



Postbus 220
1180 AE Amstelveen

T (020) 543 56 88
F (020) 543 55 64

info@dienstencentrum.com
www.dienstencentrum.com
www.mediadienstencentrum.nl

deUitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Onderzoek van Stivako-studenten projectmanagement Staf en Kader

Onvoldoende verkoopkracht van grafimediabedrijven

KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

Opleiden is tegenwoordig meer dan alleen in de schoolbank zitten en braaf naar de docent luisteren; het is ook het samen met je medecursisten uitvoeren van een project, daarover een presentatie geven aan een breed gezelschap en tenslotte nog een artikel schrijven voor *Graficus*. Deze inspirerende en leuke ervaring hebben we opgedaan in de opleiding Staf en Kader van Stivako.

Het begon allemaal met de opdracht van het Dienstencentrum om na te gaan wat de verkoopkracht van grafimediabedrijven is. Dat vormde het startpunt van de lessen in het vak Projectmanagement. Er is vervolgens een plan van aanpak opgesteld, met een duidelijke taakverdeling, planning en doelen.

Dat heeft uiteindelijk na acht weken onderzoek en interviews geresulteerd in een aantal belangrijke inzichten. Gezien de omvang van het onderzoek zijn de resultaten niet representatief voor de gehele bedrijfstak, maar het geeft wel een aantal interessante denkrichtingen.

1. Meer dan de helft van de onderzochte bedrijven met vijftien of minder FTE's, maakt geen gebruik van een richtinggevend businessplan waarin middellange- en langetermijnplannen

zijn opgesloten. Juist voor een succesvolle verkoop is het essentieel dat er planmatig gewerkt wordt en er doelen gesteld zijn. Onze aanbeveling is dan ook dat bedrijven zowel korte- als langetermijnplanningen moeten

maken. De koers is dan duidelijk, er kan met aandacht en focus gewerkt worden om een bepaald type klanten binnen te halen, er is duidelijk wat er van de interne organisatie gevraagd wordt en er kan goed gemonitord worden wat de resultaten zijn in verhouding tot het plan en de marktontwikkelingen.

2. Daarnaast bleek dat meer dan de helft van de onderzochte bedrijven geen gebruik maakt van taakstellende verkoopdoelstel-



In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

lingen. Deze bedrijven volgen de omzet niet structureel, er is geen focus op omzet en er is niet beschreven hoe de verkoopdoelstellingen tot stand moeten komen. Verkoopdoelstellingen zijn belangrijk om de vinger aan de pols te kunnen houden en om sturing te kunnen geven aan het (verkoop)gedrag van de organisatie.

3. Positief kwam uit het onderzoek naar voren dat de onderzochte bedrijven de laatste drie jaren opgaande bedrijfsresultaten vertonen en dat het management beseft dat de *customer experience* (dit is het beeld dat de klant van je bedrijf heeft op basis van zijn ervaringen) een belangrijke rol speelt. Analytici verwachten voor de komende tijd een neutrale marktontwikkeling, maar binnen de dynamische en veranderende markt moet rekening gehouden worden met de veranderende klantbehoeften. Het is aan te bevelen de *customer journey* (de ‘weg’ naar een aankoop) goed in kaart te brengen: hoe oriënteren uw klanten zich, waar halen ze informatie vandaan en welke bronnen gebruiken ze om hun uiteindelijke keuze te bepalen.

Als reactie op de veranderende vraag uit de markt, de technologische vernieuwingen en de conjunctuurschommelingen zal een grafimedia bedrijf moeten anticiperen op de nieuwe behoeften van klanten. Daarnaast is een *lean* inrichting van belang, zal de workflow efficiënt moeten zijn en moet een goede ICT-omgeving de processen ondersteunen. Het is aan u om deze transitie gestalte te geven en het juiste verdienmodel te ontwikkelen voor de toekomst. Schuw samenwerking niet, maak goede keuzes, investeer in de juiste competenties, stel doelen en bewaak uw businessmodel. Dat is de boodschap die de cursisten ‘Staf & Kader’ aan u willen overbrengen zodat dit prachtige vak, want dat is het, weer een nieuwe toekomst krijgt.

