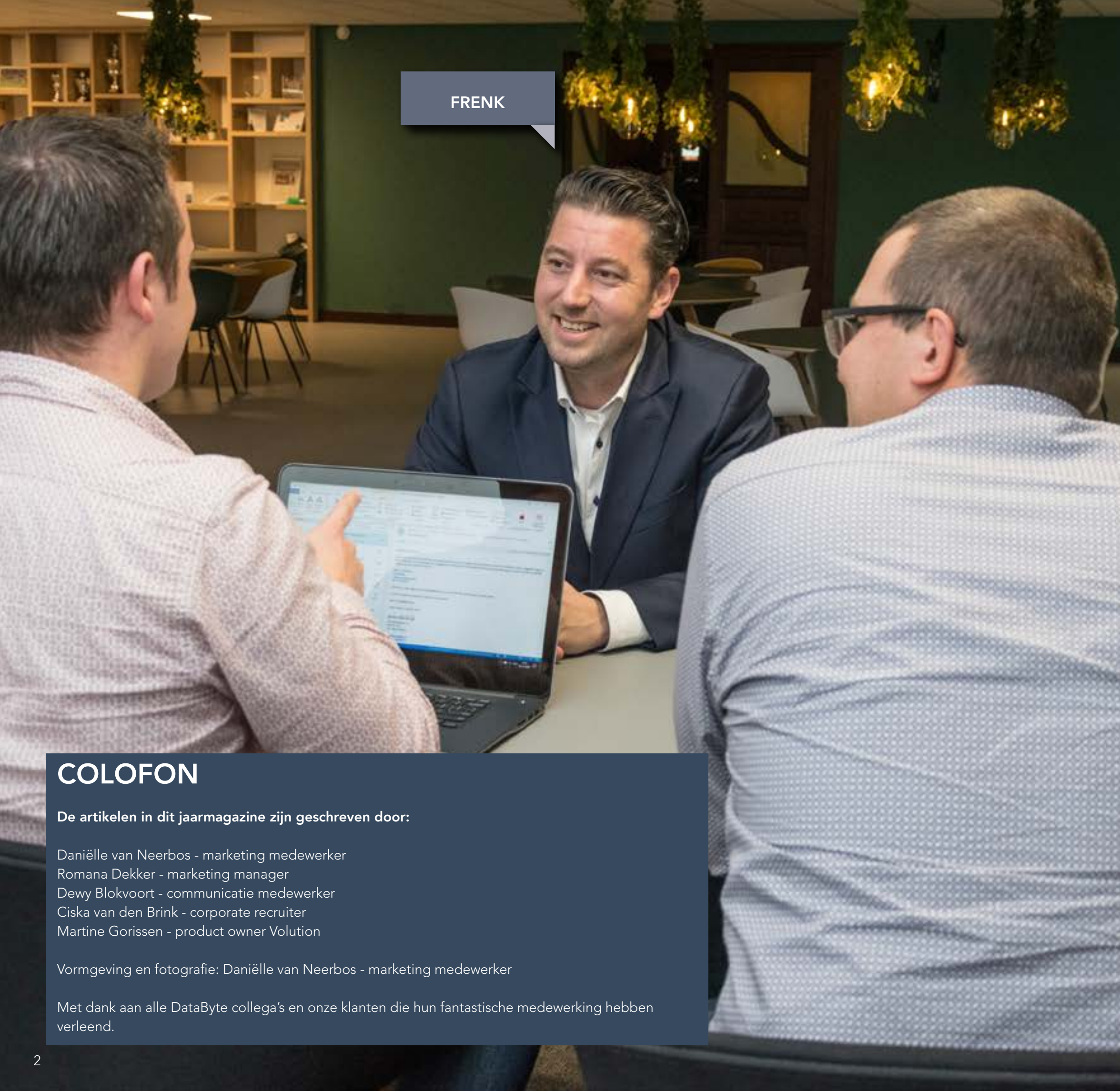


JAARMAGAZINE 2017



■ *DataByte*



FRENK

COLOFON

De artikelen in dit jaarmagazine zijn geschreven door:

Daniëlle van Neerbos - marketing medewerker
Romana Dekker - marketing manager
Dewy Blokvoort - communicatie medewerker
Ciska van den Brink - corporate recruiter
Martine Gorissen - product owner Volution

Vormgeving en fotografie: Daniëlle van Neerbos - marketing medewerker

Met dank aan alle DataByte collega's en onze klanten die hun fantastische medewerking hebben verleend.

INHOUDSOPGAVE

4 VOORWOORD

6 KERNCIJFERS

8 TROTS

10 30 jaar DataByte - verleden, heden en toekomst

16 Medewerker van de maand

18 Onze jubilarissen in 2017

20 SERVICE

22 Servicedesk maakt wederom verbeterslag

24 Aanvallen of verdedigen? Zó reageren wij op virusuitbraken!

26 Relatie-events brengen klanten en medewerkers samen

27 Afdeling Finance: het gaat niet meer alléén over geld, maar juist véél meer over de relatie

28 Onderzoek is onze eerste stap naar verbetering

30 Een gezamenlijk doel voor klanten en collega's: een warm welkom

32 INNOVATIE

34 Solution Design Workshop zorgt voor een passende ICT-oplossing

36 Wifi, zo vanzelfsprekend als water uit de kraan!

38 ISDN-lijnen verdwijnen, VoIP is de oplossing

40 Software zorgt voor digitale efficiency, ook in het onderwijs

42 ONTWIKKELING

44 Volution maakt vaardigheden leerling inzichtelijk met leerapplicaties

46 Door onze partnerstatussen kunnen wij de ideale ICT-oplossing adviseren

48 Hoe kan ik ervoor zorgen dat jij beter wordt? De mantra van John de Jongh

50 Werving & Selectie: Samen gaan we voor een lange relatie

VOORWOORD

DANKZIJ ONZE KLANTEN VIERDEN WE ONS 30-JARIG JUBILEUM

2017 was voor ons een bijzonder jaar. Op 10 november 2017 was het precies 30 jaar geleden dat John Heijnen op zijn zolderkamer het bedrijf oprichtte dat uitgroeide tot het huidige DataByte. Een 30-jarig jubileum is op zich al bijzonder, maar zeker in de relatief jonge ICT-branche. Onze organisatie en onze dienstverlening hebben zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld en ook in 2017 hebben we grote stappen gemaakt. Directieleden John de Jongh en John Heijnen vertellen over hun trots- en leermomenten en de plannen voor de toekomst. Zij vullen elkaar hierin zoals altijd goed aan. John de Jongh bekijkt het vanuit de interne, organisatorische kant en John Heijnen vanuit de markt.

Wat waren de hoogtepunten?

John Heijnen: "Als ik terugblik op het afgelopen jaar ben ik vooral enorm trots! Trots op de dienstverlening die we voor onze klanten mogen uitvoeren, trots op onze medewerkers die de verwachtingen van onze klanten wederom hebben weten te overtreffen en niet in de laatste plaats dat 2017 het jaar was waarin we dit al 30 jaar doen! Onze klanten zijn in hun bedrijfsvoering niet alleen afhankelijk van ICT, de inzet ervan bepaalt in steeds hogere mate hoe succesvol ze kunnen zijn. En dat is wat wij nastreven. Onze klanten succesvol te laten zijn in hun business. Dat legt een hoge verwachting en verantwoordelijkheid bij ons neer, maar die nemen wij graag. Dat doen we aan de ene kant door ze integraal te ontzorgen en aan de andere kant door goed te luisteren en met oplossingen te komen die hun aantoonbaar helpen het verschil te maken naar hun klanten toe. Onze medewerkers hebben met hun expertise en enorme betrokkenheid, ondanks de toenemende complexiteit van ICT, de **klanttevredenheid ook dit jaar op een hoog niveau weten te houden**. We hebben ons kantoor in Steenbergse verbouwd tot een

inspirerende werkplek die de teamspirit nog verder heeft versterkt. Het vertrouwen van onze klanten en de onderlinge verbondenheid van onze medewerkers om elke dag weer een topprestatie te leveren, hebben ons gebracht waar we nu staan. Op naar de volgende dertig jaar!"

John de Jongh vult aan: "Wat ik heb gemerkt is dat we het afgelopen jaar ook een verzelfstandiging hebben doorgemaakt, met name de manier waarop alle afdelingen steeds meer werken als **zelfsturende, lerende teams**. Voorgaande jaren hebben we hierin sterk geïnvesteerd. Onder andere door onze mensen zelf het stuur in handen te geven om zichzelf te ontwikkelen. Onze organisatie kan namelijk alleen groeien als onze mensen groeien, daarom is zelfontwikkeling zo belangrijk. Ook hebben we talloze processen geoptimaliseerd en de juiste mensen aangenomen. Hiermee is de continuïteit van ons bedrijf geborgd en zijn we klaar voor de toekomst. Daar ben ik supertrots op!"

John Heijnen: "Ik heb liever 80% van de dienstverlening bij een klant tegen 100% klanttevredenheid, dan 100% van de dienstverlening tegen 80% klanttevredenheid."

Waren er nog meer trotsmomenten?

John Heijnen: "Dat we voortdurend toegevoegde waarde konden leveren aan onze klanten, o.a. met de Solution Design Workshop. We adviseren klanten steeds breder, denken actief mee en helpen hen bijvoorbeeld bij hun primaire bedrijfsprocessen, waardoor ze aantoonbaar een concurrentievoordeel realiseren. En verder zijn er natuurlijk een aantal ontwikkelingen in de markt zoals de AVG (nieuwe privacywet die zich richt op persoonsgegevens en het veilig opslaan ervan) waar klanten echt wel iets mee

moeten doen. Wij adviseren dan proactief wat dit voor hun organisatie betekent, bijvoorbeeld door een interactieve Security Awareness Training. We hebben echt heel veel expertise in huis en voor de disciplines die we zelf niet kunnen leveren, werken we samen met vaste partners die weten welke kwaliteit wij willen garanderen aan onze klanten. Op deze manier bouwen we een team op rond onze klant dat hen bij alle ICT-vraagstukken kan helpen."

Waren er ook uitdagingen?

John de Jongh: "De grootste uitdaging lag in 2017 niet meer bij sales en marketing maar op het gebied van **werving en selectie**. We hadden namelijk meer werk in de pijplijn zitten dan we konden verwerken. Projecten werden vooruit gepland i.v.m. tijdgebrek. We moesten op zoek naar nieuwe collega's die pasten in onze organisatie en onze kernwaarden tot uiting konden brengen. De komst van onze corporate recruiter Ciska en het lanceren van onze nieuwe website **werkenbijdatabyte.nl** heeft ons daar enorm bij geholpen. Maar we zijn er nog niet, in 2018 willen we doorgroeien naar 95 medewerkers."

John de Jongh: "Met onze nieuwe website werkenbijdatabyte.nl geven we toekomstige collega's echt een goed beeld van onze organisatie."

Waar werken we in 2018 verder nog naar toe?

"Zorgen dat mensen nog meer werken aan hun zelfontwikkeling, bijvoorbeeld door beter om te gaan met feedback. Mensen vragen er niet om, zijn er soms bang voor, maar feedback ontvangen betekent juist kunnen groeien als persoon. De ideale organisatie,

met perfecte mensen en perfecte keuzes bestaat niet, daar streven we niet naar. Het plafond waar mensen soms tegenaan lopen, moet eerder opschuiven, zodat we verder kunnen groeien zonder dat dit gevolgen heeft voor de kwaliteit, klanttevredenheid en energie van medewerkers. Dat 'op tijd door het plafond breken' heeft te maken met samenwerking van de teams en met het juiste voorspellend vermogen. Dat zijn de twee dingen waar we intern het hardst aan werken", vertelt John de Jongh.

John Heijnen: "Ook werken we aan het openen van onze **derde vestiging** in de regio Nijmegen, Breda, Utrecht. Over een aantal jaar willen we landelijk dekkend zijn met 6 vestigingen zodat we onze grotere klanten, met meerdere vestigingen verspreid over Nederland, nog beter kunnen bedienen.

Daarnaast zijn we druk bezig met het behalen van **ISO 27001 / NEN 7510**; de certificering op het gebied van informatiebeveiliging."

Dankwoord aan onze klanten!

"Zonder onze klanten hadden wij natuurlijk geen enkel bestaansrecht. Daarom willen we graag nogmaals onze klanten van harte bedanken voor hun vertrouwen en loyaliteit in onze organisatie en onze collega's. Mede namens onze klanten is ons 30-jarig jubileum het absolute hoogtepunt geworden in de geschiedenis van ons bedrijf!

Heel veel leesplezier!

