

deUitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Bent u ook op zoek naar een nieuwe toekomst?

KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

Als Dienstencentrum merken wij dat de economie weer aantrekt. Bij een aantal bedrijven is de groei weer duidelijk merkbaar. Wellicht ook bij uw bedrijf. Toch gaat het nog niet bij alle bedrijven goed. Een helder inzicht in de eigen sterkten en zwakten en een goed idee van de markt en relevante ontwikkelingen vergoten wel de kans dat op het juiste moment de juiste beslissingen genomen worden. Niet iedereen is daar even ver mee gevorderd. Sommigen weten misschien niet precies hoe zij dat uitstippelen van een nieuwe weg kunnen aanpakken. Toch hoeft het zetten van een eerste stap niet moeilijk te zijn...

U zou kunnen starten met een Bedrijfs Risico Analyse (BRA). Hiermee krijgt u snel een beeld hoe het in uw bedrijf staat met de sterke en minder sterke punten. Met een aantal sleutelfiguren uit het bedrijf kijken naar uw bedrijf vanuit een aantal perspectieven blijkt erg verhelderend te zijn. Uit ervaring weet ik dat er altijd verschillende zienswijzen heersen binnen een bedrijf. De directeur ziet dingen anders dan een verkoper, ordermanager of de chef technische afdeling. Deze verschillende zienswijzen leiden in de praktijk tot verschillende werkwijzen en acties. Met elkaar praten over de bedrijfsrisico's via gestructureerde vragen en het daarna formuleren van concrete acties leidt direct tot effectievere bedrijfsvoering en markbenade-

ring. De ervaring is dat de BRA tot nu toe voor ieder bedrijf een eyeopener is. Het levert het deelnemende bedrijf zeker geld op! U kunt zich voorstellen dat voor een kleiner bedrijf de risico's in kaart brengen minder uitgebreid

is dan voor een groter bedrijf. De kosten zijn daarom afgestemd op de specifieke bedrijfsgrootte.

Het Dienstencentrum is gestart met het Staf Zekerheidsconcept. De BRA maakt deel uit van dit concept. Meer informatie vindt u natuurlijk op www.dienstencentrum.com. Wacht niet langer met het creëren van een helder inzicht in uw organisatie.

Wilt u direct aan de gang met de Bedrijfs Risico Analyse of meer informatie? Neem dan direct contact met ons op: 020 5435688.

Frank den Hartog



In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

Hoera Functiebeschrijvingen!

Heeft u voor alle werknemers in uw bedrijf een up-to-date functiebeschrijving? De kans is groot dat u, net als de meeste Grafimedia-ondernemingen, deze vraag met nee moet beantwoorden. Waarom zou u daar ook in investeren? Het is toch wel duidelijk wat er van iedereen wordt verwacht?

In een goede functiebeschrijving is in ieder geval opgenomen welke taken binnen deze functie uitgeoefend moeten worden. Wat wordt bijvoorbeeld verwacht van een planner of een medewerker binnendienst? Als je daar over nadenkt, levert dat meer op dan alleen een lijstje taken. Het dwingt je om na te denken over de inrichting van je organisatie. Is het gewenst dat de planner contact heeft met de klant of kan dat klantencontact beter alleen maar via de binnendienst lopen? Zijn er ook uitzonderingen en waarom eigenlijk? Zijn er overlappingen

tussen functies en is dat handig of juist inefficiënt? ‘Matcht’ de functie nog wel met wat nodig is in het bedrijf?

Doel op zich

Het nadenken over de inrichting van de organisatie en ieders rol daarin is al een doel op zich



van een functiebeschrijving. Het is daarnaast een onmisbaar instrument bij functionerings- en beoordelingsgesprekken. Als niet precies duidelijk is wat iemands taken en verantwoordelijkheden zijn (of dat daarover verschil van mening bestaat), wordt het lastig om een zinvol gesprek te voeren. Want wat is in dat geval de maatlat aan de hand waarvan je het functioneren beoordeelt? Maar een functiebeschrijving is ook gewoon nodig om het (cao-) loon van een werknemer te kunnen bepalen. De Grafimedia-cao schrijft voor dat elke functie ingedeeld moet worden in één van de functieniveaus A tot en met K. Daarvoor gelden de spelregels van het *Handboek Functie indeling Grafimedia*. Maar dat leest bepaald niet als een roman en dat is

misschien mede de reden dat veel ondernemers niet over adequate functiebeschrijvingen beschikken.