Namens de cursisten: Melchior Bos - Drukkerij Nij-off, Kevin van Breemen - Drukkerij Service Bostel, Jeroen Hoven - Roto Smeets Deventer, Daan Kersten - Roto Smeets Deventer, Rutger de Ligny - Drukkerij De Bink, Peter Maas - Koninklijke Drukkerij E.M. de Jong, Jappie de Vries - Posterama Screen Productions, Pascal van Zetten - Printgarden Digitaaldruk

STAF & KADER 2015 - 2016

Ook enthousiast geworden na het lezen van dit artikel? Neem dan contact met ons op! In september 2015 start weer de opleiding Staf & Kader. Er zijn nog steeds subsidiemogelijkheden. Ook onze Verkoopopleiding gaat binnenkort van start. Kijk voor deze en andere opleidingen en trainingen op www.stivako.nl of bel ons voor meer informatie op 020 – 543 56 70.

In het najaar starten de volgende opleidingen. Kijk voor het volledige aanbod op www.stivako.nl:

OPLEIDINGEN	DUUR
Staf & Kader opleiding Creatieve Industrie	8 maanden
KAM-Coördinator (de 3 onderdelen zijn ook los te volgen)	15 weken
Commerciële Opleiding Verkoop & Advies (COVA)	3 maanden
Projectmanager Creatieve Industrie	4 maanden
Management & Marketing - specialisatie	6 maanden
Opleiding Zeefdruk	3 maanden
Management & Marketing - basis	5 maanden



KAM-coördinator: intern of extern?

Ieder bedrijf in Nederland behoort zich bezig te houden met Kwaliteit, Arbo en Milieu (kortweg KAM), vanwege belangrijke klantwensen of wettelijke eisen.

Te denken valt aan: monitoren van faalkosten en klantklachten, het monitoren van de afvalstoffen en milieuwetgeving, of het inrichten van het Arbo RI&E-programma. We hebben het hier niet over certificeren, maar over alle benodigde en verplichte aspecten om aan de wet- en regelgeving te voldoen en de bedrijfsvoering goed te managen. De taken en verantwoordelijkheden rond KAM-aspecten zijn vaak ondergebracht bij de directie, leidinggevend en of een – meestal parttime – KAM-coördinator. Grotere bedrijven konden zich tot voor kort een fulltime KAM-coördinator permitteren. Tegenwoordig is er meer behoefte aan flexibiliteit – o-urencontracten, oproepkrachten in plaats van

vaste, dure personeelsleden op de loonlijst. Dit geldt ook voor de KAM-coördinator, die bij een reorganisatie vaak ‘boventallig’ wordt verklaard. Welke keuze er dan gemaakt wordt, is afhankelijk van de behoefte van het bedrijf en welke ontwikkelingen er op het bedrijf afkomen. Zoals nieuwe wet- en regelgeving, gewijzigde en nieuwe ISO standaarden, ontwikkelingen in de branche, etc.

De goedkoopste optie: Stoppen met alle KAM-activiteiten. In de praktijk wordt hiermee op korte termijn geld bespaard, maar op langere termijn voldoet men niet meer aan klanteisen, wet- en regelgeving en verslechtert de concurrentiepositie snel.

Voorbeeldberekening Dienstencentrum (gebaseerd op een gemiddeld bedrijf met FSC, Arbo RI&E en ISO 14001-certificering, 25 werkzame personen):

	Eigen KAM-coördinator	Externe KAM-coördinator Dienstencentrum
Uren en arbeidskosten	Schatting van de jaarlijkse arbeidskosten o.b.v. 0,25 fte (500 uur) € 12.500,-	Contactmomenten tussen uw adviseur en medewerkers (80 – 100 uur) € 2.000,-
Advies- en opleidingskosten	periodiek bijscholen, gemiddeld € 1.500,-	o.b.v. 8 begeleidingsmomenten € 7.500,-
TOTAAL	€ 14.000,-	€ 9.500,-



De meest kostbare optie: Wie gaat de taken van de KAM-coördinator overnemen en beschikt deze medewerker over voldoende kennis en voldoende tijd om deze taken ‘erbij’ te doen? Een intern opgeleide medewerker kan zelfstandig binnen het bedrijf handelen en snel schakelen bij interne wijzigingen. Deze medewerker is in dit geval een officieel opgeleide KAM-coördinator of preventiemedewerker. Bij nieuwe ontwikkelingen heeft hij/zij beperkte ondersteuning nodig van een adviseur. Hiervoor gelden in totaliteit de arbeidskosten, opleidingskosten en beperkte advieskosten.