Namens de directie en alle collega's van DataByte
John Heijnen en John de Jongh

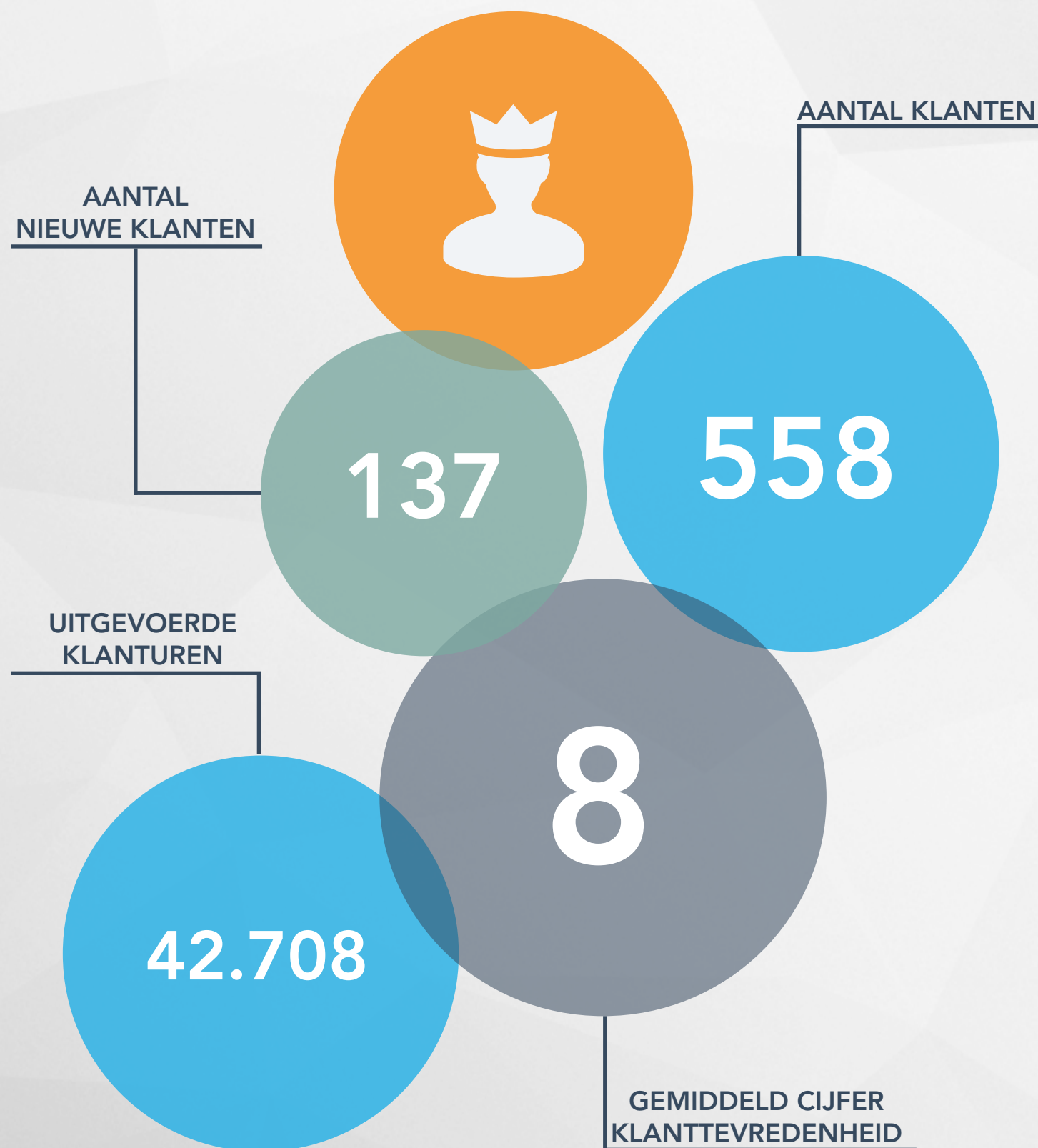
JOHN HEIJNEN

JOHN DE JONGH

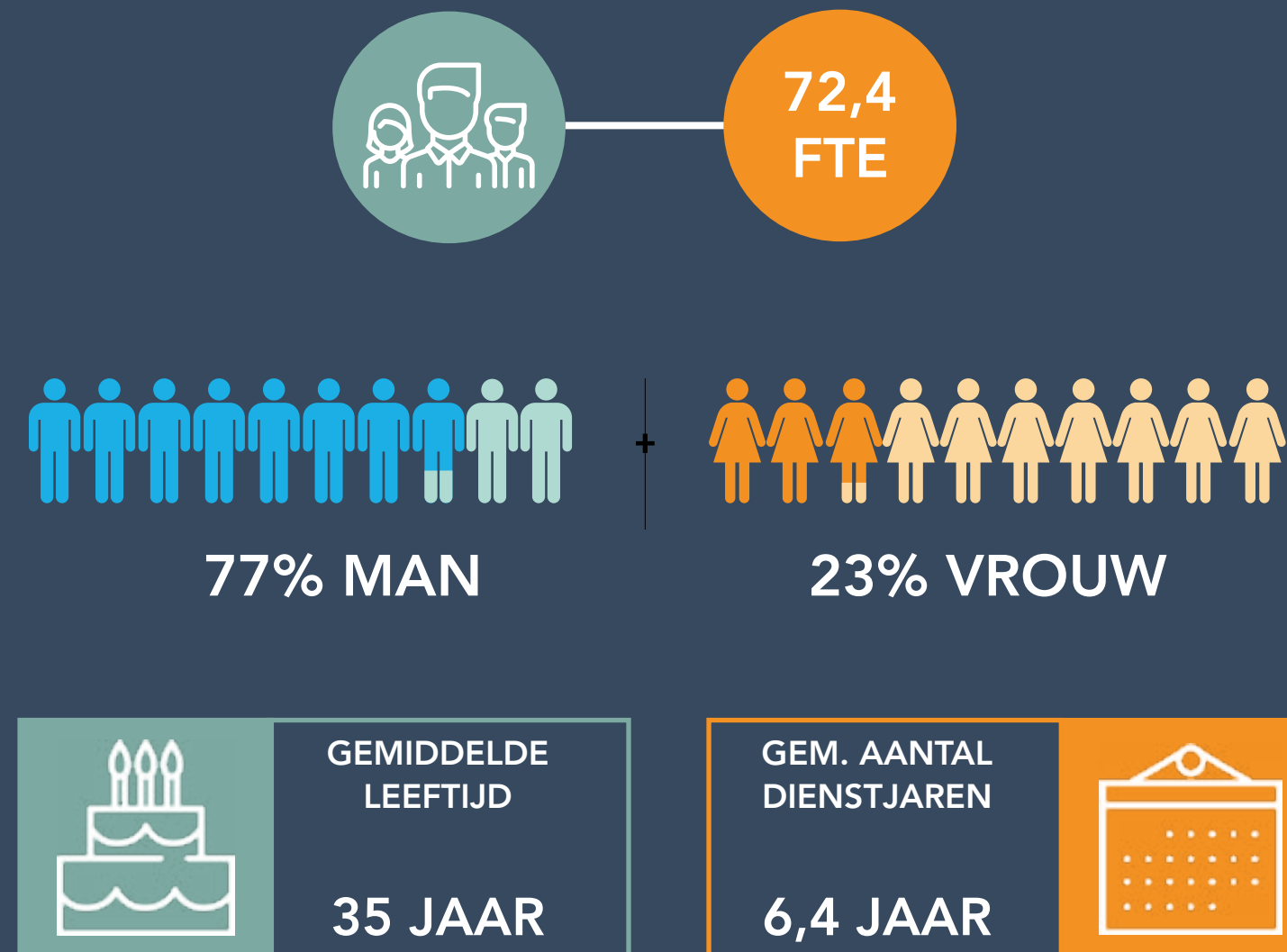


KERNCIJFERS

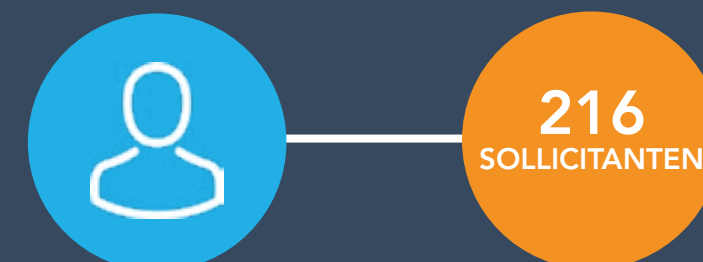
KLANTEN



COLLEGA'S



42
UITGEVOERDE
TALENT MANAGEMENT ANALYSES



A man with glasses and a green shirt is high-fiving a group of children in yellow soccer jerseys. The man is smiling and looking down at the children. The children are wearing yellow jerseys with black accents and have their names on the back. The background is a blurred outdoor setting with a fence and trees.

THOMAS

TROTS

Foto: Christian Keijsers Fotografie

30 JAAR DATABYTE VERLEDEN, HEDEN EN TOEKOMST

Op 17-jarige leeftijd besloot John Heijnen dat hij zijn eigen bedrijf wilde opstarten. Nu, 30 jaar later, is dat bedrijf uitgegroeid tot een full service B2B ICT-consultancy bedrijf met meer dan 80 medewerkers. Een mooi moment om terug te blikken en beter kennis te maken met de oprichter van DataByte.

John, hoe kwam je erbij om op zo'n jonge leeftijd een eigen bedrijf te starten?

"Ik had al best jong door dat als ik iets wilde betekenen voor anderen, ik een talent zou moeten kunnen aanspreken. Programmeren vond ik in die tijd harstikke leuk! Ik was een jaar of 14 toen ik daarmee begon en mijn vader leerde mij programmeren op een Sharp MZ-80K. Het programma dat ik maakte, leek op een databaseprogramma waarbij je zelf de variabele velden kon definiëren. Dat was nog voordat de floppy überhaupt bestond, dus ik zette het programma op cassettebandjes en verkocht ze voor 25 gulden per stuk. Elke week verkocht ik 5 tot 10 stuks en kwamen er verzoekjes voor maatwerk. Ook ging ik bandjes met allerlei andere handige programma's verkopen op landelijke computergebruikersdagen. Mijn vader bracht me overal naar toe, want ik had natuurlijk nog geen rijbewijs. Een mooie tijd, zeker achteraf!

Eigenlijk heb je je succes dus aan je ouders te danken?

Mijn ouders hebben absoluut de mogelijkheden gecreëerd voor mij om ondernemer te worden. Ze gaven mij de ruimte, stimuleerden mij om door te gaan met wat ik deed en echt niets was teveel. En toen de docenten op school, en de school uiteindelijk zelf ook, klant werden bij mij hadden we wel in de gaten dat daar mijn passie lag. Klanten blij maken i.p.v. studeren. Ik hoop dan ook oprecht dat mijn kinderen later net zo trots op mij zullen zijn, als dat ik dat nu ben op mijn ouders. Petje af voor wat zij voor mij hebben gedaan, en vooral gelaten, indertijd!

Stonden je ouders van begin af aan achter je keuze?

M'n vader wel, alhoewel hij zich ook wel zorgen maakte. Mijn moeder was 'not amused', ik zie haar gezicht in gedachten nog zo voor me. Ze vonden

het vooral ook spannend voor mij of het wel zou gaan lukken. Maar in die tijd, kon je met hard werken ook iets bereiken en was een diploma niet alleen het ideale garantiebewijs naar de arbeidsmarkt. Nu begrijp ik als vader de zorg van mijn ouders indertijd heel erg goed, maar op dat moment...

Was je niet bang om hen teleur te stellen?

Ik wilde vooral mezelf niet teleurstellen. Ik dacht: "Als dit mislukt dan draag ik dat de rest van mijn leven met me mee". Ondernemers willen, denk ik, met name aan zichzelf bewijzen dat ze iets kunnen bereiken door doorzettingsvermogen, discipline en wilskracht te tonen. Toen ik eenmaal mijn **eerste grote opdracht bij de Rabobank** binnenhaalde, groeide dat zelfvertrouwen snel.

Ik ging telebankieren installeren bij al hun klanten, met name boeren. Ik ging op mijn brommer langs en vertelde de boeren niet alleen over telebankieren, maar gaf hen ook uitleg over de computer in het algemeen. Ik probeerde toen al **hun verwachtingen te overtreffen**.

Is dat jouw kracht? Klantverwachtingen overtreffen?

Ja, je creëert meerwaarde als je **een klant echt vanuit zijn belang kan helpen in plaats van puur doen wat de klant vraagt**. Dat zit ook nu nog sterk verankerd in het DNA van ons bedrijf.

In 2004, toen je 34 jaar oud was, verkocht je twee derde van je bedrijf. Waarom koos je daarvoor?

Ik liep tegen mijn grenzen aan. M'n lichaam gaf meerdere signalen af; ik kreeg paniekaanvallen en hartkloppingen. Ik zorgde niet goed voor mezelf, at ongezond en sportte niet. Bovendien vond ik dat ik me vooral erg eenzijdig had ontwikkeld.

TROTS

Hoe was het om ineens twee mededirecteuren te hebben?

Toen wist ik nog niet dat het moeilijk zou gaan worden voor mij. Als je 34 bent en je gaat de verantwoordelijkheid delen, dan val je toch een beetje in een zwart gat. Net zoals sporters dat ervaren na hun carrière. Je moet gaan loslaten en specialiseren in de portefeuille waar je verantwoordelijk voor bent.