Zelf geen tijd?

Hikt u aan tegen het zelf opstellen van een functiebeschrijving, mist u de tijd of de menskracht om daar intern invulling aan te geven? Beschikt u over functiebeschrijvingen, maar zijn deze inmiddels verouderd? Het Dienstencentrum kan u helpen. Bel ons op 020-5434688 voor meer informatie over het door ons laten maken van functiebeschrijvingen en de mogelijkheid om voor de kosten daarvan subsidie te krijgen in het kader van de subsidieregeling ESF Duurzame Inzetbaarheid.

Margreeth Colenbrander

Wat hebben grafici met kappers gemeen?

Een rare vraag zult u zeggen. En waarom stel je die eigenlijk? Nou, omdat wij vanuit Stivako en de SCCI bij toeval in de wereld van de kappers verzeild zijn geraakt.

Vanuit een technisch college uit Arhus, Denemarken zijn wij in het verleden gevraagd te participeren in een pilotproject over duurzaamheid in de grafimedia- en in de *hair and beauty*-sector. En dat was een schokkende ervaring! Weet u hoe lang de carrière van een kapster in Denemarken duurt voordat zij uitvalt met gezondheidsklachten? Elf jaar!! Inclusief opleiding!! Gelukkig is dit in Nederland (iets) beter, zo’n 12,5 jaar. Voor mij reden om via Stivao een Europees vervolgproject te initiëren om hier iets aan

te doen. Hierin participeren vijf landen onder de naam: *Future Skills & Sustainable Development in the Green Salon*. Het doel van dit project is om innovatieve manieren van leren over duurzaamheid te ontwikkelen en om duurzaamheid bij scholen en ondernemingen in de sector te stimuleren. De educatieve producten die wij willen genereren zijn: workshops over duurzaamheid en innovatie, leermiddelen voor scholen en buitenschoolse opleidingen over duurzaamheid in de ‘groene’

kapsalon, een onderzoek naar managementsystemen in deze sector in Europa, het ontwikkelen van een diagnostische scan voor bedrijven en scholen, een stappenplan voor invoering van duurzaamheid in de salon, een fysiek duurzaamheidsspel voor de *hair and beauty*-sector en een internetgame over duurzaamheid en ondernemerscompetenties voor de branche. Wat grafici en kappers gemeen hebben, is dat zij allebei met gevaarlijke stoffen werken. Hoe wel wij het in onze industrie redelijk goed voor elkaar hebben, kunnen ook wij nog verbeteren en zijn ook bij bedrijven in de grafimedia sector lang niet alle



gevaarlijke stoffen uitgebannen. Niet voor niets start er binnenkort een project om o.a. het gebruik van oplosmiddelen verder terug te dringen. Maar bij de kappers is er ook nog heel wat te doen. Lees voor de aardigheid de verpakking van haarverf maar eens: ‘dit product mag absoluut niet in contact met de huid komen’. Interesse in dit project? Kijk dan op www.greensalon.eu.

Frank den Hartog

Energiemanagement voor grafimediabedrijven

Als onderdeel van de opleiding Staf en Kader van Stivako hebben de cursisten in het kader van het vak Projectmanagement onderzoek gedaan naar energimanagement binnen de grafische sector. Dit project, waarin het Dienstencentrum als opdrachtgever optrad, geeft de studenten diverse handvatten om complexe, vaak eenmalige vraagstukken binnen een bedrijf op een gestructureerde manier aan te pakken.