De beste prijs/kwaliteit verhouding: Er is intern onvoldoende capaciteit om deze ‘staffunctie’ onder te brengen, waardoor de keuze gemaakt wordt om deze taken extern in te kopen. Steeds vaker kiezen bedrijven voor een grotere mate van externe ondersteuning. Een externe KAM-coördinator is altijd op de hoogte van de laatste ontwikkelingen, wet- en regelgeving en heeft de benodigde branchekennis om effectief te werk te gaan. De externe kosten zijn hierdoor hoger, maar de arbeids- en opleidingskosten veel lager, omdat de adviseur de mensen binnen het bedrijf begeleidt en van de benodigde informatie voorziet.

Bel of mail voor meer informatie, 020 – 543 56 88, info@dienstencentrum.com.

Remco Glashouwer, adviseur

Duurzaam inkopen nu internationaal opgepakt

Steeds meer overheden, bedrijven en mensen hebben serieus aandacht voor de mens en zijn leefmilieu. Vandaar dat op internationaal niveau hard gewerkt wordt aan een richtlijn voor Duurzaam Inkopen.

De term ‘Duurzaam Inkopen’ moet in dit geval opgerekt worden naar Maatschappelijk Verantwoord Inkopen, kortweg MVI. De nieuwe richtlijn – die o.a. is gebaseerd op de internationale standaard ISO 26000 voor

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen – zal naar verwachting in 2016 uitkomen.

Effect

En dat zal effect hebben op het bedrijfsleven: klanten en potenti-

ele klanten weten op dat moment welke wensen zij kunnen omzetten in gerichte verzoeken aan hun toeleveranciers. De ‘groenheid’ van uw klanten zal namelijk sterk afhangen van uw duurzaamheidsniveau. En aangezien de klant

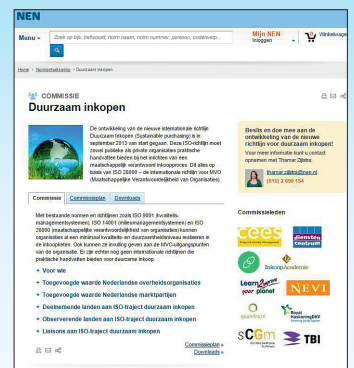
koning is, kunt u wel nagaan dat zij hun wensen en verzoeken snel zullen omzetten in gerichte eisen en selectiecriteria. Het wordt dus echt tijd om uw bedrijfspolicy te gaan richten naar duurzaam ondernemen. Een strategie die nu elke grote onderneming ziet als normaal en verstandig. Het blijkt dat je met groen ondernemen weer echt geld weet te verdienen.

Groeipad

Om bedrijven binnen de sector te helpen bij de ontwikkeling van hun duurzaamheidsbeleid heeft het Dienstencentrum, samen met de certificatie-instituten SCGM en de SCCI, een groeipad ontwikkeld. Via het *8-stappenplan naar Duurzaam Producenten* kunnen directies (geheel gratis) snel inzicht krijgen in het huidige startniveau

van duurzaam ondernemen en in de te bewandelen weg om aan toekomstige klantwensen te kunnen voldoen. Geïnteresseerd geraakt? Neem contact met ons op voor dit gratis groeimodel. Dat kan telefonisch via 020 -543 56 88 of per mail: info@dienstencentrum.com.