Ook moet je kunnen accepteren dat er beslissingen worden genomen die misschien minder goed passen bij de visie die jij hebt. In die tijd heb ik veel gespard met Piet Plezier, indertijd voorzitter van DRV Accountants. Van Piet heb ik geleerd om vanuit verschillende perspectieven te kijken naar de keuzes die ik heb gemaakt, ook vanuit het oogpunt van m'n collega's. Achteraf was het gaan delen van de algehele eindverantwoordelijkheid, de beste beslissing die ik ooit heb gemaakt, maar dat realiseerde ik op dat moment nog niet echt hoor.

Heb je spijt van sommige keuzes die je hebt gemaakt?

Spijt heb ik nergens van, maar als ik naar mijn kinderen kijk en vooral hoe onbevangen ze leven, dan zie ik wel dat ik dat heb gemist. Maar door de keuzes die ik heb gemaakt, sta ik nu wel waar ik sta. De mensen die ik in mijn 'tweede leven' heb ontmoet, hebben mijn leven verrijkt. Zij leerden mij de kunst van het goede leven inzien.

Hoe zien jouw (werk)dagen er tegenwoordig uit?

De dag begint bij mij met sporten; hardlopen en fitness. Ik weet inmiddels dat je goed voor je lichaam moet zorgen, want gezondheid is natuurlijk niet te koop. Daarna kom ik naar kantoor, dan heb ik een aantal besprekingen met collega's of klanten. Ik ben vooral strategisch bezig met vraagstukken die het hele bedrijf raken. Voor ongeveer 25 klanten ben ik zelf nog eindverantwoordelijk. Hartstikke leuk om te doen! Daar zitten relatief nieuwe klanten tussen, maar ook klanten die ik al 20 jaar ken. Buiten het werk ga ik graag leuke dingen doen met mijn kinderen.

Waar ben je het meest trots op?

Dat onze mensen hier met plezier werken, dat zie je o.a. aan de lange dienstverbanden en het lage ziekteverzuim. Ik weet dat ons bedrijf niks waard is

zonder onze mensen. Als je hier op zondag bent dan is het een kale huls, zonder drive, zonder energie. Als werkgever heb je de taak om goed voor je mensen te zorgen en dat doe je niet alleen door het salaris over te maken. We zijn loyaal naar elkaar, juist ook als het even wat minder gaat. Verder ben ik enorm trots op het feit dat we de afgelopen decennia zijn uitgegroeid **van een grote eenmanszaak naar een lerende organisatie** met meer dan 80 medewerkers.

Heb je in die 30 jaar tijd weleens gedacht; ik stop ermee en ga wat anders doen?

Natuurlijk, ik ben ook maar een mens. Het zou ongezond zijn als je nooit nadenkt over wat je alternatief zou kunnen zijn. Maar als ik alle plussen en minnen op een rijtje zet dan is dit voor mij nog steeds de ideale en allerleukste baan hoor, hahaha.

Je bent dit jaar 47 geworden, hoe ziet jouw toekomst eruit?

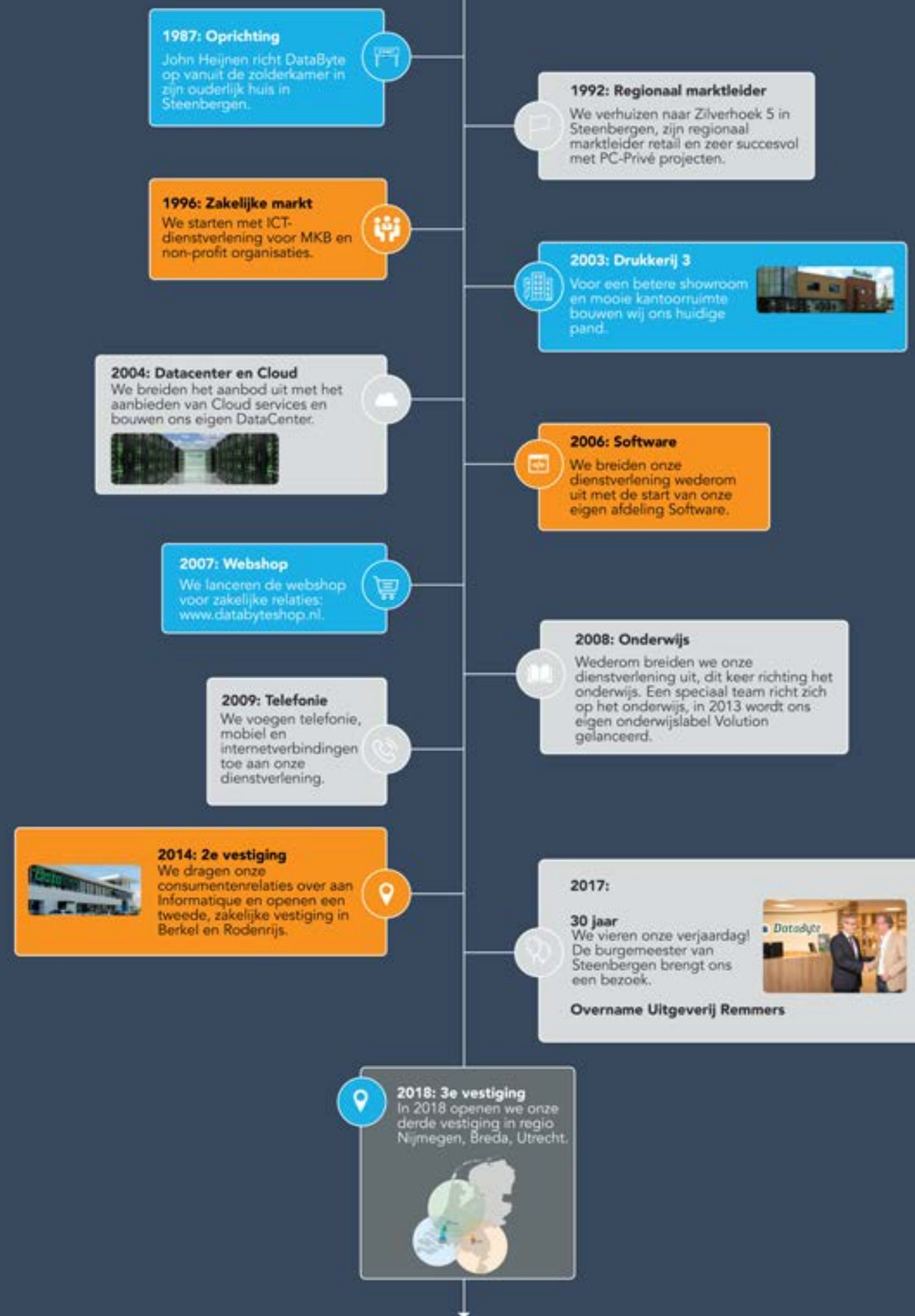
Het is heel mooi om nog steeds te mogen werken aan het bedrijf waarmee ik ben gestart op de zolderkamer van mijn ouders, dus dat zal ik blijven doen! Ik ben blij met de strategische rol die ik nu heb en de wijze waarop ik de feeling kan houden met de markt. Bezigt zijn met zaken die het bedrijf overstijgen, samen met ons managementteam, dat wil ik zeker nog blijven doen in de toekomst.

Zou één van je drie zoons het bedrijf niet van je willen overnemen?

Het zal je verbazen, maar we hebben het daar thuis niet over. Maar ik denk niet dat mijn kinderen het ambiëren. Het is hard werken, echt een 'way of life' en mijn zoons maken dat natuurlijk van dichtbij mee. Laat ze maar iets gaan doen waar ze echt voldoening uit halen en hun talenten in kwijt kunnen. En natuurlijk zou het prachtig zijn als dat een rol in ons bedrijf zou kunnen zijn. Ik vertel ze dan ook altijd: "Doe alsjeblieft iets wat je echt leuk vindt, en laat geld daarbij geen drijfveer zijn". Plezier, voldoening, passie en samenwerken met andere mensen zijn echt veel belangrijker!"

"Ondernemer zijn is hard werken, echt een 'way of life'. Maar ik vind het vooral belangrijk om ook plezier te hebben in mijn werk en het verschil te kunnen maken voor onze klanten!"

DataByte



DAG VAN HET JUBILEUM - 10 NOVEMBER '17



John Heijnen werd op de dag van het jubileum, tevens zijn verjaardag, door ons in het zonnetje gezet en verrast met een speciaal bezoek van **burgemeester Van den Belt**. De burgemeester sprak o.a. de woorden: "DataByte is niet weg te denken in de automatiseringsbranche in onze regio. Steenberghe is hierop met recht niet trots, maar apetrots. DataByte is een diamant in onze gemeente."

Na het dankwoord van John Heijnen was het tijd voor taart, iets waar wij altijd erg van kunnen genieten. Thuis wachtte er nog een leuke verrassing op alle collega's. John had namelijk gezorgd voor een prachtige bos bloemen en bedankkaartje om ook vooral het thuisfront te bedanken voor hun steun!



BEDRIJFSUITJE PRISON ESCAPE - 4 NOVEMBER

Op 1 september werden we verrast met een verontrustend mailtje van John Heijnen waarin hij zei graag persoonlijk op kantoor een belangrijke mededeling te willen doen. Na 30 jaar had hij een zorgvuldig afgewogen, doch moeilijk besluit genomen gaf hij aan. Hij had dingen gedaan waarvoor hij nu moest boeten, maar niet alleen hij, ook wij zouden moeten boeten! Het bleek gelukkig alleen maar een uiterst spannende aankondiging van ons jubileumuitje: Prison Escape.

Op zaterdag 4 november was het zover en meldden wij ons bij de poort van de Koepelgevangenis in Breda. Na duidelijke instructies van de gevangenisbewaarders hesen wij ons in overalls en gingen op zoek naar manieren om uit te breken. Een zeer bijzondere ervaring!



MEDEWERKER VAN DE MAAND

JE HOUDEN AAN ONZE KERNWAARDEN EN JE BELOFTES WAARMAKEN.
MEER NIET.

Elke maand werd in 2017 een medewerker van DataByte benoemd tot 'Medewerker van de maand'. De Medewerker van de maand heeft een bijzondere prestatie geleverd waarbij ten minste één van de kernwaarden van DataByte sterk tot uiting is gekomen.

Onze kernwaarden zijn niet zomaar verzonnen, ze zijn ontdekt door te kijken naar de deskundige en gedreven medewerkers die bij DataByte werken. De kernwaarden zijn typerend voor hoe wij werken, wat wij belangrijk vinden en wat ons drijft. Onze klanten zien deze kernwaarden terug in ons gedrag.

ONZE KERNWAARDEN



Betrokken
Met oprechte interesse bekijken wij wat het beste bij onze klanten past.



Collectief willen winnen
Wij halen het maximale uit onszelf en stimuleren elkaar daarin.



Trots op elkaar
Successen worden gevierd met elkaar en onze klanten.



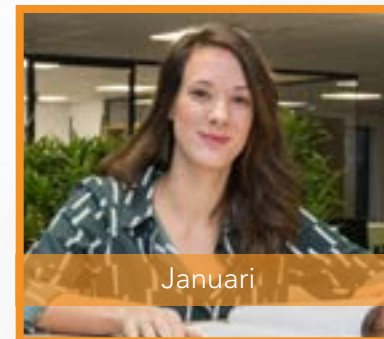
Eerlijk & oprecht
Wij komen onze beloftes na. We communiceren open en eerlijk.



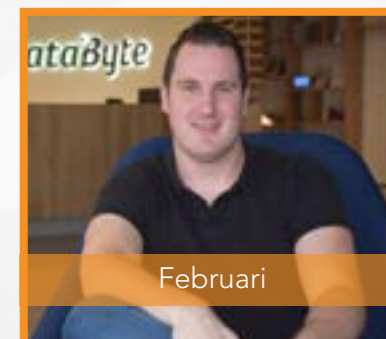
Blijven ontwikkelen
Wij staan open voor ontwikkeling en willen ons elke dag verbeteren.



Initiatief nemen
Wij ondernemen actie uit eigen beweging en signaleren kansen.



