



de Uitgave

ONTWIKKELINGEN IN DE COMMUNICATIEINDUSTRIE



Leren tijdens de Corona-crisis

Nu in het Corona-tijdperk is er meer tijd om aan andere dingen te besteden. Misschien voor u als ondernemer, anders wellicht voor de medewerkers die (gedeeltelijk) thuiswerken. Ook wij merken de gevolgen van de crisis. Onze adviseurs werken thuis op afstand voor onze klanten of toch nog bij de klant op het bedrijf als dat noodzakelijk is. Maar wel volgens de regels van de anderhalve meter-economie!

Nieuwe producten en diensten

Een aantal uren per week kunnen we niet voor een klant werken. Er is door het stopzetten van opdrachten

te weinig werk. In deze tijd werken de adviseurs aan het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten of zijn ze aan het leren. Want kennis is al heel lang belangrijk. Het

verwerven van kennis (en vaardigheden) is noodzakelijk om te kunnen blijven functioneren in een beroep en bedrijf of om nieuwe diensten te ontwikkelen die we na de crisis kunnen inzetten. Maar ook voor de toekomst van een bedrijf is het vernieuwen van kennis onontbeerlijk.

Onderzoeken

Wij onderzoeken periodiek onze grafimedia- en aanpa-

lende sectoren. Met de VU/ UVA zijn we recent weer twee nieuwe onderzoeken gestart. Een onderzoek naar de *Circulaire economie voor de grafimedia-sector* en een onderzoek over *Obstakels tussen de verschillende fases in de levenscyclus van MKB-ondernemingen*. Hierover hoort u binnenkort meer. Vorig jaar hebben we diverse onderzoeken afgerond. Ook een ander onderzoek met de VU. Op de Dienstencentrum-website op de pagina met links naar onderzoeksrapporten en presentaties over toekomstige ontwikkelingen vindt u het overzicht: <https://www.dienstencentrum.com/strategisch-onderzoek-sector.html> Wellicht interessant voor u of uw medewerkers. Blijven leren, ook tijdens de crisis, kan je verder helpen in de periode erna. En lang thuis werken zonder doel is op termijn erg geestdodend.

Frank den Hartog, directeur

Onderzoek naar logistieke informatievoorziening

Voor een goede bedrijfsvoering is informatievoorziening essentieel. Automatisering en het genereren van de prestatiesgegevens is hier direct aan verbonden.

Naast de verdere digitalisering van het productieproces zal de informatie over het verloop van het productieproces ook verder gedigitaliseerd worden om adequaat te kunnen bijsturen. Vandaar dat bedrijven steeds kritischer zijn op het gebruik van het informatiesysteem. Het aanbod van informatiesystemen is de afgelopen jaren echter sterk veranderd en er zijn minder leveranciers van branchespecifieke pakket-

ten. De grafische branche telt steeds minder bedrijven, wat het vernieuwen en ontwikkelen van specifieke software onbetaalbaar maakt. Bovendien is grafisch is niet meer alleen gericht op drukwerk, maar op de gehele breedte van de creatieve sector, waaronder communicatie advies, online media, signproducties, etc. Het proces en daarmee de informatievoorziening van deze verschillende product-

groepen is echter heel verschillend.

Opnieuw onderzoeken

In 2005 heeft de laatste herziening van het handboek *LogIn* plaatsgevonden, waarin de logistieke informatievoorziening en de softwareleveranciers zijn onderzocht. Dit jaar gaat het Dienstencentrum in samenwerking met onafhankelijk IT-adviesbureau Mitopics opnieuw de ontwikkelingen van de processen onderzoeken en afzetten tegen de ontwikkelingen van de automatisering bij softwareleveranciers. Dat

onderzoek gaat aangeven welke behoefte bedrijven in de creatieve sector hebben, welke managementinformatie relevant is om het bedrijf en de processen te sturen en in welke mate softwareleveranciers hieraan invulling geven.

Remco Glashouwer, Adviseur



Oude tijden, nieuwe tijden

Nederlanders hebben over het algemeen niet zo veel met regels. We weten zelf het beste wat goed voor ons is. Dat denken we tenminste. Helaas hebben de afgelopen paar maanden ons pijnlijk bewust gemaakt van de noodzaak tot het naleven van regels en procedures. En daarover wil ik het even hebben.

In elk bedrijf gelden momenteel strikte regels om de veiligheid van alle medewerkers, leveranciers, klanten en andere bezoekers te waarborgen. Ze zijn veelal ad hoc samengesteld of verkregen via internet, arbodienst of branche-organisaties. Maar hoe zit het met de andere,

permanenter regels en procedures in uw bedrijf? Bijvoorbeeld rond arbo en veiligheid op de werkvloer, of rond het verzuim en verzuimbeleid? Regels en procedures over hoe om te gaan met de ICT-middelen of transportauto's van het bedrijf? Procedures rond veiligheid

met gevaarlijke stoffen en het gebruik van persoonlijke beschermingsmiddelen? En de 'populaire' onderwerpen: regels over het gebruik van mobiele telefonie of het (anti)rookbeleid in het bedrijf.

