

de Uitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Duurzaam economisch verantwoord ondernemen

KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

‘Duurzaam’ en ‘MVO’ zijn begrippen die vaak door elkaar worden gebruikt, hoewel ze een andere oorsprong hebben.

Duurzaam ondernemen komt oorspronkelijk uit de hoek van de milieuzorg, terwijl MVO ondernemen meer vanuit het sociale perspectief benadert. Overeenkomst tussen de begrippen is dat ze staan voor het zoeken naar evenwicht tussen menselijke aspecten, het milieu en financiële resultaten; oftewel de drie P's: *People*, *Planet* en *Profit*.

Bij duurzaam ondernemen wordt er verwacht dat u rekening houdt met alle belanghebbenden (stakeholders) binnen en buiten uw bedrijf. In het kader van duurzaam ondernemen geldt dat financieel gewin niet ten koste mag gaan van het milieu of van de stakeholders, maar het is wel belangrijk. Zonder geld immers geen *planet* en *people*! Bij bedrijven waar goede financiële resultaten uitblijven, is er geen ruimte om stil te staan bij milieuzorg en sociaal verantwoord ondernemen. De stakeholders van uw onderneming hebben er dan ook direct belang bij

dat u goede financiële prestaties behaalt, want:

- uw medewerkers willen graag hun baan en inkomen behouden,
- de bank wil graag rendement op het verstrekte krediet, en
- (als ze tevreden zijn) willen klanten graag overmorgen weer kunnen bestellen.

Uw financiële prestaties en de continuïteit van uw bedrijf zijn daarmee de belangrijke voorwaarde voor succesvol duurzaam ondernemen.

Gezonde bedrijfsvoering

People, Planet, Profit is dus alleen mogelijk bij een financieel gezonde bedrijfsvoering. De voorstellingen geven voor dit nieuwe

jaar weer economische groei. Ook 2017 ziet er nu al rooskleurig uit. Groei biedt kansen. Kansen die ook bedrijven in onze sector kunnen benutten. Dat vraagt om creativiteit, ondernemingszin, doorzettingsvermogen en flexibiliteit. Maar zeker ook de balans tussen gevoel en de rationele planmatige aanpak. In toenemende mate zullen de drie P's daarbij een rol spelen.

Ik wens u dit jaar veel succes en hoop dat u de kansen maximaal kunt benutten om de duurzaamheid in uw bedrijf te waarborgen.

Frank den Hartog
Directeur

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT



Overzicht, inzicht en praktijk van offline en online marketing

Boek: Ik wil nu echt aan de slag met marketing

Ter gelegenheid van het twintigjarig bestaan van het Diensten-centrum en het 75-jarig bestaan van Stivako, hebben Frank den Hartog (directeur Dienstencentrum en Stivako) en Lex Bergers (organisatiepsycholoog en docent Stivako) het praktische boekje *Ik wil nu echt aan de slag met marketing* uitgebracht.

Dankzij een handzaam A5-formaat, duidelijke illustraties, beeldmateriaal en frisse kleuren leest het boek makkelijk, maar geeft het tegelijkertijd voldoende informatie en stof tot nadenken om in (marketing) actie te komen. Met dit boek willen de makers de drempels verlagen voor iedereen die beroepsmatig meer met marketing wil doen. Zij doen dat door praktische handreikingen te geven, de soms 'onbegrijpelijke' vaktaal uit te leggen en door inzicht en overzicht te geven met voorbeelden en tips.

Iedereen doet het

Dagelijks nemen we via vele kanalen kennis van wat zich in de wereld afspeelt. Was het twintig jaar geleden nog voorbehouden aan uitgevers, reclamebureaus en omroepen om informatie te maken en te communiceren, tegenwoordig doet iedereen dat. Elke organisatie en elk bedrijf is een communicatiekanaal geworden. Bedrijven communiceren omdat ze willen informeren, naamsbekendheid willen verkrijgen of hun product of dienst willen verkopen.

Door communicatie bereiken ze hun (potentiële) klanten.

Waarde

Klanten kopen alleen bij je als ze een bepaalde waarde daarvoor terugkrijgen. Die waarde is voor iedereen verschillend. De een zoekt waarde vooral in gemak, een ander in een hoge kwaliteit en een derde in de bijdrage van het product of dienst aan het imago of aan een schoner milieu. De rol van marketing daarbij is in essentie niets anders dan dat het er voor moet zorgen dat de waarde van jouw bedrijf, product of dienst voor (potentiële) afnemers bekend is en blijft. Wat daar allemaal voor nodig is en wat je daarvoor moet weten, lees je in dit boek.



Vrijblijvend

Ik wil nu echt aan de slag met marketing kost € 24,95 inclusief btw, exclusief verzendkosten. Geïnteresseerden kunnen vrijblijvend een online inblikvoorbeeld aanvragen bij uitgever Metaview via info@metaview.nl. Ook zeer geschikt als relatiegeschenk. Bij afname vanaf 5 boeken zijn de verzendkosten gratis.

