



**DEELNEMERS**



**PATRICK VISSER**

Vicepresident new business development bij Globecomm Europe, een wereldwijde leverancier van netwerk communicatie-oplossingen. Met de aanwezige expertise is het bedrijf in staat om een pakket te bieden dat varieert van totaaloplossingen tot specifieke diensten en producten.

[www.globecommsystems.com](http://www.globecommsystems.com)



**MARTIJN HORICH**

Eigenaar PrintOnMedia in Dronten. Een jong en dynamisch bedrijf dat print met online combineert en waar mogelijk crossmediaal werkt; van het verzorgen van zakelijk drukwerk tot de realisatie van complete magazines en internet strategie.

[www.printonmedia.nl](http://www.printonmedia.nl)



**JACOB HONING**

Vestigingsmanager bij KPN XL in Almere. Met name het MKB kan hier terecht voor vaste telefonie, mobiele telefonie, Zakelijk Glas, IT-oplossingen of een totaaloplossing. Via service op maat, persoonlijk advies, reparaties en interessante workshops.

[www.kpn.com.nl](http://www.kpn.com.nl)

# ICT-REVOLUTIE KOMT ER AAN, OOK BIJ KLEINE BEDRIJVEN

## Innovatie steeds meer kwestie van zaken aan elkaar knopen

Door het streven naar kostenreductie en het benutten van synergiemogelijkheden tussen bedrijfsonderdelen is het belang van een doordachte ICT-strategie bij bedrijven de laatste jaren sterk toegenomen. ICT-dienstverleners staan bovendien voor de opgave ervoor te zorgen dat organisaties continu op veranderingen kunnen inspelen. Een inspirerend gesprek ...



Het pand van LOKO in Zeewolde is de locatie voor een tafelgesprek over nieuwe ontwikkelingen op het gebied van ICT in het bedrijfsleven. Een schaal met heerlijke koeken staat op tafel, er is water, thee en koffie volop. De gespreksdeelnemers hebben er zin in. Kortom, de ingrediënten voor een mooi gesprek op de woensdagochtend zijn aanwezig.

Het is duidelijk dat de meeste partijen het noodzakelijk vinden om eerst de eigen organisatie goed in te richten en dat als basis te zien om klanten goed te kunnen adviseren. Een gesprek over voortdurend inspelen op veranderingen, nieuwe technologie en pogingen om meerwaarde voor klanten te creëren. En over de vraag hoe je trends omzet in echte kansen, de beste strategische aanpak, wereldwijde netwerkverbindingen en ICT-revolutie of niet? Maar ook over de noodzaak om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen. En hoe je dat doet in een wereld die zo snel beweegt dat het allemaal nauwelijks bij te benen is?

### KIJKEN WAAR BEHOEFTE LIGT

“Directie en management willen vaak van alles met ICT, maar die begrijpen het vaak niet helemaal”, zegt Sander Bruinsma. “Dus is het nodig om te kijken waar behoefte aan is, welke ICT er al is en wat met wat moet kunnen praten. Onze software leggen we vaak als een laag over de bestaande ICT van bedrijven heen ... en dat is belangrijk om te weten, want wij willen weten waar het bedrijf naartoe wil, wat de speerpunten zijn en wat er allemaal nodig is. Wij willen op dat niveau

### KONINKRIJKJE

Vaak houden ICT-afdelingen ontwikkelingen tegen, al is samenwerking wel nodig. De meeste gespreksdeelnemers merken wel dat zo nu en dan de hakken in het zand worden gezet, omdat de plannen van een ‘buitenstaander’ bedreigend overkomen. “Zeker bij traditionele organisaties die al wat langer bestaan is de ICT-afdeling een koninkrijkje waar niemand iets over mag roepen of tegen mag zeggen. Dan is het goed om het team zo samen te stellen dat zowel directie als ICT-manager erbij betrokken is om dat draagvlak te creëren. Je moet voorkomen dat die ICT'er dwars gaat liggen en daardoor de directie ook ontevreden wordt”, zegt Ferry Schrijnewerkers.

*“Wij willen weten waar een bedrijf naartoe wil”*

meepraten om tot de juiste oplossing te komen om ervoor te zorgen dat onze aanpak meteen succesvol is en het liefst in zo kort mogelijke tijd.”