Klinkt logisch

Het klinkt allemaal zo logisch en meestal is het dat ook. Maar als u het niet vastlegt en er gebeurt iets, dan heeft u een probleem. De omvang en impact ervan hangt van het probleem af natuurlijk. Sowieso raad ik u aan:

1. Zorg voor een goede risico-inventarisatie. Onze sector heeft hiervoor een prachtige tool ontwikkeld, helemaal branchespecifiek: de *Arbo Risico Inventarisatie en Evaluatie* (kortweg ARBO RI&E). Dit hulpmiddel brengt alle bedrijfsrisico's in kaart met betrekking tot veiligheid, gezondheid en welzijn. Ga naar rie.arbografimedia.nl (gratis voor KVGGO-leden).

2. Stel een Huishoudelijk reglement samen. Hierin staat alles wat u nodig heeft om de noodzakelijke regels en afspraken in uw organisatie te formaliseren. Dit schept niet alleen duidelijkheid, maar kan ook helpen bedrijfsrisico's te verminderen, onnodige problemen of conflictsituaties te voorkomen en oorzaken voor verzuim te verkleinen.

Wellicht heeft u door de 'coronacrisis' op dit moment iets meer ruimte en rek in uw werkweek om zaken aandacht te geven die er normaliter bij inschieten. Dan is het nu een goede tijd om aan de slag te gaan met de Arbo RI&E en/of het Huishoudelijk reglement. Wilt u meer informatie of ondersteuning hierbij? Of heeft u vragen? Neem dan contact met mij op.

Eva Bouwman-van Gelder
Adviseur P&O en Arbo

Staf & Kader-onderzoek marketing door cursisten

Voor de opleiding Staf & Kader van Stivako hebben wij onderzocht hoe wij grafmediabedrijven meer bewust kunnen maken van het grote belang van marketing. Dit resulteerde op 3 maart jongstleden in een presentatie van het onderzoek en een spel waarbij de deelnemers (directieleden en andere betrokkenen) getest werden op hun kennis over marketing.

Uit ons onderzoek is gebleken dat een eigen gezicht voor het bedrijf belangrijk is en essentieel voor de marketingstrategie. Bedrijven in de grafmediabranche zijn zich al bewust van de waarde van hun product, aangezien het

product hun bedrijf maakt of breekt. Er kan echter wel meer gekeken worden naar het bedrijf achter het product, iets wat nu veelal op de achtergrond staat. Hierdoor associëren de klanten het product niet altijd met het bedrijf.

Hoe dan?

Om je bedrijf een eigen gezicht te geven, kun je bijvoorbeeld denken aan rondleidingen en open dagen, waardoor klanten een positieve indruk krijgen en inzicht in het productieproces. Hierdoor zijn zij niet alleen onder de indruk van het product, maar ook over hoe het tot stand komt. Bovendien biedt je klanten zo een extra ervaring. Daarnaast telt ook online flink mee; door middel van een gebruiksvriendelijke unieke website kan de klant makkelijk bewust worden gemaakt van de producten die geleverd kunnen worden. Op social media kan dit eigen gezicht ook uitgedragen worden, maar hiervoor geldt wel dat content uniek moet zijn en regelmatig vernieuwd dient te worden.

Meer dan verkoop

Marketing wordt nog steeds te veel geassocieerd met reclame en verkoop, terwijl

het veel meer is dan alleen de verkoop. Het belang van marketing zit voornamelijk in het geven van een eigen gezicht aan het bedrijf en hoe dit naar buiten toe uitgedragen wordt. Met daarbij uiteindelijk een kwalitatief sterk product, dat de naam van het bedrijf uitstraalt. Zodra het bedrijf een eigen gezicht heeft, zal dit de naamsbekendheid vergroten, mede door de inbreng van een sterke marketingstrategie. Hierbij stellen wij dat marketing zorgt voor een eigen gezicht van het bedrijf.

Tijdens de presentatie hebben wij deze conclusie uitgebreid naar voren gebracht en ook het spel gaf een extra interactief element aan de avond. Al met al was het een geslaagde presentatie, waarbij zowel wij als studenten als de deelnemers veel hebben opgestoken omtrent marketing en het grote belang ervan in de grafmediabranche.



Cursisten Rolf Koehoorn, Keanu Bernds, Rhaudy Diamant en Mitchell Wiegmans bij hun presentatie.

Houd die (Corona) spirit vast!

