



de Uitgave

ONTWIKKELINGEN IN DE COMMUNICATIEINDUSTRIE

Innovatie in de grafimedia

Hoewel er hele boeken over innovatie zijn geschreven, blijkt de definitie ervan in de praktijk nog niet zo eenduidig. Letterlijk betekent innovatie niets meer dan 'vernieuwing', maar toch denken veel ondernemers bij het begrip nog steeds alleen aan nieuwe uitvindingen.

Onterecht, want als je een product of proces verbetert, innoveer je al. Innovatie draait altijd om iets nieuws. Voor de wereld of voor de bedrijfstak. Maar het kan ook iets nieuws zijn voor uw bedrijf.

Drijvende kracht

Omdat innovatie een drijvende kracht is achter economische groei en positief voor afnemers, bedrijven en de economie als geheel, is het belangrijk om te blijven innoveren. Maar hoe bepaalt u nu welke innovaties wel en niet belangrijk zijn voor uw

bedrijf? Besteedt uw bedrijf hier wel voldoende aandacht aan? Waarom zou u innoveren? En waarom juist niet? Interessante vragen, waar het Dienstencentrum in samenwerking met de Vrije Universiteit van Amsterdam onderzoek naar doet, om zo meer inzicht te krijgen in de

stand van zaken rond innovatie in onze sector. Het onderzoek wordt uitgevoerd onder leiding van Prof. Dr. Enno Masurel, hoogleraar Duurzaam Ondernemen en directeur van het VU Center for Entrepreneurship. Doel van dit onderzoek is te achterhalen welke factoren zorgen voor weerstand tegen innovatie. Met de uitkomsten ervan kunnen wij bedrijven in de graf mediasector beter bedienen met producten of diensten die innovatie kunnen ondersteunen en bevorderen.

Workshop

Op basis van de uitkomsten van de eerste resultaten zal prof. Masurel in het najaar een workshop geven, waarin hij dieper ingaat op de factoren die innovatie

bevorderen en belemmeren. Deze factoren worden tevens gelinkt aan de bedrijfsprestaties. Zo wordt duidelijk op welke manier innovatie voor uw bedrijf van belang is. Heeft u meegewerkt aan het onderzoek? Dan heeft u eind april een uitnodiging ontvangen om deel te nemen aan de workshop. Niet meegedaan, maar toch graag de workshop bijwonen om zo te leren hoe innovatie uw bedrijf kan helpen? Mail dan info@dienstencentrum.com. Wilt u meer informatie over innovatie en weerstanden ertegen? Neem dan eens contact met mij op.

Frank den Hartog



Heeft u een duidelijk beeld van uw productportfolio?

Komt u ook naar onze Klantendag op 18 juni? Daar komt dit ontwerp ook aan de orde.
www.dienstencentrum-event.com

Uw productportfolio is een overzicht van wat u maakt. Een goed inzicht daarin is essentieel voor het maken van de juiste keuzes. Want hebben uw producten of diensten nog wel toekomst? En hoe presteert uw productaanbod ten opzichte dat van uw concurrenten?

Om hier inzicht in te krijgen, hanteert het Dienstencentrum een portfolioanalyse die is gebaseerd op de Boston Consultancy Group-matrix (BCG-matrix). Hiermee neemt u beslissingen meer rationeel, gebaseerd op feiten, in plaats van op onderbuikgevoel. Een van

de uitgangspunten van de portfoliobenadering is dat de geldstroom van een product wordt bepaald door de fase van de levenscyclus waarin een product zit, in combinatie met het relatieve marktaandeel. Deze fase bepaalt het groeipercentage of verkoopvolume en daarmee

indirect ook de financieringsbehoefte.

Beter anticiperen

De BCG-matrix signaleert welke bedrijfspotenties aanwezig zijn en welke positie u met uw producten en diensten heeft ten opzichte van uw markt. De matrix laat zien waar uw kansen en eventuele bedreigingen liggen. Zo wordt duidelijk in welke producten u het beste kunt investeren en in welke beter niet (meer).

Een onderdeel van de portfolioanalyse is een concurrentie analyse. Wie zijn uw concurrenten en waarom gaat een klant naar ze toe? Aangegeven wordt waar u sterk in bent ten opzichte van de concurrent en wat er beter moet. Nieuwe keuzes geven zo uw onderneming meerwaarde ten opzichte van uw concurrenten.

Bedrijven die gebruik maken van de BCG-matrix zijn beter in staat om te anticiperen op ontwikkelingen in de markt omdat zij in staat zijn de uitkomsten te gebruiken als onderbouwing van bepaalde strategische of tactische keuzes. Neem contact met mij op, ik vertel u er graag meer over!