Nadia Aarts-Neelen
Sales coördinator
Collectief willen winnen



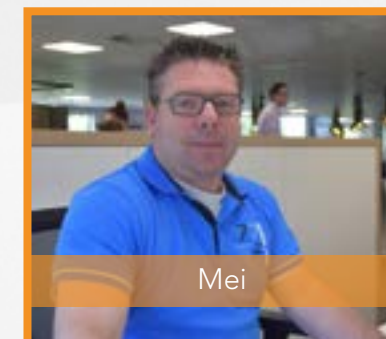
Kevin Heeren
Senior netwerk engineer
Betrokken



Kevin van der Wegen
Servicedeskmedewerker
Betrokken



David den Boef
Controller
Collectief willen winnen



Erwin Rens
Kwaliteitsmanager
Betrokken



Johan Zantboer
Inkoop- en binnendienstmanager & facilitair manager
Betrokken



Roy den Haan
Senior engineer
Blijven ontwikkelen



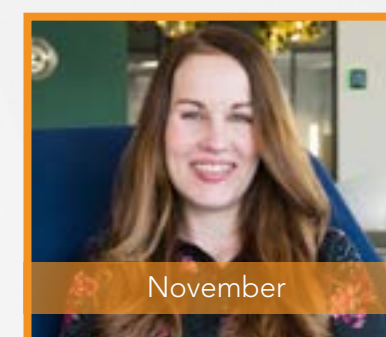
Maurice van Zundert
Senior engineer
Blijven ontwikkelen



Patricia van Ekeren
Administratief medewerker
Collectief willen winnen



Daniëlle van Neerbos
Marketing medewerker
Blijven ontwikkelen



Romana Dekker
Marketing manager
Blijven ontwikkelen



Martijn Brinkman
Pre-sales consultant
Collectief willen winnen

ONZE JUBILARISSEN IN 2017

30 jaar

John Heijnen – oprichter en directielid

15 jaar

Gaby van Ingen - sales support medewerker
Rob van de Sande - senior netwerk engineer
Vincent van 't Hoog - research & development

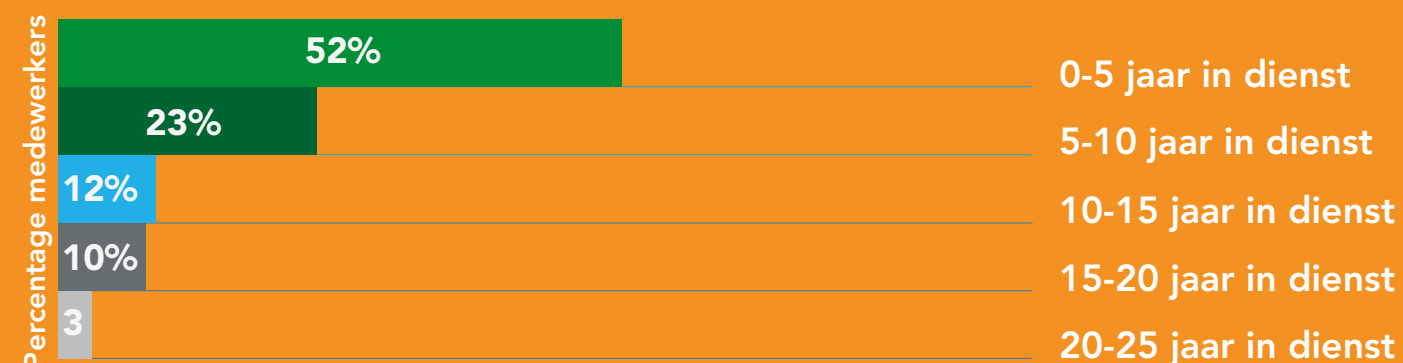
10 jaar

Arjan de Waal – technisch manager

5 jaar

Roy den Haan - senior netwerk engineer
Arthur Bommelé - senior servicedesk med./ network monitoring & security adviseur
Jeroen Boone - medior netwerk engineer
Yvonne Havermans - medewerker debiteuren administratie

AANTAL DIENSTJAREN MEDEWERKERS



GABY

ROB

VINCENT

DRIE JUBILARISSEN AAN HET WOORD

Met hun 15 dienstjaren bij DataByte hebben zij alles meegemaakt, van een succesvolle showroom tot de recessie en het volledig gaan focussen op de zakelijke markt. Gaby, Vincent en Rob bewijzen dat als je jezelf blijft ontwikkelen, je constant nieuwe uitdagingen aankan.

GABY VAN INGEN

Sales support medewerker

Vijf jaar geleden werkte ik nog in de DataByte computerwinkel. 15 jaar geleden begon ik als verkoper, maar al snel gaf ik leiding aan het verkoopteam. Toen we in 2014 ons 100% gingen richten op de zakelijke markt, maakte ik de overstap naar kantoor. Ik heb alle facetten van het bedrijf meegemaakt. Maar als je ergens al 15 jaar werkt dan gaat het niet zonder slag of stoot. Soms zit het ook even tegen. Kenmerkend voor DataByte is dat we dan allemaal onze schouders eronder zetten en doorgaan. Dat gaat gepaard met positieve feedback en kritische verbeterpunten, daardoor worden we allemaal sterker en dan groeit het bedrijf ook mee. Ik ben niet iemand die graag op de voorgrond treed, maar mijn doel is om zaken steeds beter te maken.

ROB VAN DE SANDE

Senior netwerk engineer

Ik ben begonnen als stagiair en heb hier mijn mbo-opleiding afgerond. Vanuit mijn stage heb ik meegelopen met de netwerk engineers van destijds zoals John (de Jongh), Jacco, Adwin, Erwin en Vincent. Ik ben doorgegroeid naar senior engineer en verantwoordelijk voor de netwerken van een aantal van onze grootste klanten.

Wat ik het leukst vind aan werken bij DataByte is de vrijheid die je krijgt in je werkzaamheden. Samen met de klant kan en mag je bepalen hoe hun ICT-omgeving eruit komt te zien. Hierdoor kan je er ook zelf voor zorgen dat je steeds uitgedaagd wordt. Daarnaast hebben we een fijn team van collega's waar je altijd op terug kan vallen als je ergens een keer niet aan uitkomt.

VINCENT VAN 'T HOOG

Research & development

Ik had niet gedacht hier zo lang te blijven werken. Ik kwam binnen als afstudeerder van de Hogeschool Zeeland met een onderzoek naar de haalbaarheid van een ASP (clouddienst). Eigenlijk werk ik daar nu nog steeds aan, want ik ben nu verantwoordelijk voor de hele cloudpropositie. Het was dus zeker haalbaar, maar het heeft wel ongeveer zeven jaar geduurd voordat we er als bedrijf iets mee konden. Dit kwam door de trage internetverbinding in de regio Steenberg. Ik had het zo goed naar mijn zin dat ik ben blijven plakken. Ik heb leuke collega's en heb vrijheid en verantwoordelijkheid. Ik kon veel leren bij DataByte en dat is eigenlijk nog steeds zo. Zolang de collega's leuk blijven en het werk uitdagend is dan zie ik mezelf hier over 15 jaar nog wel zitten.



ANITA

TAMARA

SERVICE



SERVICEDESK MAAKT WEDEROM VERBETERSLAG

Na de eerste verbeterslag in 2016 is het servicedesk manager Dennis Luijks en zijn team gelukt om in 2017 de respons- en oplostijden nog verder te verbeteren. En dat ondanks alle veranderingen die hebben plaatsgevonden.



Dennis: "In 2016 hebben we een verbeterslag kunnen maken door inzichtelijk te maken welke tickets de respons- en oplostijden negatief beïnvloedden. Vervolgens ben ik in gesprek gegaan met de collega's die deze tickets hebben opgepakt om te achterhalen waar dat aan lag. We hebben daardoor onderstaande verbeteringen in 2017 kunnen doorvoeren:

Alert

Vanuit het team kwam het idee om een alert in te stellen. Deze krijgen ze 15 minuten voordat de first responstijd afloopt en 90 minuten voordat de oplostijd afloopt. Collega's gaven aan dat als ze in een ticket aan het werken zijn, ze minder zicht hebben op de andere tickets. Deze pop-up brengt daar verandering in.

Wekelijkse rapportage

Elke week wordt een rapportage gedeeld met het team waarin staat wat de respons- en oplostijd is per medewerker. Dit wordt door het team niet ervaren als extra druk, maar als tool om prestaties te verbeteren.

Servicedesk werkt onafhankelijk van de buitendienst

Voorheen moesten collega's van de buitendienst regelmatig bijspringen op de servicedesk. We hebben hier een oplossing voor gevonden door de storingsengineer onderdeel te maken van de servicedesk. We nemen starters met potentie aan en leiden ze in een jaar tot anderhalf jaar tijd op als servicedeskmedewerker. Daarna worden ze storingsengineer zodat ze naar buiten kunnen maar nog niet de verantwoordelijkheden hebben van een buitendienstengineer. Dat doen ze 3 tot 6 maanden en daarna gaan ze de buitendienst in. Waarom starters? Als je medewerkers vanaf een jaar of 20 zelf opleidt, weet je zeker dat ze voldoen aan de hoge eisen die wij stellen. Tot nu toe werkt deze aanpak perfect."

"Ik vind het knap van de jongens op support dat ze, ondanks alle wijzigingen, altijd een hoge mate van kwaliteit hebben kunnen leveren en de First Respons Time en Resolution Time hebben gehaald."

Wat merken klanten van al deze veranderingen?

"Vanuit de Klanttevredenheidsonderzoeken (KTO) weten we dat klanten het vervelend kunnen vinden dat ze telkens een andere medewerker te spreken krijgen en deze collega soms ook nog niet alles weet." Wat doet Dennis daaraan? "Ik bel klanten hierover op om aan te geven dat als er iets niet lekker loopt ze rechtstreeks contact kunnen opnemen met mij. Specifieke klantafspraken breng ik ook zoveel mogelijk over naar de nieuwe jongens. Daarnaast is het mijn streven om al onze klanten zoveel mogelijk een vast contactpersoon te geven."

Vooruitblik

Dennis: "Komend jaar wil ik nog een **extra verbeterslag maken op het gebied van klanttevredenheid**. Dit wil ik doen door te gaan werken met een tool welke de klanttevredenheid meet per servicedesk engineer. Wanneer een servicedesk engineer een ticket afsluit, ontvangt de klant hier een e-mail van. De bedoeling is dat hierin een mogelijkheid wordt verwerkt om de werkzaamheden van de medewerker te beoordelen. Op deze manier hopen we op een snelle, simpele en vooral vrijblijvende manier meer feedback van onze klanten te ontvangen, zodat we hier weer lering uit kunnen trekken en onze dienstverlening kunnen verbeteren. Door de resultaten op ons dashboard te presenteren hopen we elkaar natuurlijk ook te verbeteren en scherp te houden met een stukje gezonde concurrentiestrijd."

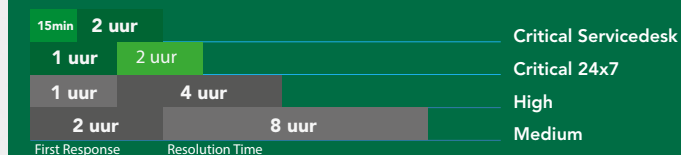
Verder willen we 90% van de systeembeheertaken in het dashboard verwerken zodat ons monitoringsysteem deze oppakt. Daar komen dan natuurlijk wel weer tickets uit voort, maar engineers constateren problemen dan niet pas op locatie tijdens systeembeheer. Dat is iets wat wij voor de engineers gaan oplossen zodat zij zich met andere zaken kunnen bezighouden."

PRAKTIJKVOORBEELD

Om 09:17 uur neemt een klant contact met ons op omdat de Terminal Server niet meer opstart. Servicedeskmedewerker Wesley heeft dit remote onderzocht en zag dat de disks errors gaven. Na remote het e.e.a. geprobeerd te hebben zonder succes, hebben we om 09:25 uur de storingsengineer onsite gestuurd. Hij constateerde inderdaad dat er twee van de drie schijven én een controller defect was. De klant wenste deze niet te vervangen, omdat ze nog een reserve server hadden staan. De klant heeft deze ingericht en wij hebben de firewall ingericht zodat de 'nieuwe' Terminal Server in gebruik genomen kon worden. We hebben hierbij nauw samengewerkt met de klant zodat deze binnen een paar uur verder kon op de nieuwe server.

KERNCIJFERS

Service Level Agreement



First Respons Time gehaald

98,91%



Resolution Time gehaald

99,36%



Aantal behandelde tickets

41.892

ROMANA

JACCO

AANVALLEN OF VERDEDIGEN? ZÓ REAGEREN WIJ OP VIRUSUITBRAKEN

WannaCry en (Not)Petya. Namen die in 2017 centraal stonden op het gebied van cryptovirussen, ransomware aanvallen en versleutelde gegevens. Romana Dekker, marketing manager, gaat in gesprek met inframanager Jacco Lambregste over hoe de aanvallen het afgelopen jaar invloed hadden op DataByte en onze klanten en hoe wij processen hebben aangepast voor onverwachte situaties.

2017 was wel het jaar van de virusuitbraken...

"Virusuitbraken zijn er eigenlijk al lange tijd. Maar de grote verandering in 2017 is dat de media ook een grote rol speelt. Vroeger was een virusuitbraak bijna geen nieuws, alleen mensen met technische kennis wisten het. Nu heeft iedereen het er eigenlijk over."

Betekent dat ook dat de impact van uitbraken nu groter is dan eerst?

"Nee, de impact is niet persé groter (de drive van de makers wel), maar de druk om er alles aan te doen om het te voorkomen wel, omdat onze klanten zich nu bewust zijn van het lek. Ook wordt de poort of functionaliteit waar het virus gebruik van maakt vaak niet gebruikt door de klant. Zoals onlangs met een wifi-lek, waarbij we het lek konden dichten, terwijl onze klanten de techniek 9 van de 10 keer niet gebruikten. Desondanks wil je toch geen risico's lopen en dus lossen we het op voordat het een probleem wordt."

Wat gebeurde er bij ons toen bijvoorbeeld Petya (later NotPetya) net in de media kwam?