Roland Huizer: “Wij werken voor de gebruiker, het management. En als daar op de achtergrond ICT voor nodig is, verzorgen we dat maar dat is verder niet interessant voor de business. Daarbij is samenwerking met ICT-afdelingen of andere partijen – zeker met specialisten – nodig om tot de beste oplossingen te komen.”

### MASSEREN

“Maar dat wij bij de directie van een bedrijf aan tafel zitten, kan ook in het voordeel van de ICT'ers werken, want laatst forceerden we bij een directie zaken waar de ICT-mensen van dat bedrijf al jaren geleden op hamerden. Dan is het natuurlijk prima”, ervoer Sander Bruinsma onlangs. “Van belang is om de ICT op een eenvoudige manier aan te bieden. Wij vertellen de klant wel dat het juist ongelofelijk moeilijk is om het zo eenvoudig mogelijk te



#### REINDER REPKO

Directeur van Syslogic. Het bedrijf is voorloper op het gebied van ICT. Dat blijkt met het product Scienta, kantoor-automatisering van het hoogste niveau en research & development op het gebied van cloud-oplossingen.

[www.syslogic.nl](http://www.syslogic.nl)



#### ROLAND HUIZER - BINAMICS

Directeur Binamics met Business Intelligence als kernactiviteit. Op basis van gegevens van de klant levert Binamics betrouwbare en actuele managementinformatie. Met deze inzichten wordt beleid en besluitvorming in die bedrijven ondersteund.

[www.binamics.nl](http://www.binamics.nl)



#### SANDER BRUINSMA

Mede-eigenaar van full-service internetbureau Toomba uit Lelystad. Het bedrijf realiseert innovatieve web-oplossingen voor grote- en kleine bedrijven. Toomba levert maatwerk webapplicaties, open-source websites en innovatieve websites door inzet van een eigen CMS.

[www.toomba.nl](http://www.toomba.nl)



#### FERRY SCHRIJNEWERKERS

Directeur bij LOKO, dat bedrijven adviseert en ondersteunt bij ICT-implementatie, beheer en bedrijfsprocessen (ERP en CRM). Specialisten die ICT laten werken voor ondernemers, ook als het om complexere vraagstukken gaat.

[www.loko.nl](http://www.loko.nl)

krijgen. Ons inzicht en onze eerlijkheid wordt erg gewaardeerd door onze klanten”, vult Reinder Repko aan. “Je moet wel de goede taal spreken. Wij vertellen de klant wel dat het juist ongelofelijk moeilijk is om het zo eenvoudig te krijgen.” Roland Huizer: “Je toegevoegde waarde leg je vaak niet uit in techniek, maar wel in termen van business. Op welke manier help je je klant, waardoor hij meer business gaat draaien ... Daar gaat het om. De ICT-mensen bij de klant moeten meer system integrator zijn en niet alles zelf willen doen. Dan versterk je elkaar.”

#### TOTAAL ANDERE ZAKEN

“Wij merken dat bedrijven de behoefte hebben om te weten wat er in de toekomst gaat spelen. Daarom komen ze steeds bij je terug, omdat ze weten dat wij die kennis in huis hebben. Het is de kunst om goed te vertellen hoe het werkt”, stelt Reinder Repko. “Soms gaat het ook om totaal andere zaken dan ICT. Je ziet dan ook in breder perspectief wat die klant wil en doet. Het mooie daarvan is dat je daar zelf ook weer voordeel uit kunt halen. Het moet trouwens ook van twee kanten komen. Het is niet goed als je alleen je eigen verkoopverhaal vertelt”, zegt Ferry Schrijnewerkers.

#### WAAR WIL DE ONDERNEMER NAAR TOE?

“Ik vraag me af of de directie altijd beslissend is. De ICT-specialisten hebben de kennis, dus daar zul je dan ook vaak zaken mee doen”, zegt Martijn Horich. “De ontwikkelingen gaan zo snel dat het vandaag de dag wel moeilijk duidelijk te maken is wat je allemaal doet”, zegt Patrick Visser. “De keuze is inmiddels groot, maar het is onze taak om de bedrijven daarover goed te informeren”, vult Ferry Schrijnewerkers aan. “Dat de klant ook het idee heeft dat er een oprecht advies ligt waar hij mee verder kan. De ICT'er in dienst van de klant weet vaak niet waar die ondernemer naartoe wil.”