Kaj de Ruiter

'POWERVROUWEN' IN OPLEIDING

Veel vrouwen denken te moeten "vermannelijken" om een goede ondernemer te zijn. Onzin! Het is bewezen dat vrouwen van nature eigenschappen hebben om succesvol te ondernemen. De kunst is om deze kwaliteiten op de juiste manier in te zetten en te besluiten welke competenties zij verder willen ontwikkelen, afhankelijk van de strategie van hun onderneming. Daarom ontwikkelde Stivako een opleiding voor vrouwelijke ondernemers in onze sector. Op de vakbeurs Print & Sign Expo in Gorinchem vond de aftrap plaats en sindsdien is er onder de bezielende leiding van

– uiteraard – een vrouwelijke docent, cq. bedrijfskundig adviseur, hard gewerkt aan het herkennen en erkennen van de eigen competenties, het presenteren (*pitchen*) van het eigen bedrijf en een aantal praktische oefeningen om de bagage voor succesvol ondernemerschap naar de toekomst toe verder te optimaliseren. De opleiding is ontwikkeld in het Europese Thrive!-project (www.thriveproject.eu) om (toekomstige) (jonge) (vrouwelijke) ondernemers in de creatieve industrie te ondersteunen om hun ondernemersvaardigheden verder te ontwikkelen.

Meer informatie over de opleiding en het project is verkrijgbaar via Eva Bouwman en Leanne Janssen.



Investeren in medewerkers loont!

Mensen maken het verschil. Investeren in de ontwikkeling van medewerkers levert dan ook direct rendement op. Je kunt investeren in machines of workflowsystemen, maar als de medewerkers daar niet optimaal gebruik van maken, is dat een gemiste kans op verbetering van het rendement.

Neem nou de medewerkers verkoop en het bedrijfskantoortoor. Voor hen wordt het steeds belangrijker om te leren de wens van de klant te achterhalen. Begrijpen wat de klant wil, goed kunnen luisteren, meedenken en adviseren zijn cruciaal om bestaande klanten te behouden en nieuwe klanten te werven. Ook het voorkomen of oplossen van interne miscommunicatie of het opheffen van een "eilandjes-

cultuur" biedt kansen. Verbetering van de interne communicatie en samenwerking levert direct rendement op.

Waar te beginnen?

Als uw bedrijf om welke reden dan ook verandert, betekent dit dat ook uw medewerkers moeten veranderen. Stelt u zich dan de vraag: "Welk type medewerker(s) hebben wij nodig in de (nabije) toekomst

en wat dat betekent voor de functies en competenties". Daarvoor zijn natuurlijk wel actuele functiebeschrijvingen en de daarbij behorende competentieprofielen nodig. Deze maken inzichtelijk wat van de medewerkers wordt verwacht.

Tijd voor actie

Is er geen volledige match (meer) tussen de medewerkers en hun functie of zitten ze niet (helemaal) op de

juiste plaats? Dan is het tijd voor actie, zoals een training in verkoop, communicatie of leiding geven. Ook het herverdelen van menskracht kan een optie zijn: functies heroverwegen, taken anders verdelen, medewerkers een (gedeeltelijk) ander takenpakket geven om ze efficiënter in te zetten. En in het uiterste geval kan ontslag nodig zijn. Maar door tijdig actie te ondernemen, is dat meestal gelukkig niet nodig. Bovendien houden medewerkers hebben zo meer plezier in hun werk en levert het een beter rendement op.

Margreeth Colenbrander

Energiecampagne KVGGO Grafimedia een groot succes

In de afgelopen weken hebben het KVGGO, Dienstencentrum en BlueTerra zes regionale informatiebijeenkomsten georganiseerd over de Informatieplicht Energiebesparing. In totaal 150 grafmediabedrijven waren hierbij aanwezig.

Energiereductie is tegenwoordig het toverwoord van minister Wiebes (EZK), met als doel de CO₂-uitstoot te verlagen. En dat is dan weer goed om het broeikas effect tegen te gaan. Om het bedrijfsleven te motiveren aan de slag te gaan met energiereductie heeft de minister speciale maatregelen vastgesteld. De grafme-

dia kent 52 van dergelijke – voor 1 juli 2019! – verplicht uit te voeren maatregelen. De informatieplicht loopt via de Rijksdienst Voor Ondernemend Nederland (RVO), waar u een specifieke maatregelenlijst moet doorlopen en invullen. Afhankelijk daarvan beoordeelt RVO uw bedrijf met een groen, oranje of rood stoplicht (de mate waarin u de maatregelen heeft doorgevoerd), of zelfs zwart (u heeft zich niet gemeld). U zult begrijpen dat niets of weinig doen geen goede bedrijfsstrategie is. Maar bedrijven die laten zien dat zij actief bezig zijn, hebben meer vrijheid in het uitvoeren

van de maatregelen. Vandaar dat wij alle grafmediabedrijven adviseren mee te doen met de Energie Campagne KVGGO Grafimedia. Daarin kunt u een perfecte naleving

van de wet en geen overheidsbemoediging regelen. Neem contact met ons op voor meer informatie.