De opdracht die de studenten dit jaar hebben gekregen, is om een informatieavond te organiseren voor diverse bedrijfsmensen uit de grafische industrie over het onderwerp energimanagement. De vraag over hoe je als bedrijf een bijdrage kunt leveren aan het terugbrengen van CO₂-uitstoot, zonder hierbij de concurrerende positie in de markt te verliezen, staat hierin centraal. Energiemanagement zorgt er daarbij voor dat niet alleen de energiekosten worden teruggebracht, maar ook dat de output stijgt en aan wet- en regelgeving wordt voldaan. Bovendien wordt hiermee ingesprongen op de wens van steeds meer klanten. Om energimanagement correct in te voeren, dient een aantal stappen te worden doorlopen. Deze stappen volgen de *Plan-Do-Check-Act*-filosofie. In de eerste fase wordt de planning voor een

energiemanagement systeem gemaakt. Een van de belangrijkste aspecten hiervan is het creëren van draagvlak binnen het bedrijf. Bij de uitvoering van energimanagement is de eerste stap om het energiegebruik in kaart te brengen. Hierbij worden meetresultaten van energiegebruik gekoppeld aan bedrijfsaspecten, zoals productieoutput. Door de resultaten van verschillende metingen met elkaar te vergelijken, ontstaat een beeld waar de grootste pijnpunten zich bevinden. Vervolgens is het zaak om maatregelen te treffen om deze pijnpunten te verkleinen of te elimineren. Deze maatregelen richten zich grofweg op drie verschillende categorieën: het gebouw, de gebouwssystemen en de bedrijfsprocessen. Wanneer deze fase is doorlopen, is het zaak om het nieuwe beleid te communiceren naar zowel de eigen organisatie als externe

stakeholders, zoals klanten, leveranciers en overheden. De communicatie intern, door middel van het verstrekken van protocollen en procesbeschrijvingen en de controle hierop, zorgt voor de grootst mogelijke garantie op succes van het nieuwe beleid. Er moet wel in het oog worden gehouden dat het soms jaren kan duren voordat een cultuurverandering volledig is doorgevoerd. Bij de externe communicatie speelt *Green Marketing* een steeds belangrijkere rol. Dit is een vorm

van marketing waarbij de nadruk wordt gelegd op de “groene” aspecten van het bedrijf. De betrouwbaarheid van het imago dat hiermee wordt uitgedragen, is een essentieel aspect.

Namens de studenten: Martin Boes (Reijnen Media, Amstelveen), Leander Dekker (Decolabel, Roosendaal), Giang Diep (Gemeente Leiden, Leiden), Gert-Jan Toorn (Koninklijke Van der Most, Heerde), Mutlu Yilmaz en Leo Zeiss (beiden Roto Smeets, Deventer).

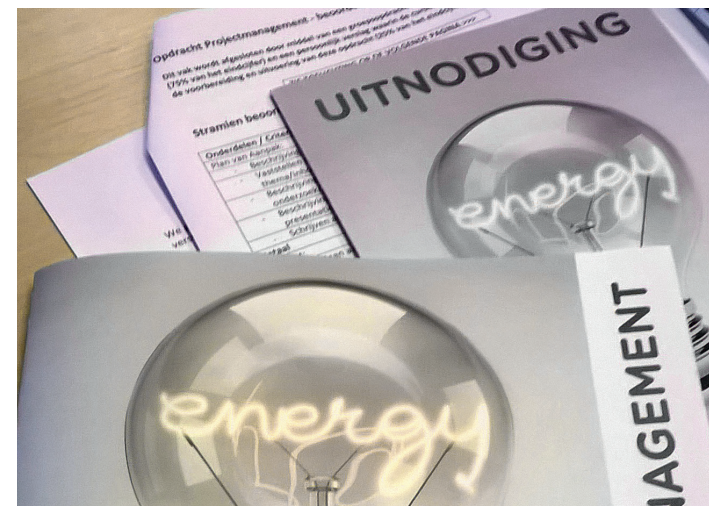
2016 Laatste kans op subsidie

Ja, u leest het goed: Alleen in 2016 is er nog subsidie via het Sectorplan beschikbaar via het A&O fonds. Daarna houdt het echt op. Dat betekent dat u voor alle hieronder genoemde opleidingstrajecten die dit najaar nog starten, nog tot 40% subsidie kunt krijgen! Laat deze kans niet liggen en schrijf u direct in voor een op-

leiding of training bij Stivako. Ook voor incompany-trajecten is subsidie beschikbaar. Wilt u een teamtraining organiseren of een verkoopcursus binnendienst? Neem voor een persoonlijk opleidingsadvies op maat gerust contact met ons op. info@stivako.nl, 020-5435670, of kijk op www.stivako.nl.