Peter Tegel





COLUMN

Duurzame inzetbaarheid anno 2009

Jarenlang heb ik geforensd tussen Amsterdam en een van mijn vorige werkgevers. Zeventig kilometer heen en ook weer 70 kilometer terug. Op het moment dat we besloten te verhuizen richting het werk had ik een aantal zaken op mijn netvlies: ruimte om te wonen, strand, dorp etc. Allemaal fijne dingen. Aan de andere kant dacht ik ook: Ik moet in de spits dus niet naar Amsterdam of de Randstad gaan. Verschrikkelijk leek mij dat.

Onlangs kwam ik een onderzoek tegen van Annie Barreck (Universiteit van Montreal, School of Industrial Relations). Zij vergeleek woon-werkverkeer patronen, met inbegrip van de gebruikte vervoermiddelen (auto, metro, bus, fiets, etc.) in landelijke en stedelijke regio's in Quebec en koppelde deze patronen aan de drie dimensies van burn-out: emotionele burn-out, cynisme en professionele effectiviteit. Hierbij werden 1.942 mensen, in de leeftijd van 17 tot 69, en werkzaam bij 63 organisaties in Quebec ondervraagd. Burn-out symptomen werden vastgesteld middels de *Maslach Burnout Inventory – General Survey*. De conclusie was dat er een significant verband bestaat tussen woon-werkverkeer (d.w.z. de reis tussen huis en werk) en het optreden van de symptomen van professionele burn-out. Natuurlijk is er een nuancering: dit is afhankelijk van het individu, de omstandigheden waarin hij/zij hun trips maken, en de plaats waar hij/zij werkt.

In 2008 kwam ik bij het Dienstencentrum werken, en moest ik de route tussen mijn toenmalige woonplaats Barsingerhorn en Amstelveen in de spits afleggen. Dat was dus ook verschrikkelijk, want dit kostte bakken met energie en tijd. Terug dus naar de Randstad. Dat was helder. In 2009 was ik lekker terug. Heerlijk.

Paul Voors

Reageren? E-mail p.voors@dienstencentrum.com

Nieuwe ESF-subsidie voor duurzame inzetbaarheid

Vraag nu subsidie aan op het gebied van Duurzame Inzetbaarheid van medewerkers en zorg voor gezonde, productieve en betrokken medewerkers.

Werkgevers staan voor belangrijke uitdagingen. Door reorganisaties en vergrijzing verandert de interne organisatie in rap tempo, maar hoe krijg je mensen mee met alle veranderingen, zonder dat hun motivatie daalt of ze zelfs helemaal uitvallen. Veranderen is voor veel mensen namelijk erg lastig. Het betekent onzekerheden opzoeken en dat vindt niemand leuk. Maar om mee te kunnen bewegen met de huidige markt zullen zij toch moeten.



Bedrijven met minimaal twee werknemers die dit probleem herkennen en hierbij, of met andere onderwerpen op het gebied van duurzame inzetbaarheid, hulp willen, kunnen hiervoor subsidie aanvragen. Vijftig procent van het totale bedrag wordt dan betaald. Onderwerpen die in aanmerking komen, zijn onder andere: het maken van een bedrijfs- of organisatiescan, onderzoek naar de duurzame inzetbaarheid van medewerkers, bevordering van gezond en veilig werken, bevordering van de leercultuur voor werknemers, stimuleren van de mobiliteit van werknemers,

in dialoog met medewerkers aanpassen van de organisatie van het werk (LEAN), bevordering van flexibele werkcultuur, invoeren van arbeidstijdenmanagement.

Het Dienstencentrum heeft expertise voor het aanvragen van subsidies en dient de aanvraag in op *no-cure-no-pay*-basis. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Harmen Geel, adviseur Duurzame Inzetbaarheid bij het Dienstencentrum: h.geel@dienstencentrum.com, of tel. 020 – 543 56 88.

Harmen Geel

Colofon

de Uitgave
Frank den Hartog
Eva Bouwman

De redactionele verantwoordelijkheid voor de Uitgave ligt volledig bij het Dienstencentrum.

Adres
Dienstencentrum
Postbus 220, 1180 AE AMSTELVEEN
Telefoon: 020 - 543 56 88
Fax: 020 - 543 55 64
info@dienstencentrum.com
www.dienstencentrum.com

Het Portaal:
www.mediadienstencentrum.nl
Opleidingen: www.stivako.nl