Peter Tegel





Peter huisman, adviseur bij het Dienstencentrum.

LAAGHANGEND FRUIT

De IT-infrastructuur is tegenwoordig het bloedvatstelsel van een onderneming, waarbij de gegevens alle onderdelen van de organisatie voedt en in leven houdt. Een onmisbaar deel van het bedrijf dus, waarbij uitval meteen grote consequenties kan hebben. Met die insteek ga ik bij bedrijven langs om een vinger aan de pols te leggen, de hartslag te beluisteren en de bloeddruk op te nemen. En om te informeren over het algemeen welbevinden. Als ik vraag of de ondernemer wel eens kritisch heeft gekeken naar hoe de organisatie omgaat met gegevens, krijg ik meestal te horen: "uiteraard!" Met een beetje doorvragen blijkt meestal al snel dat dit kritisch kijken niet veel verder komt dan de constatering dat er een back-up is, wachtwoorden gebruikt worden en dat elke pc een virusscanner heeft. Helaas is dat tegenwoordig niet meer voldoende om gezond te blijven. Door de afhankelijkheid van gegevensuitwisseling kan zelfs een kleine verstoring al leiden tot vervelende situaties, zoals: niet op tijd kunnen leveren, klanten informeren over een datalek, dagen administratie inhalen,

of zelfs dagen platliggen omdat de servers niet meer gebruikt kunnen worden. Zelfdiagnose kan daarom leiden tot het herkennen van risico's die u zeker niet zou hebben geaccepteerd, als u ze van tevoren had geweten. Daarom is het altijd goed om eens een derde partij een kritische blik te laten werpen op de techniek en organisatie. Vanuit de praktijk blijkt dat vaak een paar uur al genoeg kan zijn om de vinger op de zere plek te leggen. Zo wordt u zich bewust van waar de risico's liggen, wat al voldoende is om zelf verder te kijken in de organisatie. De norm voor informatiebeveiliging (ISO-27001) heeft als bijlage een handige lijst met *best practices*. Enkele daarvan zijn laaghangend fruit, waarmee eenvoudig kan worden gestart met onderbouwd en kritisch kijken naar risico's. Als adviseur begin ik bij bedrijven altijd met een selectie van tien *best practices* als eerste stap voor het bedrijf om door te groeien naar een gezondere organisatie, waarbij de kans tot uitval van de gegevensstromen tot een minimum beperkt wordt. Pluk ook deze vruchten. Voor een langer, veiliger en gezonder (bedrijfs)leven.

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

START IN SEPTEMBER!

Stivako-opleiding Lean Manufacturing Grafimedia

LEAN is een methode om organisaties beter te laten presteren door slimmer en efficiënter te werken. Door logische operationele stappen en strategisch doordacht aanpakken, maak je minder fouten en bespaar je materiaal, energie, tijd en ruimte. Met als gevolg een beter bedrijfsresultaat en maximale waarde voor de klant.



Tijdens de opleiding laten we je ervaren dat LEAN echt werkt. Tijdens zeven bijeenkomsten gaan we stap voor stap door de theorie van Lean, vol met oefeningen uit de praktijk. Je leert op een andere manier kijken en werken. Na het behandelen van de LEAN achtergrond- en basisinformatie, worden de volgende onderwerpen intensief en interactief behandeld: Het Lean optimalisatiespel, Werkplekoptimalisatie (de basis op orde), de vijf principes van LEAN, *Value Stream Mapping*, verbeterborden en strategie en analyse.

Wat kun je na de opleiding?

Na de opleiding ken je alle *ins* en *outs* van LEAN en heb je al verschillende technieken en theorie toegepast op je eigen organisatie. Je bent in staat om een knelpuntenanalyse uit te voeren binnen je organisatie, verspillingen te voorkomen in plaats van te genezen, processen te

visualiseren en te verbeteren, de 'Continu verbetercyclus' toe te passen en collega's te betrekken in een verbetertraject.

Eén maand terugverdiendtijd

Een maand na afronding van de training heb je al zoveel verbetering doorgevoerd binnen je organisatie, dat je de organisatie al meer kosten hebt bespaard dan de kosten van de opleiding (€ 1.750,- ex btw). Daarnaast is er onder voorwaarden subsidie beschikbaar via het A&O fonds (tot 40%).

Kijk op www.stivako.nl en meld je online aan. Wil je liever in-company met meerdere collega's? Neem dan contact met ons op: info@stivako.nl of 020-543 56 70.

KIJK VOOR ONZE
OPLEIDINGEN OP
WWW.STIVAKO.NL