## “Trends omzetten in value adds voor de klant”

Jacob Honing: “Wat je bij ons vaak ziet is dat je zaken doet met de mensen die de ICT en automatisering doen. Dat zijn niet de mensen die weten waar het naartoe gaat met het bedrijf. Ik probeer er vaak wat meer informatie uit te krijgen, want dan kunnen we toch een beter advies geven.”

#### IN DE CLOUD

De tijd dat iedereen een server in het eigen bedrijf heeft is voorbij. Er komen steeds meer datacenters en er wordt meer in de cloud gewerkt. Het gesprek gaat op een bepaald moment over cloudoplossingen. De interne server, grote datacentra, in house cloud, private cloud, de enorme hoeveelheid applicaties die mogelijk zijn, alles komt binnen de kortste keren aan bod. De cloud moet toegang bieden tot de door het bedrijf gewenste informatie, daar is iedereen het wel over eens. Maar ook dat bedrijven op dit gebied overstelpt worden met zoveel informatie dat ze door de bomen het bos niet meer zien.

#### MOET EEN ICT-BEDRIJF TRENDWATCHER ZIJN OM GOED WERK TE KUNNEN LEVEREN?

Roland Huizer: “De trends in de gaten houden is zeker nodig, maar dat is het dan ook en dan kijken wat je daar – met het oog op je klanten – mee kunt doen. Maar je moet ook niet harder willen lopen dan je klant. De klant moet ook weten wat hij wil en de toegevoegde waarde zien van nieuwe trends.” Patrick Visser: “Belangrijk is dat wij op de hoogte zijn van de nieuwste ontwikkelingen. Klanten verwachten dat je als bedrijf hierop kan anticiperen en terecht. Wij moeten daarom ook te allen tijde ons ter

beschikking te stellen om hier dieper op in te kunnen gaan.”

#### OP TERUG DURVEN KOMEN

“Natuurlijk houd je trends in de gaten om jezelf te prikkelen en te voeden. Maar je zult best eens keuzes maken die minder goed uitpakken, maar daar moet je op terug durven komen”, zegt Reinder Repko. “Nieuwe ontwikkelingen bijhouden zit in de haarvaten van ons bedrijf”, zegt Sander Bruinsma. “Welke innovaties zijn belangrijk? Het gaat erom dat we onze klanten ervan weten te overtuigen dat die veranderingen er aan staan te komen. Ze gaan daar op een gegeven moment in mee. Wat mij beangstigt, is de snelheid van die veranderingen, want die neemt alleen maar toe.”

#### ALTIJD VOOROP LOPEN

Reinder Repko: “We werken vanuit onze missie, waarbij we altijd voorop willen lopen. We willen niet lastig gevallen worden met dingen die al honderd keer bedacht zijn. Ik zou graag een trendsetter willen zijn. We willen graag het verschil maken door de trend te zetten.” Martijn Horich: “Volgens mij is niemand aan tafel hier echt een trendsetter. Maar we gaan wel mee met de trends. Ik voel me dan ook als bedrijf meer een trendvolger en speel daar op in. We geven nu gedrukte magazines uit, maar zijn bezig om dit jaar nog digitaal te gaan. Juist door de combinatie van print met online bereik je optimaal de doelgroep. Facebook, WhatsApp en Uber zijn de echte trendsetters.” Patrick Visser: “Wij staan aan de voorkant, maar we werken wel samen met de echte innovators, zoals bijvoorbeeld Ericsson. Wij volgen. Wat ik



interessant vind, is hoe iedereen de vertaalslag maakt naar de klant. Daar steek je tijd en energie in, maar hoe vertaal je dat goed naar de klant? Daarmee krijg je respect en waardering, maar wie kun je daarmee allemaal bereiken. Als je de trends weet om te zetten in value adds voor je klanten, dan krijg je een win-win-win.”

### KEUZES MAKEN

“Wij maken ook zelf de keuze voor de beste oplossing voor de klant”, zegt Reinder Repko. “Dat leggen we voor en dat is het. Daar moet de klant het mee doen. We weten voor de volle honderd procent dat het de beste oplossing is. Klanten volgen ons daarin.” Ferry Schrijnewerkers: “Wij leggen wel meerdere opties neer, want de klant wil keuzes kunnen maken. Maar we zeggen wel duidelijk wat ons voorstel is. Het advies is wel dwingend. Als we niet meerdere keuzes voorhouden, heb je de kans dat ze ook naar de concurrentie stappen. We hebben het alternatief in onze eigen organisatie gemaakt.” “Je weet in het eerste gesprek vaak nog niet precies wat de klant echt wil en dan hou je toch rekening met verschillende mogelijkheden”, stelt Martijn Horich. “Pas later weet je wat de beste weg is als de klant alles heeft verteld.”

