



Postbus 220  
1180 AE Amstelveen

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

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

# de Uitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

## Tijd om te investeren?

**Er klinken weer positieve geluiden in de pers. De economie zal in Nederland dit jaar met driekwart procent gaan groeien en volgend jaar naar verwachting 1,25 procent. De inflatie is dit en volgend jaar laag en het begrotingstekort (EMU-tekort) komt in 2015 naar verwachting uit op 2,2%.**

De economie trekt dit jaar wereldwijd voorzichtig aan, ondanks enkele tegenvallers in het eerste kwartaal. Volgend jaar groeit de wereldeconomie iets sneller. De belangrijkste neerwaartse risico's zijn deflatie in het eurogebied en een escalatie van de situatie in Oekraïne. Het herstel in de VS is echter krachtig en ook in Europa staan de meeste signalen op groen. De wereldhandel groeit mee, waarvan Nederland profiteert.

### Top drie

Afgelopen jaar ging het met onze sector nog niet goed. We zaten stevast in de top drie van sectoren met het grootste aantal faillissementen en ook de komende periode zal een wissel trekken op uw ondernemerschap. Bovengenoemde vooruitzichten kunnen u wellicht inspireren. Voor creatieve ondernemers betekent dit wellicht groei of stabilisatie. Voor anderen het verder wegzakken onder de lijn. Iets wat u zeker niet wilt.

### Tijd voor actie

Tijd om in actie te komen dus. Wellicht zelfs om te investeren. Bijvoorbeeld door energie te steken in het vaststellen van het beleid op kortere en middellange termijn en dat dan ook gaan uitvoeren. U weet net zo goed als ik dat het niet gemakkelijk is om de koers van een bedrijf zomaar even te verleggen. Maar het is wel belangrijk om helder te hebben wat te doen.

### Niet vanzelf

U kunt ook investeren in de verkoop- en marketingactiviteiten. Het werk komt immers niet vanzelf binnen. Wat is onze toegevoegde waarde voor onze klant? Hoe tevreden zijn ze over onze prestaties? Of zijn wij te veel met onszelf bezig, naar binnen gericht? Verkoop is belangrijk. Het geld moet tenslotte wel daar worden binnen gehaald. U kunt ook verder snijden in de bedrijfsactiviteiten, ook al doet dat pijn. Continuïteit en groei staan voorop. Waarom doet u de dingen

zoals u ze doet? En kan het niet anders? Onderzoek van deze vragen kan u helpen efficiënter te gaan werken. "Leaner"! Samen met Stivako hebben we tools en trainingen ontwikkeld. Zowel voor open inschrijving als *incompany*. Misschien iets voor U? Investeer in uzelf en uw medewerkers, in uw beleid, in uw organisatie. Dat biedt de mogelijkheid om u te blijven aanpassen aan de steeds veranderende omstandigheden. Pak de kansen die er voorbij gaan komen. Het zal dit najaar weer iets beter gaan en volgend jaar weer een beetje beter. Investeer daarom nu en anticipeer op de verandering.

Frank den Hartog



KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

## Nieuwe dienst: Second party audits

Het Dienstencentrum start met audits door een tweede partij, een nieuwe dienst om bedrijven die al dan niet gecertificeerd zijn voor bijvoorbeeld ISO 14001, ISO 9001, BRC/loP, Ohsas 18001 en Informatiebeveiliging een betaalbare oplossing te bieden om hun reputatie en concurrentiepositie te verbeteren.

Naast certificering komt het in de praktijk ook voor dat bedrijven niet gecertificeerd zijn, maar wel een bepaalde structuur hebben opgezet. Ook zijn er bedrijven die ooit bijvoorbeeld ISO 9001-gecertificeerd waren, maar daarmee uit kostenooipunt zijn gestopt. Opvallend is dat die bedrijven vaak nog steeds de ambitie hebben om hun reputatie en concurrentiepositie via een continu verbeteringsproces te willen behouden. Tweede partij-audits (*Second Party Audits*) zijn een geschikt instrument om deze ambities te realiseren. De basis van de audit kan een door het bedrijf zelf opgesteld pakket van eisen en verwachtingen zijn, maar er kan ook aan worden gedacht aan de van toepassing zijnde wet- en regelgeving, of *best practices*, zoals duurzaam inkoopcriteria en/of (ISO-) normen en standaarden.



De bij het Dienstencentrum ingehuurd auditors zullen controleren of de organisatie aan de geldende eisen voldoet. Bijvoorbeeld als een bedrijf aangeeft dat ze ooit

ISO 9001-gecertificeerd waren en bekijken willen hoe hun systeem zich nu verhoudt tot de huidige ISO 9001:2008-standaard. De auditor zal het systeem auditen

als zijnde een ISO 9001-gecertificeerd bedrijf. Hij zal sterke punten benadrukken, maar ook verbeteringen aangeven, zodat het bedrijf passende maatregelen kan nemen om continu te verbeteren en de geldende eisen kan naleven. Tweede partij-audits zijn eveneens een geschikt instrument om leveranciers of onderaannemers te toetsen. Zeker in gevallen waar deze partijen cruciaal zijn met betrekking tot het imago en de prestaties van het bedrijf. Tot slot kan een tweede partij-audit ook worden ingezet als het bedrijf wel gecertificeerd is. Hij dient dan als *second opinion* of ter voorbereiding van de officiële audit door de certificerende instelling. Kortom, *second party audits* zijn een dienst die geschikt is voor zowel het gecertificeerde deel als het niet-gecertificeerde deel van het bedrijfsleven. Bel voor meer informatie ons projectbureau: 020 543 56 88.