Eva Bouwman-van Gelder

Geld verdienen met bevlogen medewerkers

Iedere werkgever wil dat zijn medewerkers goed en gemotiveerd hun werk doen, nu en in de toekomst. Maar wat doet u er voor om gezonde, competente en gemotiveerde werknemers te krijgen en te houden? Daarin investeren is investeren in de bevlogenheid van uw medewerkers en dat levert geld op.

De inzet en betrokkenheid van medewerkers is bittere noodzaak om het bedrijf draaiende en succesvol te houden. Zij zijn het namelijk die de winst van het bedrijf maken. Investeren in de bevlogenheid van medewerkers levert niet alleen geld op in de vorm van een hogere productiviteit, maar ook doordat zij meer oplossend vermogen krijgen en

leren kansen te zien in plaats van bedreigingen.

Uit het onderzoek *Hoe haal ik méér uit tevreden personeel?* van MKBserviceDesk blijkt dat bevlogen medewerkers per definitie meer toegevoegde waarde leveren dan niet-bevlogen medewerkers. In een rekenvoorbeeld met vijf bevlogen medewerkers blijkt dat zij samen 23 dagen minder



verzuimen en zorgen voor zeven dagen minder uitval als gevolg van een bedrijfsongeval. Daarmee vormen ze een besparing van € 6.000,- (namelijk $(23+7) \times € 200 = € 6.000$) per jaar. Bovendien zijn zij achttien procent produc-

tiever. In het voorbeeld betekende dat een extra opbrengst van € 30.000, waarmee vijf bevlogen werknemers voor dit bedrijf een totaalopbrengst opleveren van € 36.000 per jaar. Uiteraard kan dit bedrag per bedrijf en bedrijfs-grootte verschillen. Reden genoeg dus om te investeren in de mens en te zorgen voor duurzaam inzetbare medewerkers! Meer informatie over het onderwerp Duurzame inzetbaarheid en de scan Duurzame Inzetbaarheid? Neem dan contact op met het Dienstencentrum en vraag naar Harmen Geel.

Cursisten aan het woord

Zeker niet met twee vingers in de neus!

Binnen Stivako vinden we het ontzettend belangrijk om na afloop van elke opleiding(smodule) te evalueren hoe de ervaringen zijn geweest van onze cursisten. Maar soms nemen cursisten ook de moeite om ons een persoonlijk berichtje te sturen om ons te bedanken en aan te geven waarom ze zo tevreden zijn. Wij zijn daar natuurlijk erg trots op en willen deze hartverwarmende reacties dan ook bij deze graag met u delen.

Patrick Vergeer (management & marketing, 2015)

“Het heeft me meer inspanning gekost dan van te voren verwacht en misschien heb ik het wel een beetje onderschat, maar door de juiste begeleiding, advies, hulp en vooral veel inzet heb ik deze opleiding afgerond met een prima cijferlijst waar ik trots op ben!”

Peter Maas (staf & kader, 2015):

Over het vak Bedrijfskunde: “Van harte gefeliciteerd met deze leraar, de heer John Koekenbier. Wat een fantastische les! Dit is gemotiveerd, boeiend en interactief theorie uitleggen toegespitst op de praktijk. Wat heerlijk om zo

les te krijgen na een dag gewerkt te hebben.”

Kevin van Breemen (staf & kader, 2015):

Over het vak Kwaliteit, Arbo, Milieu: “Kyros (Gkouzouris, red.) geeft heel leuk les met zijn enthousiasme en goede praktijkvoorbeelden. Want na een lange werkdag nog een avond school is natuurlijk al zwaar, maar hij weet je goed bij de les te houden.”

Thomas Hof (introductie grafimedia, 2014)

“Ik heb deze training als zeer nuttig ervaren. Het boek, de uitleg van de docent, praktijkvoorbeel-

den en continu de mogelijkheid om vragen te stellen. We hebben zelfs twee bedrijfsbezoeken gedaan aan een offset drukkerij en een stanserie. Heel leerzaam om het in het echt te zien gebeuren. Door de training van Stivako blijf ik mijzelf continu ontwikkelen in het grafisch vakgebied.”

Joris Heimans (management & marketing, 2012)

Over de outdoor-training: “In eerste instantie keek ik hier heel erg tegenop. Ben nu blij dat we deze outdoor-training hebben

gehad. Ik heb hier veel over mij persoonlijk geleerd en merk dat ik hier dagelijks mijn voordeel mee doe!”

Binnenkort starten we weer met een aantal opleidingen.

SCHRIJF JE NU IN!

Eva Bouwman

PS: Voor heel 2016 is er nog subsidie tot maar liefst 65%. Hoe dat werkt? Neem gerust contact met ons op of stuur een e-mail aan info@stivako.nl.