"Vaak merken een aantal technische jongens het op en zij delen het intern in de groep. De eerste vragen zijn altijd: Wat is de impact voor de klant? Waar zit het probleem en hoe lossen we dat zo snel mogelijk op? Is het een poort die open staat of is het een update die we moeten uitvoeren? Handmatige updates zijn enorm tijdrovend. Normaal doen we deze 1 keer in de maand automatisch op een server en worden ze volgens een vast reboot schema automatisch herstart. Nu moeten we alle servers in één keer updaten, wat niet zomaar gaat. Sommige klanten hebben meerdere servers die van elkaar afhankelijk zijn. We kunnen dus niet alle servers tegelijk updaten, dan ligt het hele bedrijf plat. We informeren onze klanten met een mailing en geven hierin een advies over wat de klant kan doen en welke acties wij gaan uitvoeren."

Betalen we weleens om versleutelde gegevens bij de klant vrij te geven, zoals bij een cryptovirus waarbij alles gelockt is?

"Absoluut niet. Dan restoren we altijd naar de laatste back-up. Zo ook bij een klant van ons die slachtoffer werd van een ransomware-aanval (het hele artikel is te lezen op onze blog op databyte.nl). Daar konden we een back-up terugzetten en aantonen dat er geen data gelekt was. Gelukkig, anders riskeerde onze klant een flinke boete en PR-ramp."

En wat doen we dan met de klanten die nog niet getroffen zijn? Welke voorzorgsmaatregelen nemen we?

"Als voorbeeld, WannaCry. Dit virus maakte gebruik van een beveiligingslek in SMB (TCP-poort 445). Hoewel wij de policy hebben dat deze poort vanuit het internet nooit open mocht zijn, was het voor ons wel een trigger om alle klanten eens onder de loep te nemen voor andere mogelijke beveiligingsrisico's. Voor elke klant alle poorten handmatig nakijken kost enorm veel tijd, dus daarom ontwikkelden we een automatische PortScanner. Toen deze naar behoren werkte, hebben we het uitgerold en bij alle klanten uitgevoerd. Hierdoor zagen we bij alle klanten welke poorten open stonden."

Simpel dus, we sluiten alle poorten die open staan en klaar?

"Absoluut niet. Je kan niet zomaar zeggen: Ik doe deze poort even dicht. Onze engineer bepaalt per server of het klopt of niet. De engineer exclude de poort van de scan als het klopt en zet hem dicht als het niet klopt. Vaak gaat het goed, maar soms hoor je ook weken later dat een externe leverancier van de klant geen toegang meer heeft tot een systeem. Dat lag dan aan die ene poort. Maar goed, hierdoor is de klant wel beveiligd. We zorgen er daarna voor dat de leverancier via een andere poort toegang krijgt, dit keer met de juiste beveiliging."

Iedere dag scant onze PortScanner kritische poorten bij onze klanten. Dit is gekoppeld aan ons monitoring dashboard. Zodra er ergens een poort wordt opengezet, komt er automatisch een melding bij ons binnen. Zo kunnen we direct bekijken of dit een beveiligingsrisico vormt en kunnen we een veilige omgeving hanteren. Proactief dus, want voorkomen is beter dan genezen."

Voorbereid op de toekomst

"Om voorbereid te zijn op de toekomst hebben we in 2018 een **continuïteitsplan en crisiscommunicatieplan opgesteld**. Hiermee nemen we veel vragen weg en kunnen we direct in de oplossingsmodus. Mocht er nu een uitbraak of virusaanval zijn, dan kan het crisiscommunicatieteam direct in actie komen en de klanten sneller en adequater te woord staan."

Het blijft een uitdaging; virussen worden steeds groter, sterker en hardnekkiger. Maar door veranderingen aan te brengen in ons proces proberen we steeds beter voorbereid te zijn. Met het continuïteitsplan en PortScanner kunnen we al veel voorkomen. Zijn we altijd 100% voorbereid? Zeker niet. Maar door het crisiscommunicatieteam komen we snel in actie."

"Onze eerste vragen zijn altijd: Wat is de impact voor de klant, waar zit het probleem en hoe lossen we dat zo snel mogelijk op?"



Foto: Christian Keijsers Fotografie

RELATIE-EVENTS BRENGEN KLANTEN EN MEDEWERKERS SAMEN

Eventcoördinator Daniëlle van Neerbos organiseerde samen met haar collega's maar liefst 11 relatie-evenementen in 2017. Van kennissessies tot voetbaldag en van webinars tot lunch & learns. Daniëlle vertelt waarom we graag evenementen organiseren voor onze klanten.



"We doen dit vooral omdat we onze klanten erg waarderen en graag persoonlijk contact met hen hebben. Daarnaast vinden we het belangrijk om ICT-kennis over te dragen over allerlei onderwerpen," zegt Daniëlle.

Een echt trotsmoment was de DataByte Voetbaldag op 6 september. "Maar liefst 61 kinderen van klanten deden hier aan mee." DataByte heeft sowieso veel affiniteit met sport, want op 13 mei fietste een team van 50 klanten en collega's mee met de Koos Moerenhout Classic (KMC). Natuurlijk gehuld in prachtig DataByte-tenue.

Amusement en kennisoverdracht

"De voetbaldag en de deelname aan de KMC zijn mooie relatie-evenementen met veel amusement, maar ook organiseren we bijeenkomsten waarbij kennisoverdracht centraal staat. De eerste bijeenkomst in het nieuwe interieur was op 15 mei en organiseerden we samen met Vermetten Accountants & Adviseurs. Deze inspirerende sessie ging over succesvolle teams. Ook hebben we in 2017 veel webinars georganiseerd over o.a. wifi en VoIP. Leerpunt was dat het aantal deelnemers achterbleef bij onze verwachtingen. We willen daarom komend jaar ons meer richten op het maken van video's i.p.v. webinars. Hierdoor is informatie beschikbaar op het moment dat het (potentiële) klanten uitkomt, in plaats van op een vastgesteld tijdstip."

AFDELING FINANCE: HET GAAT NIET MEER ALLÉÉN OVER GELD, MAAR JUIST VÉÉL MEER OVER DE RELATIE!

Bij de afdeling Finance denk je gelijk aan crediteuren, debiteuren, bankzaken en belastingaangiften. Niet zozeer aan persoonlijke benadering en ontwikkeling. Toch heeft de afdeling Finance, onder leiding van financial controller David den Boef, zich in 2017 gericht op klantbenadering en innovatie.

David: "Op onze afdeling hebben we veel minder direct klantencontact dan andere afdelingen. De uitzondering daarop is debiteurenbeheer, vandaar dat het ons een goede stap leek om daar het directe contact met onze nieuwe klanten te verbeteren. Yvonne Havermans, verantwoordelijk voor de debiteuren, belt de klant op, stelt zich voor en legt uit welke facturen ze van ons gaan ontvangen en wat ze van ons kunnen verwachten. Daarna vraagt ze bij wie ze moet zijn voor vragen over betalingen, disputen en naar wie ze de facturen moet sturen. **Zo is er niet alleen aandacht voor de klant vanuit sales en techniek, maar ook vanuit finance.** Door een persoonlijke band op te bouwen gaat het niet meer alleen om geld, het gaat om de relatie en het verbeteren van de processen om de dienstverlening zo goed mogelijk af te stemmen op de wensen van de klant.

Ontwikkelingen ondanks onderbezetting

Een ontwikkeling als deze gaat niet over één nacht ijs. Vooral omdat de afdeling het in 2017 moeilijk kreeg. "Helaas werd een aantal collega's gelijktijdig ziek, waardoor we lange tijd te kampen hadden met onderbezetting. Toch hebben we alles kunnen bolwerken. Het team moest werkzaamheden snel van elkaar overpakken, hierdoor is het kennisniveau per collega verbreed. We hebben nu minder specialisaties, wat heeft gezorgd voor een breed inzetbaar team met collega's die elkaar helpen", vertelt David trots.



YVONNE

DAVID



TAMARA

DEWY

JOYCE

ONDERZOEK IS ONZE EERSTE STAP NAAR VERBETERING

Onderzoek wordt steeds belangrijker bij DataByte. Ons onderzoeksteam, bestaande uit 3 medewerkers, toetst aan de lopende band de ervaringen van onze klanten. De klanttevredenheidsonderzoeken voeren we al jaren zelfstandig uit. Nieuw is het onderzoek 'Jobs To Be Done' dat we sinds november 2017 gebruiken.

Verbeterpunten zijn nodig voor onze ontwikkeling

Tamara Bruijninx en Joyce Bosmans zijn, naast medewerker customer communications, klanttevredenheidsonderzoekers. Zij benaderen klanten met de vraag wat er goed gaat in de samenwerking, maar willen vooral de verbeterpunten weten. Joyce onderzoekt dit na elk opgeleverd individueel project. Tamara onderzoekt de samenwerking en de dienstverlening structureel. Tamara en Joyce lichten toe: "Regelmatig klanten om hun mening vragen is belangrijk om onze ontwikkeling en verbetering te toetsen. Als een klant een tijd geleden heeft aangegeven dat hij de offertes te lang en onoverzichtelijk vindt, dan moeten we hier iets mee. Peter Quist van BOZ Group gaf onlangs aan dat de facturatie, die over het systeembeheer gaat, uit teveel pagina's bestaat omdat heel de werkbop erop vermeld is.

Als ik zoiets hoor, dan stuur ik het door naar de desbetreffende afdeling. In het geval van de offertes naar Sales Support. Zij passen de offertes aan en na een tijd toets ik bij de klant of hij een verbetering ziet. We nemen klanttevredenheidsonderzoeken af zodat wij er beter van worden en uiteindelijk onze klanten er beter van worden."

"Regelmatig klanten om hun mening vragen is belangrijk om onze ontwikkeling en verbetering te toetsen."

Job To Be Done van elke klant

Dewy Blokvoort, communicatiemedewerker, werkt sinds november 2017 met Jobs To Be Done (JTBD). Een theorie waarin o.a. pijnen, drijfveren, doelen en het proces van aanschaf in kaart worden gebracht. Dewy legt uit: **"Het verschil tussen JTBD en KTO is dat bij KTO de ervaringen van klanten ná de aanschaf van onze producten en diensten in kaart worden gebracht. Jobs To Be Done focust zich meer op de situatie vóór de aanschaf.** We maken inzichtelijk in welke situatie de klant zat en welk proces hij heeft doorlopen voordat hij overging tot het kiezen van een oplossing (product of dienst). Op basis van die informatie begrijpen wij onze klanten beter waardoor we producten en diensten kunnen aanbieden die daadwerkelijk een pijn of probleem oplossen, waarvan de klant misschien zelf niet wist dat hij die had", verklaart Dewy.

Méér meten is nog meer weten

Ons onderzoeksteam is ambitieus. Dewy: "Klanten begrijpen, verbeteren en klanttevredenheid zijn mooie doelen, maar daarin zijn wij niet uniek. We willen net iets verder gaan. We willen onze klanten -en ook niet klanten die bijvoorbeeld onze website of evenementen bezoeken- iets meegeven, hen iets leren, zodat ze iets met die informatie kunnen, mét of zonder de expertise van DataByte.

De uitdaging in onderzoek

Ons onderzoeksteam is het er unaniem over eens: Het is niet altijd even makkelijk om een onderzoek bij klanten af te nemen. Dewy vertelt: "Je vraagt klanten wat van hun kostbare tijd. En afhankelijk van het type onderzoek, zien ze niet altijd na drie seconden resultaat of een kant en klare actie op een presentatieblaadje." Joyce beaamt dit: "Soms willen mensen niet meewerken, dat moet je respecteren." Gelukkig hebben onze onderzoekers genoeg te doen: "Mijn ervaring is dat de meeste klanten de vragen best willen beantwoorden, zolang ik ze het werkelijke doel van het onderzoek uitleg en ze zich in het doel kunnen vinden", besluit Tamara.

ONS ONDERZOEKSTEAM EN HUN ROL IN HET METEN VAN KLANTTEVREDENHEID



Dewy Blokvoort:
onderzoek naar pijnen,
drijfveren en doelen



Joyce Bosmans:
onderzoek tevredenheid
projectoplevering



Tamara Bruijninx:
onderzoek algehele
tevredenheid

**Feedback verwerken,
processen aanpassen,
dienstverlening verbeteren**

EEN GEZAMENLIJK DOEL VOOR KLANTEN EN COLLEGA'S: EEN WARM WELKOM

In 2017 steeg ons klantenbestand met 8% en kregen we er 16 nieuwe collega's bij. Het verwelkomen van deze nieuwe klanten en collega's kan natuurlijk op de eerste werk- of projectdag, maar wij vonden het proces daarvoor ook belangrijk. Miranda van den Enden, p&o medewerker, en Nadia Aarts-Neelen, sales coördinator, hebben het afgelopen jaar gewerkt aan een gezamenlijk doel: een warm welkom voor collega's en klanten!

Achter de schermen zijn we voor je bezig

Zodra iemand klant wordt of in dienst treedt, gebeurt er achter de schermen van alles. Wij zien dat, maar de nieuwe klant of collega nog niet.