Paul Voors

## Verkooptoppers: juist nu!

Afgelopen zomer hebben wij met veel plezier diploma's kunnen uitreiken aan de deelnemers van de Commerciële Opleiding Verkoop & Advies. Michiel Schwing vertelt over zijn ervaringen.

"Ik ben werkzaam als accountmanager bij Paswerk grafisch, een onderdeel van de sociale werkvoorziening Paswerk. Wij zijn een mensontwikkel- en re-integratiebedrijf voor bijna 1.200 mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, die weer een kans krijgen op werk in de samenleving. Zij kunnen bij ons een vak leren. Ons grafisch bedrijf is modern (we hebben zelfs een Canon imagepress en een Igen4 staan) en wij hebben ongeveer 43 mensen werkzaam op onze grafische afdeling. Wij kunnen op professionele wijze van ontwerp tot postbezorging uitvoeren voor onze klant."

### Speciaal voor grafimedia

De Commerciële Opleiding Verkoop & Advies richt zich geheel op het verkopen van grafimedia-producten en -diensten. Alle casussen spelen zich af rond situaties waarin een medewerker met een prospect of klant communiceert en de voorbereiding daarop. "Ik ben deze opleiding gaan volgen omdat ik mij meer wilde verdiepen in het verkoopproces en hoe je je klanten een goed advies kunt geven. Ook het zoeken naar nieuwe markten en klanten is in de huidige crisis best lastig."

### Praktische training

Het trainen van verkoopvaardigheden staat in de opleiding centraal. In rollenspellen en via opdrachten confronteren we cursisten met verschillende soorten klanten, die diverse 'communicatieproblemen' hebben. Michiel vertelt mij dat de rollenspellen zeer nuttig zijn, omdat je anders leert kijken naar klant. Het geleerde kan hij direct in praktijk toepassen. "En geloof mij, het werkt echt!"

### Examen

Het examen van de opleiding bestaat uit het schrijven van een verkoopplan voor het eigen bedrijf en het houden van een verkoopgesprek. "Die twee opdrachten passen goed bij de behandelde stof. Je hebt er ook wat aan, omdat het in de praktijk meteen bruikbaar is."



Michiel Schwing.

Kun je de opleiding in een aantal steekwoorden samenvatten?

"Helder, duidelijk, effectief leren verkopen en je meer verdiepen in je klantrelatie en je communicatie om een goed advies te kunnen geven. Niet alleen maar een product verkopen, het gaat veel verder. De klant moet volledig op je kunnen vertrouwen."

Wilt u ook uw verkoopafdeling, binnendienst of buitendienst verder opleiden? De elf bijeenkomsten tellende COVA-opleiding start 28 oktober weer. Na afloop (en goed voltooiën van het examen) krijgen de deelnemers een officieel diploma. Tip: speciaal voor bedrijven met minder dan vijftien werknemers hebben wij ook een verkoopopleiding.

Meer info: [www.stivako.nl](http://www.stivako.nl) of [info@stivako.nl](mailto:info@stivako.nl)

Peggy Stokkel

### STIVAKO OPLEIDINGSKALENDER NAJAAR 2014 [www.stivako.nl](http://www.stivako.nl)

OPLEIDING	STARTDATUM
Lean Manufacturing	22 september
Management & Marketing	8 oktober
Commerciële Opleiding Verkoop & Advies	28 oktober
Lean Marketing	4 november
Communiceren & Leidinggeven	10 november
Projectmanager Creatieve Industrie	27 november

## Tips voor LEAN

Lean, wellicht heeft u de term al vaker gehoord, is een methode tot verbetering van bedrijfsprocessen. Dit keer geen afkorting, maar het Engelse woord voor 'slank'; een term die staat voor continue verbetering door het uitbannen van verspillingen en het benutten van de kwaliteiten van mensen.

Het Dienstencentrum begeleidt Lean-trajecten bij bedrijven die 'slanker' willen werken. Hoe kunt u zelf met Lean aan de slag? Wij

geven u alvast tien tips.

- Begin met het mensenwerk. Zoek de mensen in de organisatie die het moeten én kunnen



gaan doen. Betrokkenheid bij directie: betrokkenheid op de werkvloer.

- Alle begin is moeilijk. Zorg er

voor dat er mensen zijn die het proces kunnen observeren en feedback kunnen geven.

