKO.NL**