Stivako kalender voorjaar 2016

www.stivako.nl

Management & Marketing ze instroommogelijkheid	dinsdag 8 maart 2016, maandag 9 mei
Projectmanager Creatieve industrie	woensdag 9 maart 2016
KAM coördinator	woensdag 9 maart 2016
Preventiemedewerker	dinsdag 10 mei
Workshop Facebook, Twitter en LinkedIn	dinsdag 22 maart
Workshop introductie MVO	dinsdag 12 april



Kiezen, beslissen, selecteren

Uw kind is bijna klaar met de middelbare school en staat voor zijn of haar studiekeuze. Maar het aantal studies dat tegenwoordig wordt aangeboden, is zowat oneindig. Je krijgt hulp van je ouder(s), familie, vrienden en docenten. Maar waarom maak je uiteindelijk een bepaalde keuze als het gaat om een profiel of studie? Omdat je goede cijfers haalt binnen dat profiel? Omdat je vrienden en vriendinnen ook die studie kiezen? Of omdat je ouder(s) je dat adviseren?

Voelt u de frustratie en onzekerheid die kan ontstaan bij uw kind op het moment dat ze een zo belangrijke keuze moeten maken als profielkeuze of studiekeuze? Help uw kind daarbij, niet door ze advies te geven vanuit uzelf, maar vanuit uw kind! Dat kan door het een Studie Gedrags Analyse te gunnen. Die geeft zowel het kind als uzelf houvast in hun studiekeuzeproces.

www.stivako-educatie.nl

Leanne Janssen



Samen aan de slag!

Frank den Hartog opende dit nummer ermee: duurzaam economisch verantwoord ondernemen. Broodnodig, maar niet makkelijk. Daarom hebben wij voor u nu een aanbod om structuur te bieden aan deze zoektocht.

Dat structuur bieden, doen we met behulp van de Leren van Elkaar-formule, die een ultieme samenwerking biedt tussen ondernemers en adviseurs. Samen met bedrijven uit de branche gaan we praktisch aan de slag met uitleg en 'huiswerk-opdrachten' en werken we samen aan het opzetten van een MVO-systeem. Uw systeem is na de 'Leren van Elkaar'-sessies en de nodige eigen inspanningen klaar voor MVO Niveau 1-certificering.

Vijf bijeenkomsten

We doen dit in vijf bijeenkomsten, met uitleg door het Dienstencentrum en huiswerkopdrachten voor de deelnemende bedrijven, voor € 250,- per deelnemer per sessie. Aan het begin van elke sessie worden de uitgewerkte opdrachten met elkaar gedeeld en besproken en volgt een nieuw thema. Deze zijn: stakeholders, behoorlijk bestuur, mensenrechten, eerlijk zaken doen, arbeidsomstandigheden, milieu, consumentenbelangen en maatschappelijke betrokkenheid. De samenwerking zal leiden tot het maken van een MVO Handboek en het intern audit-rapport voor uw bedrijf.

Vervolgaanbod

Na vijf sessies is uw bedrijf klaar voor MVO-certificering op Niveau 1 en kan een groepsaudit uitgevoerd worden (voor bedrijven met minder dan 25 werknemers). Voor de Leren van Elkaar-deelnemers bedragen de eerste auditkosten dan geen € 2.795,- maar € 995,-. Dat is een korting van maar liefst 65%!

Meer weten? Ik kom graag bij u langs om de details door te spreken. Uiteraard geheel vrijblijvend.

Remco Glashouwer

Is uw leverancier 'datalek-proof'?

Rond de jaarwisseling schreef ik over de – ondertussen in werking getreden – Wet Datalekken. Bij ongeveer de helft van de bedrijven waar ik de laatste maanden kwam, bleken de eerste klantvragen daarover al gesteld te zijn. Ik denk echter dat u ook een gesprekje met uw leverancier wilt voeren...

Zelfs als klanten maar weinig aandacht voor het onderwerp informatiebeveiliging, willen ze toch zo makkelijk mogelijk aan hun wettelijke verplichtingen voldoen. Voor u is het verwerken van zo'n zogenaamde bewerkers-overeenkomst een extra actie, die u voor sommige klanten moet doen. Maar elke nieuwe verplichting is ook weer een kans: misschien wilt u juist klanten actief benaderen dat u graag werkt met bewerkersovereenkomsten en hen zo ontzorgt. Een verrassend stukje dienstverlening, waarmee u zich als professioneel bedrijf kunt onderscheiden.

Datzelfde niveau van dienstverlening zou u ook wel willen van uw leveranciers. En dan bedoel ik met name diegenen die met uw bedrijfsinformatie omgaan.

Uw centrale software pakketten, de aanbieder die uw servers of cloudopslag regelt, de afwerkers of partners aan wie u werk (met klantinformatie) uitbesteedt. U gaat er vanuit dat ze zorgvuldig werken, maar is dat in deze tijd voldoende?

Ik kan me voorstellen dat u dat gesprek niet vandaag aangaat. De Wet Datalekken en informatiebeveiliging zijn immers niet uw vakgebied. Maar wel dat van mij. Ik doe u daarom het volgende voorstel: u brengt mij in contact met uw software- of IT-leverancier en ik stel ze de vragen die u zou moeten stellen. Het resultaat koppel ik naar u terug. Kosteloos. Geïnteresseerd? U bereikt mij bij het Dienstencentrum.

Tobias op den Brouw



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