- Wees eerlijk. Gebruik LEAN of

een andere verbetermethode niet als verkapt sanering. Maar durf wel te benoemen waar dingen mis gaan en beter moeten. Geef richting aan je verandering met feiten. Zoek en vind het knelpunt in je proces c.q. waardestroom. Meet de wens van de klant. Maak die producten waarvoor de klant het beste betaalt. Laat je zoveel mogelijk betalen voor advies, innovatieve of creatieve activiteiten die misschien niet

tastbaar zijn, maar wel door de klant benoemd worden als waardevolle dienstverlening. Laat iedereen bijdragen aan verbetering. Gebruik op de werkvloer technieken voor betere inrichting en beheersing en maak kleine horizontale teams van gemotiveerde verbeteraars. De grote massa heeft pioniers nodig om naar te kijken. Houd het praktisch en houd het zichtbaar. Werk met zichtbare getallen, mensen en plannen op

de werkvloer. Zorg dat er successen te vieren zijn. Kies dus uitvoerbare, handzame en waardevolle verbeteracties. Laat de mensen van de werkvloer aan hun collega's presenteren hoe dit blijvend bijdraagt aan een beter bedrijf voor iedereen. Zorg dat er voldoende betekenisvolle 'grote' veranderingen gestart worden, wanneer de cultuur er rijp voor is. Als het roer echt om moet, doe dat dan.

- Denk niet alleen na over 'de productie'. Het bedrijf wordt niet beter van hogere productiecapaciteit als er niet meer producten verkocht kunnen worden. Denk niet alleen aan verkopen: denk aan marketing en *customer experience*, juist vanwege de benutting van de eigen creatieve kracht.
- Vraag 'waarom?'.

Tobias op den Brouw  
Remco Glashouwer



## COLUMN

### Hoe loom bent u?

Heeft u ze al gespot? Oranje, blauw, geel, geelgroen, blauwgroen en ga zomaar door. Ik heb een hele bak voor me. Papa heb je mijn elastiekjes gezien? Je bedoelt deze? Ja natuurlijk. Niet alleen mijn kinderen maken prachtige armbandjes, ringen, kettingen, dolfijntjes, schildpadjes, etc., maar de hele wereld doet dit. Zeer ingenieus en creatief.

U heeft een bedrijf en merkt dat de wereld er nu heel anders uitziet dan enkele jaren geleden. Er komen minder mensen aan de balie. De offertes worden per email aangevraagd. Facturen worden per email verstuurd. Prijs lijkt wel de enige parameter waarop een order wordt gegund. Iedereen heeft de mond vol van nichemarkten opzoeken. U ziet ze niet, maar anderen wel. U herkent ideeën die u zelf ook had, maar helaas voor u succesvol ten uitvoer zijn gebracht door anderen. Zoals bijvoorbeeld door de Chinese Amerikaan Cheon Choon Ng, die het zogenaamde *loomen* (het maken van elastieken sieraden) heeft bedacht. En zoals uitgeverij De Fontein|Tirion, die de rechten heeft gekocht van de boeken van Colleen Dorsey. De Nederlandse vertalingen van haar boeken over *loomen* staan op de derde en zesde plek van de CPNB Bestseller Top 60. Cool. Het kan dus. Niet de vraag "Kan ik het?", maar "Wat is er voor nodig om mijn doel te bereiken?" is de meest essentiële vraag die gesteld dient te worden. Hierbij speelt kennis een belangrijke rol, maar ook hoe je daarmee omgaat (bewust/onbewust). In een viertal workshops *Out of the box*-denken van Stivako, gesponsord door o.a. de KvK Amsterdam, wordt hier op ingegaan. Hoe loom bent u?

**Paul Voors**

Reageren? Email [p.voors@dienstencentrum.com](mailto:p.voors@dienstencentrum.com)

## Presentatie van het ECO-FLEXOBAG project tijdens de EGIN-conferentie

Het Duitse München was dit jaar het toneel voor de Annual EGIN Conference. EGIN staat voor: European Graphic Media Industry Network en behelst de internationale samenwerking tussen werkgevers, werknemers en scholingsinstituten uit dertien landen.

Aangezien steeds meer bedrijven en scholingsinstituten te maken krijgen met duurzaamheidsaspecten was deze presentatie over de productie van kunststof draagtassen een mooi voorbeeld hoe je als bedrijf vanaf het ontwerp tot en met de productie kunt nadenken over milieuaspecten. ECOFLEXOBAG is een Europees LIFE+-project, dat zich richt op de ontwikkeling (en demonstratie) van de *Best Practices* om op duurzame wijze plastic tassen voor de consumentenmarkt te maken. Vele toeschouwers hadden een blik van herkenning toe het ging over het gemak waarmee



een plastic tasje gevraagd werd door de consument, zonder te beseffen wat hiervan de impact is op ons leefmilieu. De presentatie liet eens te meer zien dat duurzaamheid een onderwerp is voor iedereen: zowel de consument als het bedrijfsleven en de scholingsinstituten.

**Peter Tegel**



### 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](mailto:info@dienstencentrum.com)  
[www.dienstencentrum.com](http://www.dienstencentrum.com)

Het Portaal:  
[www.mediadienstencentrum.nl](http://www.mediadienstencentrum.nl)  
Opleidingen: [www.stivako.nl](http://www.stivako.nl)