Miranda: "We hebben een checklist van 66 punten die we afwerken voordat onze nieuwe collega begint. We regelen bijvoorbeeld de laptop, een telefoon en de eerste interne afspraken. Maar de nieuwe collega ziet dat pas op zijn eerste werkdag. We willen de nieuwe collega laten weten dat we hem of haar verwachten. Daarom hebben we een **kaartje ontwikkeld dat we naar het huisadres sturen voordat hij of zij begint: Loading, your new job!** Dan start je net wat leuker."

Nadia: "En voor onze klanten werkt het hetzelfde. Op het moment dat we een offerte getekend terug hebben, begint het proces voor ons. Achter de schermen zijn we druk bezig om bijvoorbeeld de hardware in te kopen, het project te plannen. Maar de klant weet dat niet. We willen de klant proactief informeren en het eerder gecreëerde vertrouwen voortzetten. Wat zijn we nu voor je aan het doen? Dat vertellen we in het **welkomstkaartje voor klanten.**"

Waarom we een warm welkomstgevoel zo belangrijk vinden

Nadia: "We vinden het belangrijk dat we de **verwachtingen van de klant waar kunnen maken**. En voor nieuwe collega's geldt dat ook. "Een eerste werkdag is voor iedereen spannend. Dan wil je dat alles gewoon goed geregeld is, er moet al een laptop zijn en ze moeten kunnen bellen en mailen. Daarnaast plannen we ook alvast wat eerste interne afspraken voor ze in en worden er een aantal doelen vastgesteld. Dat geeft hem of haar een fijn gevoel: Ik word verwacht en mijn eerste doel is duidelijk. Zo kan onze nieuwe collega zich focussen op het belangrijkste: zijn werkzaamheden", aldus Miranda.

Ralph Rijk, medior netwerk engineer, in dienst per 1 november 2017: "Al mijn vragen werden beantwoord met een glimlach. Vanaf mijn eerste dag is iedereen bij DataByte zeer collegiaal."

Dat warme gevoel blijft!

Maar vaagt dat warme gevoel weg als de welkomstperiode eenmaal over is? Nee, gelukkig niet. Na twee weken is er een gesprek met mede-eigenaar John de Jongh over de kernwaarden van DataByte en krijgt de collega van p&o adviseur Debby een uitleg over zijn Talent Management Analyse. Na de proeftijd volgt er nog een visie en verwachtingen gesprek met John. Daardoor worden verwachtingen helder aan beide kanten. Miranda: "De nieuwe collega mag na de proeftijd nog een nieuwe laptop en een telefoon bestellen. En superleuk: ik vraag ze om een kinderfoto aan te leveren voor onze kinderfotomuur. Als afdeling P&O dragen wij dan het stokje over aan de manager. Die zet het warme gevoel voort."

Ook bij klanten houden we het warme welkomgevoel vast. Nadia: "We bouwen een team op rondom de nieuwe klant en daar kan de klant altijd bij terecht!"



DARINA

ROMANA

DANIËLLE

INNOVATIE



SOLUTION DESIGN WORKSHOP ZORGT VOOR EEN PASSENDE ICT-OPLOSSING

Sinds de zomer van 2017 bieden we de Solution Design Workshop (SDW) aan. Hiermee bekijken we in anderhalf uur tijd, in een interactieve sessie met de klant, naar welke van de vier scenario's passend is bij het vervangen van hun ICT-omgeving. Pre-sales consultants Vincent van 't Hoog en Martijn Brinkman hebben meerdere workshops uitgevoerd en daar successen en leerpunten uitgehaald.



"Op het moment dat er een grote verandering plaats moet vinden in de ICT-omgeving van de klant, bijvoorbeeld als processen veranderen doordat er nieuwe diensten/producten geleverd worden, werkt het goed om een SDW te houden. Hiermee kun je met een relatief kleine groep mensen op een efficiënte manier tot de beste oplossing komen", zegt Vincent.

Op zoek naar het best passende scenario

We starten de workshop door klanten op vijf punten aan te laten geven wat de mate van belangrijkheid is voor het bedrijf.

1 Beschikbaarheid

2 Schaalbaarheid

3 Veiligheid

4 Ontzorging

5 Toegankelijkheid

Vervolgens kijken we welke scenario's passen **op basis van wat de klant heeft aangegeven belangrijk te vinden**. Dat levert interessante discussies op. "Soms denken klanten van tevoren naar de cloud te willen, terwijl ze hebben aangegeven zaken belangrijk te vinden die niet bij dat scenario passen. De cloud is 'een scenario' maar het is niet altijd het beste scenario. Dat komt tijdens de workshop ook goed naar boven. Bijvoorbeeld als het internet niet snel is, of er zware applicaties gebruikt worden zoals 3D-tekenen, dan is een lokaal scenario misschien interessanter. Met de SDW helpen we klanten daar goed over na te denken.

Uiteindelijk komt er een passend scenario uit en krijgt de klant binnen een dag de presentatie toegestuurd, die we ter plekke samen gemaakt hebben. Hierdoor zit het nog vers in hun geheugen en kunnen we vaak snel schakelen," vertelt Vincent.



Martijn: "Door de workshop in de toekomst nog interactiever te maken ontstaat er meer discussie. De klant moet met name aan het woord zijn, zodat wij zo min mogelijk aannames hoeven te doen. Klanten denken dan beter na over hoe hun processen in elkaar zitten en samen komen we daardoor tot het beste scenario."

VIER SCENARIO'S



Bestaande klanten of nieuwe klanten

Vincent vertelt dat het niet uitmaakt of we een SDW bij een bestaande of mogelijk nieuwe klant uitvoeren. "Juist door de SDW ook bij bestaande klanten te doen, zorgen we ervoor dat alle mogelijkheden weer besproken worden. Hierdoor weten we zeker dat ze het beste netwerk hebben dat bij hen past. De SDW houdt ons dus ook scherp!"

Vincent: "Met de SDW krijgen klanten gericht advies, passend bij de situatie aan de hand van de kenmerken die ze vooraf zelf als belangrijk hebben benoemd."

Doorontwikkeling SDW in 2018

"We hebben de workshop in 2017 veelvuldig mogen uitvoeren. Door deze ervaring kunnen we de SDW in 2018 verder verscherpen. Een verbetering die we gaan doorvoeren is dat er wordt ingezoomd op de meerdere werkprocessen die er vaak zijn binnen een bedrijf. Hierdoor is één scenario vaak niet toereikend", zegt Martijn.

WIFI, ZO VANZELFSPREKEND ALS WATER UIT DE KRAAN!

Jeffrey Otte, IT-manager en wifi-expert van het jaar 2017, vertelt over wat er nieuw is in 'wifi-land'. "Wifi innoveert continu", zegt Jeffrey.

Volgens Jeffrey maakt vrijwel elke organisatie tegenwoordig gebruik van wifi. Het is vanzelfsprekend en onmisbaar geworden. De afgelopen paar jaar heeft Jeffrey bij meer dan 75 bedrijven een draadloos netwerk aangelegd of de wifi geoptimaliseerd. "Onze klanten willen in hun hele bedrijf een sterk wifisignaal. Niets is immers zo vervelend als een slecht functionerende wifiverbinding."

Steeds meer wireless apparatuur

Wat is er nieuw op het gebied van 'wifi connectivity'? "Wat je ziet is dat **steeds meer apparaten wireless** worden. Tegenwoordig gebruiken bedrijven niet alleen draadloze computers, telefoons en printers, maar ook draadloze deurbellen, videocamera's, pinautomaten, **productiemachines, robots**, koffiezetapparaten, verwarming, alarmsystemen, geluidsapparatuur en scanners. Het wifisignaal moet krachtig genoeg zijn om al deze apparaten tegelijk aan te kunnen. Bij traditioneel wifi werkt het zo dat elk apparaat om de beurt gebruik mag maken van het signaal. **Met de komst van Wave2 kunnen meerdere apparaten tegelijkertijd gebruikmaken van het signaal.** Verder is er een nieuwe standaard gedefinieerd op wireless gebied, genaamd 802.11AX. Deze standaard maakt gebruik van OFDMA, simpel gezegd meerdere devices met een laag dataverbruik bundelen in de vorm van multi-user."

Voor moeilijk bereikbare plekken ook wifi

Jeffrey zegt dat een goede bereikbaarheid noodzakelijk is: "Onze partner Aerohive introduceert dit jaar 'Atom AP30' waarmee je een apparaatje in een stopcontact kunt prikken in een ruimte waar de wifi zwakker is, de zogenaamde 'blind spots'. Een groot voordeel is dat je dan **geen bekabeling en accesspoints meer hoeft aan te leggen**. Neem bijvoorbeeld onze eigen vergaderruimte 'De Skybox'. Het bereik was hier voorheen niet goed vanwege de bouwkundige constructie. We hebben dit opgelost

door een extra accesspoint te plaatsen. Zo'n 'Atom' was ideaal geweest. Dit had ons enorm gescheeld in de bekabelingskosten."

Lifi nog in de kinderschoenen

Jeffrey enthousiast: "Wat ook interessant is '**lifi (light fidelity)**', waarbij de snelheid vele malen hoger is. Dit bevindt zich nog volop in de testfase, maar ik heb demonstratiefilmpjes gezien waarvan ik erg onder de indruk was. De snelheid van wifi komt nu neer op maximaal 2,3 Gig, maar lifi bereikt snelheden van 234 Gig. Een ander bijkomend voordeel is dat het signaal een **dubbele functie heeft; het geeft licht (dient dus als lamp) en geeft daarnaast een dataconnectie**. Er hoeven dus geen ontsierende accesspoints meer geplaatst te worden op het plafond of muren. De uitdaging van deze methode is wel dat licht niet door muren heen gaat, dus in elke ruimte moet een lifi-punt geplaatst worden."

Kinderziektes er eerst uit

Hoe verhouden de huidige wifinetwerken die je net hebt aangebracht zich tot de nieuwe ontwikkelingen? Jeffrey: "Het begint allemaal met een stabiel standaard wifinetwerk. Voordat al die nieuwste technische snufjes worden geïntroduceerd, zijn we weer een tijd verder. Eerst moeten de kinderziektes er nog uit. Ik kijk naar de wensen en behoeften van elke klant, ook naar hun doelen en de resultaten die ze willen behalen. Klanten moeten wel toe zijn aan de laatste vernieuwing van wifi connectivity."

"Lifi bereikt snelheden van 234 Gig en heeft een dubbele functie. Het geeft licht en ook een dataconnectie."

WIFI BIJ UNIVERSITY COLLEGE ROOSEVELT, EEN UITDAGING

Onlangs heeft Jeffrey een volledig draadloos netwerk aangelegd bij University College Roosevelt in Middelburg: "De wifiverbinding op de campus was niet overal goed. Docenten en studenten konden onvoldoende gebruik maken van hun mobile devices." Jeffrey vertelt dat het best een uitdaging was: "UCR zit in een historisch pand met dikke muren die een goed signaal belemmeren. Dit hebben we opgelost door per ruimte het aantal connecties te bepalen en hierop de accesspoints af te stemmen."



Bekijk de video over het wifi-project bij UCR op: blog.databyte.nl/trouwe-klanten

JEFFREY

AEROHIVE ACCESSPOINTS ZIJN AVG-READY

- De zenders zijn voorzien van TPM chip waardoor alle data versleuteld wordt.
- De data wordt maar 1 maand bewaard in de accesspoints.
- Data wordt maar 6 maanden bewaard in de monitoringtool.

Hierdoor wordt de kans op bijvoorbeeld datalekken aanzienlijk verminderd.

ISDN-LIJNEN VERDWIJNEN, VOIP IS DE OPLOSSING

Alle ISDN-lijnen worden uitgefaseerd, bellen via internet is de toekomst. Dat wisten we al een tijd en daarom bieden we al een aantal jaren Voice over IP (VoIP) aan. In 2017 hebben we echter iets veranderd in onze aanpak, telefonie-expert Sandra de Jong vertelt hierover.



“We vinden het erg belangrijk om mee te denken met onze klanten en te komen met een telefonie-oplossing die perfect aansluit bij hun situatie en organisatie. We merkten echter dat we daardoor wel erg veel maatwerk gingen aanbieden.

Maatwerk is natuurlijk goed, maar heeft ook invloed op de prijs die we kunnen aanbieden. Bij het zoeken naar een oplossing zagen we dat voor **bedrijven onder de 20 werkplekken een pakket met standaard functionaliteiten meestal voldoet.**

De kosten bestaan daarbij uit een vaste maandprijs voor de telefonieomgeving en een vaste maandprijs per gebruiker. De maandprijs is inclusief het gebruik van de hardware. Onze klanten weten daardoor vooraf precies waar ze aan toe zijn,” zegt Sandra.

DIT VINDEN ONZE VOIP KLANTEN



Kees de Mooij

**Kees de Mooij fiets en fitness
Bergen op Zoom**

“VoIP is voor mij de oplossing. De samenwerking en het contact met de telefoniespecialisten van DataByte verliep prima. Het project zelf ging vlot en zonder problemen. Voor ik het wist, beschikte ik over een telefooncentrale, ingesteld zoals ik het wil.”