Het zijn bizarre tijden, laten we dat voorop stellen. We zijn in een soort overlevingsmodus beland en dat brengt ook een vernieuwende mentaliteit met zich mee. Plots doen we massaal alleen nog maar datgene wat écht nodig is. En laat dat nou ook net de gedachtegang van Lean zijn. Een krachtige manier van denken om met zo min mogelijke middelen het werk toch nog te verzetten, houdt dat vast. Daarnaast zet Corona aan tot creativiteit. We gaan problemen op een andere

manier bekijken of creatief oplossen. Tijd over? Dan gaan we onze werkplekken opruimen, groot onderhoud op machines plegen of zelfs het gebouw een likje verf geven. Dit zorgt voor fysieke ruimte, ruimte in het hoofd, maar bovenal een lange levensduur van de materialen en bespaart je tegelijk tijd in de toekomst als je weer iets moet vinden (tools of documenten). Orden en structureer! Houd die opruimsprit vast. Als jij of je collega even niets te doen



hebben, lees dan mijn online artikelen of informatiepagina's over Lean op www.dienstencentrum.com.

Leanadviseur Anne Schneider



Peter huisman, adviseur bij het Dienstencentrum.

HELP, MIJN MEDEWERKERS MOETEN THUISWERKEN

Toen ik het onderwerp bedacht, was het nog niet zover. Maar al is het idee nog zo snel, de markt achterhaalt het wel. Nu, op het moment van schrijven, wordt van iedereen verwacht zoveel mogelijk thuis te werken. Veel organisaties zijn er niet op voorbereid. Wel in woorden, maar niet in daden. In mijn omgeving zie ik nu iedereen 'vergaderen' via email. Documenten worden rondgestuurd per email, soms zelfs in distributiegroepen. Het is wachten op de "oeps sorry, dit document had je niet mogen zien" en je hebt zo een eventueel datalek te pakken. Daarnaast worden inloggegevens voor bedrijfsportals nu massaal opgeslagen op thuiscomputers, net als wachtwoorden voor sites die normaal gesproken alleen benaderd worden vanuit een veilige bedrijfsomgeving. Een walhalla voor hackers, die alleen nog maar simpele thuis-routertjes, die nooit *gepatcht* worden, hoeven te hacken (lees: scriptjes downloaden van fora, et voilà).

Hopelijk gaan voor veel organisaties nu de ogen open van het belang van het goed regelen van georganiseerd en veilig online werken. Voordeel is dat het tegenwoordig erg makkelijk gemaakt wordt om het goed te regelen met *two-factor* authenticatie (via de mobiele telefoon) en rechten op mappen, in teams en in discussies. MS Teams en Slack zijn veelgebruikte applicaties om thuiswerken in goede banen te leiden. Hopelijk komen we weerbaarder uit deze crisis en zullen we in de toekomst makkelijker de omschakeling van kantoor naar thuis maken.

Peter Huisman



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



Als ondernemer is het vooral nu verstandig om te investeren in kennisopbouw van thuiszittende medewerkers en deze te benutten voor de toekomst van uw bedrijf. Een thema wat daar perfect bij past, is duurzaamheid.

In de afgelopen maanden heeft het Dienstencentrum, in overeenstemming met de HLS-structuur van ISO voor CO₂-voetafdrukberoevingen en Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (kortweg MVI), zogenaamde plug-in-modules ontwikkeld. Dat houdt in dat je, naast het integreren van ISO 9001 en ISO 14001, deze thema's nu ook eenvoudig met elkaar kunt koppelen. Hierdoor ontstaat er één overzichtelijk managementsysteem voor het bedrijf. Met deze nieuwe modules kan je via praktisch blauwdruk materiaal de aankomende weken aan de slag om je bedrijf verder te verduurzamen.

Kosteloos

De modules worden kosteloos ter beschikking gesteld aan de sector. Of u nu wel of niet al beschikt over een ClimateCalc- of MVI-certificaat, iedereen kan het blauwdruk materiaal gratis bij ons aanvragen.

Voetafdrukberoeving

Ook bieden wij ieder bedrijf aan om een CO₂-voetafdrukberoeving te maken of te laten toetsen of u aan de MVI-criteria voldoet. Heeft u

altijd al willen weten wat de CO₂-voetafdruk van uw bedrijf is? Voor € 250 maken wij een voetafdrukverslag voor u aan de hand van ClimateCalc (normaal: € 850). Het enige wat u hoeft te doen, is ons een aantal gegevens toe te sturen. Op basis daarvan ontvangt u van ons een voetafdrukverslag.

Duurzaamheidseisen

Wilt u weten of uw digitale of offsetdrukproces wel voldoet aan de nieuwe duurzaamheidseisen van de Rijksoverheid? Ook deze beoordeling voeren wij voor u uit voor € 250 (normaal: € 850).

Kortom, gebruik deze periode om samen met uw stafmedewerkers te werken aan de voorbereiding van het (verder) verduurzamen van uw bedrijf. Daarmee werkt u weer aan een toekomstperspectief vanaf najaar 2020.

Remco Glashouwer en Peter Tegel
Adviseurs

KIJK VOOR ONZE
OPLEIDINGEN OP
WWW.STIVAKO.NL