“Zien dat het werkt is geloven”, zegt Patrick Visser. “Dit heeft alles met het product te maken en de kwaliteit hiervan. Wij leveren een verbinding van hoge kwaliteit, dit schept een vertrouwensband met de klant. Bijvoorbeeld een vol automatische satellietantenne op vrachtschepen van een grote internationaal opererende organisatie. Wij werken dan nauw samen met die lokale IT-manager om een goede relatie op te bouwen.”

### SNELLER, GOEDKOPER EN FLEXIBELER

“De manier waarop die ICT-revolutie invloed heeft op de processen van bedrijven, dat is enorm belangrijk”, zegt Sander Bruinsma. “Productontwikkeling duurde in het verleden vele jaren, maar nu moet dat gewoon veel sneller. De kennis wordt naar boven gehaald om dingen sneller, goedkoper en flexibeler te realiseren. Bedrijven die ermee spelen, bereiken in de kortste keren mooie resultaten.”

### LEIDEN DE HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE MOGELIJKHEDEN TOT EEN ICT-REVOLUTIE?

Iedereen heeft de toegang tot dezelfde technologie, daarin zit dus niet de toegevoegde waarde. Het gaat er volgens de meesten om hoe je het inzet. Ook de content die je toevoegt, wordt steeds belangrijker en vooruitkijken natuurlijk ... Roland Huizer wijst op de ontwikkelingen in de post- en pakketbezorging en de reisbranche. “Sommige bedrijven leggen het loodje en andere weten juist in deze tijden te excelleren omdat ze goed weten in te spelen op nieuwe ontwikkelingen.” Patrick Visser stelt dat er een grote afhankelijkheid is van verbindingen en dat die afhankelijkheid steeds groter wordt. “Dat gaat enorm snel. Communicatie tussen personen, bedrijven. Big data komt er aan. Hoeveel laptops, smartphones heb je op een gegeven moment thuis en op je werk. Die apparaten moeten allemaal verbindingen kunnen maken. Op safari naar Afrika? Dan is het voor velen belangrijk of er wel of geen internetverbinding is, want ik wil wel mijn mail kunnen lezen. Internet of things gaat steeds meer spelen. Bij de bouw van een viaduct worden in Engeland

zo'n 180 sensoren gebruikt om alles – van luchtvochtigheid tot de hardheid van het cement – maar te kunnen meten. Het is ongelooflijk wat die revolutie ook bij de kleine ondernemer gaat doen.”

### KLEINE ONDERNEMERS

“De verantwoordelijkheid ligt steeds meer bij de mensen die werken bij bedrijven, het zijn steeds vaker kleine ondernemers”, zegt Reinder Repko. “Wij vinden het belangrijk om onze mensen veel verantwoordelijkheid en vrijheid te geven in wat ze doen. Zo ontwikkelen zij zich het beste. Het gaat om keuzes maken voor je medewerkers. Programmeurs werken bij ons maar vier dagen. Dat maakt ons een aantrekkelijke werkgever.” Ferry Schrijnewerkers wijst op een sessie voor zijn organisatie waarbij samen met een extern bureau naar de toekomst is gekeken. “In wisselende teams wordt gekeken naar mogelijke innovaties. Dat werkt prima.”

### ELASTISCHE IT

Patrick Visser: “Het DNA kan in de grotere bedrijven boven 25 mensen een probleem worden. Wij lossen dat op door mensen eigen afdelingen en daardoor meer verantwoordelijkheid aan het individu te geven. Dit is kostbaar maar het leidt wel tot een spin off.” Volgens Martijn Horich is het belangrijk dat de medewerkers de vrijheid krijgen om creatief te zijn. “Dat zorgt voor sociale innovatie. Ik vind het juist leuk om hen aan het woord te laten bij de klant, want dat zorgt voor creativiteit en vernieuwing.” “Het is belangrijk een elastische IT te hebben. Daar maken we de organisatie klaar voor”, zegt Sander Bruinsma. “In het vakgebied waarin we zitten, moeten we van nature innovatief zijn, maar het is wel de kunst om ideeën op een goede manier naar boven te krijgen en in te zetten.” <<

*“Mensen middelen geven om te excelleren”*