Bas van der Weij

**Van der Weij assurantien
Chaan**

“Onze telefonie was aangesloten bij KPN, maar dat werkte niet efficiënt. Daarom zijn we overgestapt naar VoIP van DataByte. We hebben nu een goede wifiverbinding, een ingerichte desktopapplicatie en draadloze headsets. DataByte denkt met je mee en staat voor je klaar.”



**LEES MEER OVER ONZE
VOIP-PAKKETTEN OP
DATABYTE.NL/VOIP**

SOFTWARE ZORGT VOOR DIGITALE EFFICIENCY, OOK IN HET ONDERWIJS

Mbo-school het Markiezaat College in Bergen op Zoom besloot in 2017 een partner te zoeken voor het doorontwikkelen van een leerapplicatie waarmee de studievoortgang van studenten in beeld wordt gebracht. De beperkingen van het prototype, waarmee ze tot dan toe werkten, werden zichtbaar. Het team van Martijn Hendriks, manager software, ontwikkelde daarom samen met het Markiezaat College de Studievoortgangsmeter (SVM).



Martijn: "Het Markiezaat College was al klant van DataByte, maar wist niet dat wij ook een software afdeling hebben die nauw samenwerkt met onze onderwijstak Volution. Het komt vaker voor dat onze klanten zich er niet bewust van zijn wat de software afdeling doet of dat er überhaupt een software afdeling is binnen DataByte. Dat is jammer, want wij houden ons bezig met het ontwikkelen van **digitale efficiency oplossingen** en daar heeft ieder bedrijf baat bij."

De Studievoortgangsmeter is hiervan een goed voorbeeld. Het is een **innovatief digitaal 'dashboard'** dat de voortgang van de student in beeld brengt voor zowel student, docent als praktijkbegeleider. SVM toont de voortgang van de student op de onderdelen van het diplomadossier. Je ziet de nominale lijn (gemiddeld tempo van de gemiddelde student landelijk) naast de eigen voortgang. Zo ziet de student voortdurend of hij voor, achter of op schema loopt. Bedrijven, studenten en docenten zien hetzelfde en dat maakt de begeleiding krachtig. Het zorgt ervoor dat ze gericht met elkaar in gesprek kunnen gaan.



Mariska Dijke, Stafmedewerker Onderwijs & Innovatie Markiezaat College: "Teams wilden onderwijskundig en qua gebruikersgemak aanpassingen in de applicatie. We hebben elk schermje samen bekeken en getest in het projectteam waardoor niets een verrassing was. Hierdoor kunnen docenten ook gemakkelijk zelf uitleg geven aan de studenten en leerbedrijven."

Wat is er zo bijzonder aan onze SVM?

"Bijzonder aan onze SVM is dat hij zelfvoorzienend is. Nieuwe studenten worden automatisch toegevoegd, kwalificatiedossiers en keuzedelen worden 24/7 actueel opgehaald bij S-BB (Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven). Daarnaast is ons systeem schaalbaar; het maakt niet uit hoeveel studenten en docenten een school heeft", zegt Martijn.

Team effort

"Ons hele softwareteam heeft aan de SVM meegewerkt. Ook Martine Gorissen en Loes Remmers, die werkzaam zijn voor onze onderwijstak Volution, hebben hun steentje hieraan bijgedragen. Door hun achtergrond in onderwijs konden ze voor ons de vertaalslag maken tussen kennis en techniek."

Eenvoudig uit te rollen bij andere scholen

"De SVM is een leerapplicatie geworden die leren echt zichtbaar maakt. **De applicatie kan eenvoudig ook bij andere scholen uitgerold worden d.m.v. universele koppelingen** met OnStage (volg- en registratiesysteem stages, deeltijdtrajecten en werkperiodes) en S-BB", aldus Martijn.

MEER WETEN OVER DE STUDIEVOORTGANGSMETER?

**GA NAAR:
VO-LUTION.NL/SVM**

SOFTWARE SUCCESVERHALEN

De Studievoortgangsmeter is een mooi voorbeeld waarbij er informatie koppelingen zijn gemaakt tussen diverse systemen. Maar we werken op nog veel meer vlakken aan digitale efficiency. We ontwikkelen hiervoor software, op maat gemaakt.



BOZ Group

Papierloze fabriek

- Touchscreen software
- Inklotsysteem



Otentic

Automatische afhandeling

- Douane informatiesysteem
- Warehousemanagement



Europe Steel Center

Unieke webshop voor staalindustrie

- Koppeling met ERP-systeem
- Klantenportaal met bestelhistorie



Prins Heerlijk

Meer grip op zorg en planning

- Zorg- en onderwijsmanagement
- Planningstool



Feenstra

Klantgericht portaal

- Online klantenportaal
- Cross-selling diensten



ONTWIKKELING



VOLUTION MAAKT VAARDIGHEDEN INZICHTELIJK MET LEERAPPLICATIES

Het is lastig te voorspellen hoe de wereld er over twintig jaar uitziet. Veranderingen gaan razendsnel. Leerlingen worden opgeleid voor banen die nog niet bestaan. Meer dan ooit moeten leerlingen ontdekken waar hun talenten en motivaties liggen. Het inzichtelijk maken van vaardigheden is daarbij essentieel.



“Met ons persoonlijk digitaal portfolio en LOB (Loopbaanoriëntatie en -begeleiding) dossier bieden we scholen en leerlingen de mogelijkheid om zich voor te bereiden op de toekomst waarin vaardigheden een belangrijke rol spelen”, vertelt Martine Gorissen, product owner Volution.

De leerling aan het roer

“Het afgelopen jaar hebben we onze applicaties verrijkt met het inzichtelijk maken van de ontwikkeling van leerlingen op het gebied van vaardigheden. We hebben dit samen met OMO Scholengroep Helmond ontwikkeld. Dit past uitstekend bij onze visie om samen met het onderwijs ‘persoonlijk onderwijs’ vorm te geven en talentontwikkeling van leerlingen te stimuleren.

Om een concreet beeld te krijgen van vaardigheden op verschillende niveaus, is het belangrijk om competenties en rubrics te definiëren. Een rubric beschrijft de verschillende niveaus van een bepaalde competentie (vaardigheid). De uitwerking van competenties in rubrics is het vertrekpunt voor scholen. Het maakt leerlingen duidelijk naar welk niveau ze toewerken. Dit heet formatief toetsen.

Voor het aanleren van vaardigheden is formatief beoordelen belangrijk. Als je weet naar welk niveau je toewerkt (feed up) en waar je zelf staat t.o.v. dit niveau (middels feedback) dan kun je ook bepalen welke leeractiviteiten je moet ondernemen (feed forward) om de doelstelling te bereiken. Door formatief beoordelen worden leerlingen ook meer eigenaar van hun leer- en onderwijsproces.

Binnen onze applicaties kunnen docenten competenties en rubrics koppelen aan opdrachten. Deze opdrachten kunnen ze gepersonaliseerd uitzetten naar leerlingen. Zo krijgen leerlingen een gepersonaliseerd aanbod van opdrachten die passen bij hun talentontwikkeling.

Leerlingen voeren de opdracht uit en geven zelf aan waar ze staan in hun ontwikkeling door de betreffende rubric aan te klikken. Vervolgens geeft de docent op dezelfde wijze aan waar de leerling staat in zijn ontwikkeling. Ook kan de docent aangeven welke leeractiviteiten de leerling nog moet ondernemen om de doelstelling te bereiken. Dit geeft docent en leerling inzicht.”

Projectleider Rodger Zitter van OMO Scholengroep Helmond: “De gemiddelde score per competentie wordt elk leerjaar bijgehouden. Op deze manier ontstaat er een volledig beeld van de leerling. Scholieren kunnen hun portfolio gebruiken om te laten zien wat ze in hun mars hebben. Ze gebruiken daarnaast de informatie uit het portfolio bij het oudergesprek, en voeren zo zelf de regie over dat gesprek. Dit vergroot het eigenaarschap bij de leerling; hij wordt daarmee de regisseur van zijn eigen ontwikkeling”.

Loopbaanontwikkeling

“Omdat ook loopbanen minder voorspelbaar zijn, moeten leerlingen niet alleen ontdekken waar hun talenten en motivaties liggen, maar moeten zij straks ook keuzes kunnen maken om werk te krijgen en houden dat bij hen past. Loopbaanbegeleiding richt zich dan ook steeds meer op het ontwikkelen van loopbaancompetenties om deze ‘loopbaankeuzecapaciteit’, zoals Marinka Kuijpers het noemt, te ontwikkelen. **Marinka Kuijpers is bijzonder hoogleraar ‘Leeromgeving en Leerloopbanen in het (v)mbo’ aan de Open Universiteit.**

Om scholen hierbij nog beter te ondersteunen, bieden we nu ook eigen opdrachten aan rondom loopbaanontwikkeling en keuzevaardigheden. **Per 1 januari 2018 heeft Volution namelijk Uitgeverij Remmers overgenomen en daarmee de LOB methode Keuzedossier.** We werkten al een aantal jaar actief samen met deze uitgeverij. Veel klanten combineerden Keuzedossier al met onze applicatie. Maar vanaf schooljaar 2018-2019 zal de methode opgenomen zijn in de applicatie. Momenteel ontwikkelen we de methode verder door met decanen en mentoren die Keuzedossier al gebruiken.

De applicatie en methode zijn gebaseerd op de vijf loopbaancompetenties van Marinka Kuijpers. Elke les, elk verhaal over of ervaring met werk op school, thuis of in de beroepspraktijk kan bijdragen aan de loopbaanontwikkeling van leerlingen. Deze ervaringen kan de leerling in de vorm van documenten, foto's en filmpjes direct uploaden in het dossier. Zo ontstaat er een persoonlijk overzicht van loopbaangesprekken, ervaringen en activiteiten.

Omdat loopbaanontwikkeling niet stopt na de middelbare school, kunnen leerlingen hun LOB dossier meenemen naar de vervolgopleiding en/of arbeidsmarkt. Dit stimuleert een leven lang leren en laat leerlingen keuzes maken die aansluiten op hun talenten en motivaties”, aldus Martine.

VOLUTION IS HET ONDERWIJSLABEL VAN DATABYTE

Samen met het onderwijs wil Volution persoonlijk onderwijs verder vorm geven en de talentontwikkeling van leerlingen stimuleren. Dit doet Volution door didactiek en technologie met elkaar te verbinden. In de vorm van digitale leeromgevingen, digitaal lesmateriaal, visie ondersteuning, implementatie en trainingen. In co-creatie met scholen en onderwijspartners, met als focus het voortgezet onderwijs en het mbo. **Voor meer informatie over de producten van Volution kijkt u op vo-lution.nl.**



DOOR ONZE PARTNERSTATUSSEN KUNNEN WIJ DE IDEALE ICT-OPLOSSING ADVISEREN

Een goede samenwerking met onze vendoren (merken waarmee we samenwerken) vinden wij erg belangrijk, want het levert onze klanten vele voordelen op. In 2017 heeft inkoop- & binnendienstmanager Johan Zantboer er daarom samen met zijn team voor gezorgd dat onze samenwerking met vendoren nog intensiever werd, door (hogere) partnerstatussen te behalen.

Johan: "Per vendor verschilt het wat je moet doen voor het behalen van een status. Soms gaat het om een online training, maar bij diverse vendoren ga je twee of meer dagen op training en volgt er een afsluitend examen. Er gaan zowel commerciële als technische mensen op training om zoveel mogelijk specifieke kennis op te doen. Bij de Binnendienst is Kees de Vries degene die de meeste commerciële trainingen volgt. Kees is een lopende encyclopedie, hij doet technisch niet veel onder voor de engineers en daar ben ik best wel trots op!"

Zorgvuldig gekozen portfolio

"We hebben per productcategorie een samenwerking met maximaal twee tot drie vendoren. Hierdoor hebben we gespecialiseerde kennis in huis waardoor onze servicedesk bijvoorbeeld snel meldingen en storingen kan oplossen. Ook kunnen we met deze kennis en kunde zorgen voor een optimale installatie in minder tijd.

Natuurlijk houdt onze afdeling Research & Development wel in de gaten welke (nieuwe) merken eventueel goed aansluiten binnen ons portfolio. Hierbij moet het totaalplaatje kloppen. Onze engineers moeten er bijvoorbeeld achter staan, maar ook kijken we naar hoe het zit met levertijden. De kracht van dit zorgvuldig samengestelde portfolio aan producten is dat we optimaal support kunnen leveren", vertelt Johan.

"We houden altijd één doel voor ogen: samen met onze partners de beste oplossing voor onze klant realiseren."