Subsidie is mogelijk voor de volgende trainingen en opleidingen (zowel open inschrijving als incompany):

- Staf en Kader opleiding
- KAM-coördinator
- Communiceren en Leidinggeven
- Commerciële Opleiding Verkoop & Advies
- Management & Marketing Creatieve Industrie
- Projectmanager Creatieve Industrie
- Management assessment
- Projectmatig werken met communicatiemedia
- Effectief verkopen voor MKB bedrijven
- Lean Manufacturing
- Lean Marketing
- Introductie Grafimedia
- Calculeren





COLUMN

Overlijden op het toilet

Ik wil graag Albert in het zonnetje zetten. Albert was een tijdje geleden onze BHV-trainer. Het Dienstencentrum heeft namelijk véél BHVers. Dat komt omdat wij voor Stivako vaak cursussen geven en dan willen we goed voor de cursisten kunnen zorgen. Ik krijg veel energie van de outdoor training Communicatie en Leiding geven. Cursisten met verstuite enkels of takken in ogen (de belangrijkste risico's) blijken echter een prima beheersbaar risico.

Terug naar Albert. Albert kreeg duidelijk energie van het geven van onze BHV-training. Hij maakte dingen zeer praktisch voor ons – daar houden wij van. Want hoeveel kan er nou mis gaan (tijdens een cursus) in een kantooromgeving. Voor ons belangrijk: wat als een cursist onwel wordt? Als we er bij zijn, kunnen we reageren. Maar wat blijkt (Albert had het in de praktijk al vaak genoeg meegemaakt) – iemand voelt zich niet zo lekker, denkt 'ik heb even een momentje nodig' en gaat even rustig naar het toilet. Dan zijn we er niet bij. Ik bespaar u verdere details, maar Albert heeft meegemaakt dat mensen dan soms niet meer terug komen. Albert gaf ons tips rondom BHV-risico's. Aan sommige dingen konden we bar weinig doen. Dat is hetzelfde wat ik en mijn collega's tegenkomen bij risicoanalyses bij klanten: sommige risico's accepteer je, met andere risico's valt niet te spotten. Dat is ook de reden dat wij projecten doen voor bedrijven – of het nu om duurzame inzetbaarheid of bescherming van persoonsgegevens gaat. Nog een laatste keer Albert: "Wat heb JIJ er aan gedaan, toen je wist dat er wat moest gebeuren?". Ik ga mezelf die vraag de aankomende tijd vaker stellen.

Tobias op den Brouw

De zevende dwerg

Rezen vroeger de bergen tot aan de hemel, de laatste jaren is in de grafimedia branche de noodzaak om 'de boer op te gaan' steeds zichtbaarder. We moeten ons tenslotte blijven onderscheiden van de concurrent(en) en niet stil blijven staan.

Verkopen kun je leren

Ken je klant en zijn behoefte(n). Pas daar je communicatie op aan, succes gegarandeerd! Het klinkt zo simpel en dat is het ook. Je moet alleen wel de juiste training hebben om je de benodigde vaardigheden eigen te maken. Voor verkopers en/of accountmanagers in de binnendienst wordt pro-activiteit steeds belangrijker. Gaven we vroeger vooral veel service op onze diensten, tegenwoordig moeten we leren omdenken. Service is in feite gratis dienstverlening. En dus geven we korting, (te) veel korting.

Met een stukje training kun je leren hoe je de term service verandert in dienstverlening met behoud van tevreden klanten.

Hoe?

In de op uw bedrijf afgestemde verkooptraining van Stivako leren de deelnemers gesprekstechnieken, maar vooral ook om 'Out of the box' te denken. Stel jezelf open voor nieuwe ideeën, nieuwe inzichten en oplossingen voor een alledaags probleem. Wees creatief!

Kent u deze al? Zoek de zevende dwerg. Zoek niet op internet naar het antwoord (dat kan namelijk iedereen), maar mail mij het resultaat van uw creatieve brein naar info@stivako.nl. Ik ben benieuwd!

Succes en wellicht tot binnenkort.

Eva Bouwman,
opleidingsmanager



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