PARTNERSTATUSSEN BEHAALD IN 2017

Dell – Gold status
Microsoft – Gold status
APC – Premier Partner
HP – Gold partner computing,
 Silver partner printing
HPE – Silver Data Center Specialist

3CX – Platinum partnerstatus
SonicWall – Gold status
VMWARE – Solution Provider Professional
Citrix – Citrix service provider
Cisco – Cisco Select Partner
Intel – Platinum partner



JOHAN

KEES

Belangrijkste voordeel van een partnerstatus

"Door het behalen van een partnerstatus zorgen we ervoor dat de samenwerking met een vendor intensiever wordt en dat komt ten goede aan de klant. Zo gaan vendoren bijvoorbeeld met ons mee naar gesprekken bij de klant om tot een optimaal advies te komen. We bundelen onze krachten met die van de vendor om onze kennis en ervaring in bepaalde producten en situaties te verruimen. Altijd met één doel voor ogen: de beste ICT-oplossing voor onze klant realiseren."

Hoe werkt het in de praktijk?

"Storage-oplossingen zijn bijvoorbeeld erg complex, dus kennis van het product en het totale netwerk van de klant zijn erg belangrijk. We willen immers een passende oplossing adviseren waarmee de klant jaren vooruit kan. Onze pre-sales consultants maken een adviesrapport waarin staat welke producten onderdeel zijn van de perfecte oplossing. De afdeling Binnendienst zorgt vervolgens voor een dealregistratie bij de vendor, onze partner, waardoor we verzekerd zijn van een speciale inkoopprijs voor deze specifieke klant. Daarnaast denkt onze partner met ons mee; is het product dat wij adviseren inderdaad de beste optie of zijn er betere alternatieven die zij kunnen bieden? Wellicht dat zij al eerder ervaring hebben opgedaan met dit product bij een andere klant in dezelfde branche. Zo komen we samen met hen tot de ideale storage-oplossing voor deze specifieke klant", besluit Johan enthousiast.



HOE KAN IK ERVOOR ZORGEN DAT JIJ BETER WORDT? DE MANTRA VAN JOHN DE JONGH

Veel bedrijven zeggen ontwikkeling van collega's erg belangrijk te vinden, maar bij DataByte is dat niet alleen iets wat we zeggen, maar iets wat we ook daadwerkelijk in de praktijk brengen. Blijven ontwikkelen is één van onze belangrijkste kernwaarden! Directielid John de Jongh vertelt over zijn passie voor de ontwikkeling van zijn collega's.

John, waarom is de ontwikkeling van collega's zo belangrijk?

"Mijn grootste drijfveren zijn de groei van ons bedrijf en het creëren van ontwikkelmogelijkheden voor collega's. Deze twee gaan hand in hand. Onze ambitie (doorgroeien naar 6 vestigingen en heel Nederland bedienen) heeft 2 kanten. Ik ben er heilig van overtuigd dat een bedrijf alleen kan groeien en ontwikkelen als de collega's ontwikkelen. **Als we optimaal ontwikkelen, kunnen we doen wat wij het liefste doen: continu de klantverwachting overtreffen.**

Hoe is deze ontwikkelvisie ontstaan?

Ik ben erg geïnteresseerd in psychologie, wat drijft mensen en hoe ontwikkelen mensen? Ik lees hier erg veel over. 20 jaar geleden ben ik bij DataByte begonnen als technisch/commercieel medewerker, daarna ging het snel en heb ik mijzelf steeds verder ontwikkeld tot waar ik nu zit. Ook heb ik de organisatie zien groeien. De ontwikkeling die ik heb doorgemaakt brengt mij enorm veel en dit wil ik op onze collega's overdragen. Ik weet inmiddels dat mensen het meest groeien als ze het stuur in eigen handen hebben wat betreft hun ontwikkeling.

John: "Het ergste wat kan gebeuren? Als iemand ergens anders gaat werken omdat hij bij ons onvoldoende mogelijkheden heeft ervaren om te ontwikkelen. Dat doet oprecht pijn bij veel collega's en bij mij. "

Het stuur in eigen handen, vertel daar eens meer over?

Bij iedere organisatie zie je sommige collega's sneller groeien dan andere collega's. Ik ben daar ingedoken en heb gekeken hoe dit kan, want ik wil al onze collega's in hun kracht zetten. Bij sommige collega's stond de leidinggevende in de weg voor zijn ontwikkeling. Daarom werken wij nu met navigators. Een navigator (soort coach/mentor) is iemand die de medewerker zelf kiest en die kan helpen in de ontwikkeling die hij wil doormaken. Op deze manier zit er niets in de weg en zit er geen rem op de ontwikkeling. Het is zo gaaf om te zien wat er gebeurt, door de organisatie heen worden kriskras collega's gecoacht door navigators van andere afdelingen!

Naast de navigators werken wij met een zelfontwikkelgesprek. De medewerker plant zelf eens per kwartaal zijn ontwikkelgesprek in met zijn leidinggevende of navigator en vult het formulier zelf van te voren in. De medewerker zit aan het stuur van zijn ontwikkeling en dus ook van zijn gesprek. Feedback kan hij ook zelf vragen aan collega's via een tool die we hebben ontwikkeld. Op deze manier wordt feedback vragen steeds makkelijker en toegankelijker.

70-20-10, waar staat dat voor?

De ontwikkeling bij DataByte is qua focus anders. Veel bedrijven geven aan dat het gaat over techniek en kennistrainingen. Wij zijn ervan overtuigd dat je het meeste leert **(70%) van de ervaringen en kennis die je opdoet tijdens het werk. Feedback en coaching zorgt voor de andere 20%**. Regelmatig terugkijken en even uitzoomen helpt om jezelf scherp te houden en de juiste koers te blijven varen. **De overige 10% van ontwikkeling komt uit e-learning, certificeringen en training.** Even in de praktijk: een engineer die een Microsoft Azure training doet (10%), leert het pas echt als hij dit voor een klant inricht (70%). En verdiept zijn kennis nog verder wanneer hij hulp krijgt van een collega die hierin ervaring heeft (20%).

Betekent dit dat wij die 10% het minst belangrijk vinden en minder trainingen faciliteren dan andere bedrijven?

Nee, dat zeker niet. Zo hebben wij alle collega's rond de kerst verrast met een nieuw e-learning programma: New Heroes. Dit is een online platform van meer dan 70 trainingen, of beter gezegd leerreizen, op het gebied van soft skills en leiderschap. Met elke stap die je zet, ontdek je iets nieuws. Dat maakt de reis belangrijker dan de bestemming. Om onze collega's nog meer te ondersteunen krijgt iedereen 10% van zijn arbeidsuren per week, per maand om te werken aan zijn ontwikkeling (dus 4 uur per maand bij een 40-urige werkweek).

Leuk al die ontwikkeling, maar is dat dan niet te veel vrijheid/blijheid?

Nee, want **bij DataByte betekent de vrijheid in je ontwikkeling en werk ook verantwoordelijkheid, voortgang en verbetering.** Iedereen krijgt alle vrijheid om zijn functie en ontwikkeling vorm te geven, maar krijgt daarbij direct de verantwoordelijkheid voor de voortgang en het resultaat.

Deze focus op ontwikkeling draagt bij aan ons dagelijkse doel om klantverwachtingen te overtreffen! Collega's ontwikkelen en groeien zodat ze onze klanten nog beter van dienst kunnen zijn!"

GROWTH MINDSET

Geïnspireerd door o.a. Carol Dweck (Amerikaanse psychologe die ontdekte dat er twee mindsets zijn: de statische mindset en de op groei gerichte mindset). Wij hebben in onze organisatie een groeigerichte mindset. "Dat betekent vallen en opstaan en leren van wat je doet! Het niet zien als falen, maar als leren. Continu verbeteren en ontwikkelen, daar worden fouten bij gemaakt. Wij zijn niet bang om te experimenteren. Van alle fouten wordt geleerd en daarmee maken we onszelf beter. Omdat we bij klanten optimaal willen presteren, creëren we continu interne trainingsmogelijkheden om nieuwe producten, werkwijzen en diensten te testen. Op deze manier bereiden wij onszelf optimaal voor op het moment dat we werkzaamheden voor klanten uitvoeren. Precies zoals trainen voordat je een wedstrijd speelt", zegt John.

WERVING & SELECTIE: SAMEN GAAN WE VOOR EEN LANGE RELATIE

Zoals John de Jongh in het voorwoord al zei; in 2017 lag onze uitdaging vooral in het vinden van de juiste nieuwe collega's om aan de vraag te kunnen voldoen. Daarom is in juni 2017 Ciska van den Brink aangenomen als corporate recruiter. Ze vertelt over de stappen die ze sindsdien heeft gemaakt in het werving- en selectieproces.

Ciska, kun je uitleggen wat er veranderd is in het recruitmentproces sinds jouw komst?

"Voorheen lag recruitment vooral bij de managers en bij directielid John de Jongh. Ik heb dit hele proces overgenomen. Tijdens de selectie let ik er voornamelijk op of de kandidaat de juiste competenties heeft voor de functie en of hij/zij past bij onze bedrijfscultuur. De manager van de betreffende afdeling focust voornamelijk op het kennisniveau en op de match met het team. Met mijn komst worden de 'zachte kanten' van functies beter uitgevraagd. Ook heb ik de snelheid en kwaliteit van het wervingsproces kunnen verbeteren. Ik beantwoord de kandidaten na hun sollicitatie zo snel mogelijk en houd frequent contact met ze. Managers deden dit voorheen naast hun andere werk, waardoor een **persoonlijke benadering** niet met alle kandidaten mogelijk was. En dat is iets dat we bij DataByte wel erg belangrijk vinden.

Waarom is de match op persoonlijk vlak zo belangrijk? Is kennis niet veel belangrijker dan gedrag?

Gedrag is moeilijk aan te passen en moet je eigenlijk niet willen aanpassen. Iemand is zoals hij is en dat past wel of niet. Kennis en kunde is wat dat betreft makkelijker aan te leren en bij te spijkeren. De Talent Management Analyse (TMA), waarbij kandidaten 312 stellingen voorgelegd krijgen, helpt mij om het gedrag van kandidaten te analyseren en om de diepte in te gaan tijdens het tweede gesprek. **We vinden het belangrijk dat mensen echt bij ons passen, omdat we met de juiste mensen onze groeiambitie kunnen waarmaken.** Initiatief nemen en blijven ontwikkelen zijn belangrijke kernwaarden in de groeiambitie en de snelheid waarmee dat gaat. De organisatie gaat vooruit, opdrachten moet je

naar je toe trekken in een hoog tempo. Kan je dat niet? Dan kan je minder goed mee in de ambitie en snelheid, dat is niet fijn voor de medewerker en niet voor DataByte.

Hoe gaan sollicitatiegesprekken bij ons?

De gesprekken zijn soms best heftig omdat we dieper op de persoonlijkheid van de kandidaat ingaan dan de meeste organisaties doen tijdens de sollicitatiegesprekken. Wij geven tijdens het gesprek ook al direct feedback, zodat de kandidaat weet waar hij aan toe is. Voorafgaand aan het eerste gesprek geef ik aan hoe de sollicitatieprocedure eruit ziet. Ik vraag altijd of ze het goed vinden dat we het gesprek op die manier gaan doen. Bij DataByte geven we graag het stuur in eigen handen, dus als kandidaten het gesprek heel anders willen, dan kunnen ze dat aangeven. Al wacht ik nog steeds op het moment dat iemand dat doet! Onze sollicitatiegesprekken duren 1,5 uur en we hebben meestal twee gesprekken. Dat is in totaal 3 uur plus nog een TMA die kandidaten moeten invullen. **We willen echt weten wat iemand drijft en waar iemand energie van krijgt.** Als we dit weten, weten we hoe we diegene kunnen blijven motiveren en inspireren.

Hoe zorg je ervoor dat kandidaten open durven te zijn tijdens het gesprek?

Tijdens de eerste 5 à 10 minuten probeer ik een vertrouwde omgeving te creëren door te starten met een rondleiding en even over koetjes en kalfjes te praten. Daarnaast spreek ik iedereen eigenlijk al telefonisch voordat ze op gesprek komen.

Mijn contact hou ik altijd zo informeel en laagdrempelig mogelijk, zodat ze zich bij mij al veilig voelen.

Ik ga ook altijd naast de kandidaat zitten tijdens het gesprek om op die manier vertrouwen te geven. Al kan ik ook behoorlijk pittige vragen stellen tijdens de gesprekken als het vertrouwen eenmaal gegroeid is hoor.

Kandidaten zijn ook echt welkom. Hun naam staat op het welkomtscherm als je bij ons de trap oploopt en ze worden hartelijk ontvangen door onze collega's van de receptie. **Onze website werkenbijdatabyte.nl met persoonlijke blogs en beelden helpt ook bij het creëren van een vertrouwd gevoel.** In de vacaturetekst linken we vaak door naar blogs van de medewerker van de maand. Hierdoor maken ze **alvast 'kennis' met hun wellicht toekomstige collega's.**

Wanneer voel jij je trots?

Als ik iemand heb aangenomen en ik zie dat diegene helemaal op z'n plek zit. Ik vind het ook leuk om bij de manager en collega in het begin even langs te lopen om te vragen hoe het gaat en om te kijken of er nog zaken spelen waarbij ik kan helpen. Iemand aannemen is stap één, maar dan begint het eigenlijk allemaal pas."

**GA NAAR
WERKENBIJDATABYTE.NL
VOOR ONZE VACATURES**

CISKA

