TU | TRANSFORMATIE

05 Business in beweging

lezen

01 Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Hoe de MVO-visie van Technische Unie vorm kreeg | Wat levert afvalscheiding op? | TU Campus traint klanten | Met C2A naar de Zuidpool

lezen

02 HR

Feiten en cijfers TU 2018 | Naar school in de zomer? | Hoe TU dit jaar weer Top Employer werd

lezen

03 Van Egmond Groep

Intranet voor het groepsgevoel | Een CRM-pakket met super powers | Van Egmond de beste! | Artikelnummers scannen met WeX | Tevreden medewerkers | Feiten en cijfers VEG 2018

lezen

04 Ubel

Ubel heeft een nieuw logo. Speciaal voor mannen die dagelijks grote afsluiters op dikke leidingen lassen.

lezen

05 Transformatie

Hoe met de IT-transformatie ook de business veranderde | De rol van 24/7 support bij WMS | KSP: meer beheersbaarheid, inzicht en overzicht | Met DPS4 naar de honderdduizend orderregels

lezen

06 Marketing & E-business

De zoekmachine van de TU-website kreeg een complete make-over met Verkoop in het testpanel | Zo ziet onze ideale vestiging eruit

lezen

07 Verkoop2020

Hoe twee verkoopkantoren één werden en de commerciële binnendienst twee rollen kreeg: de collega's in Den Haag weten er alles van.

lezen

08 TU merkstrategie

Over de totstandkoming van 'De Mogelijkmakers' en wat we met deze slogan gaan bereiken.

lezen

09 Sonepar NL

Met het programma Compass is compliance echt op de kaart gezet.

lezen

Mogelijk gemaakt door

Deze versie van het Sonepar Sociaal Jaarverslag is mede tot stand gekomen door de inzet van een enthousiast team van de volgende onderdelen van Sonepar.

Technische Unie A Sonepar Company | UBEL A Sonepar Company | VAN EGMOND GROEP A Sonepar Company

MVO is veel meer dan het scheiden van afval

Wat betekent maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) voor Technische Unie? Waar richten we ons op? En welke doelen stellen we onszelf? Op deze vragen kwam in 2018 antwoord: in december keurde het MT de visie op MVO goed. MVO manager Ariane van Dijk: "We hebben de versnelling erop gezet."

samen meer mogelijk maken
technische unie

Hoe begon het jaar 2018 voor jou?

"Aan het begin van het jaar heb ik in het MT gepresenteerd hoe we MVO zouden moeten aanpakken. We deden al een aantal dingen, maar we hadden nog geen eigen visie: wat vinden wij als Technische Unie van duurzaamheid en circulariteit? Daarnaast wilden we minder en krachtiger KPI's. 2018 moest het jaar worden van bewustwording creëren, een visie opstellen en KPI's bepalen."

Ik herinner me een MVO-enquête…

"Klopt! Voor de interne bewustwording, en ook om een nulmeting te doen, hebben we een enquête gehouden. Om te kijken wat men weet, hoe men erin staat, hoe enthousiast mensen zijn, waar ze vinden dat we mee moeten beginnen. De respons op de enquête was hoog: 33 procent. En het coolst was: 200 collega's gaven aan dat ze actief wilden meehelpen."

Hoe kreeg de visie intussen vorm?

"Vlak voor de zomer werd vanuit verschillende hoeken geconstateerd: het is taaie materie, we moeten in de versnelling. Toen hebben we in klein teamverband – Petra de Vreede (Manager Marketing & Communicatie), Chantal Dekker (Campagne Manager Marketing) en ik – een pressure cooker traject opgezet om te komen tot een veel concreter plan voor MVO. Dat is de visie geworden die het MT in december heeft goedgekeurd."

En die visie ziet er zo uit…

Medewerker & maatschappij	Bedrijfsvoering & logistiek	Waardecreatie & commercie
Inclusiviteit	Afval	Oplossingen en dienst-verlening
Gelukkig en gezond	Energie	Communicatie en informatie
Sociaal en betrokken	Facilitaire inkoop	Inkoop en producten

Kun je de visie kort uitleggen?

"Het MVO-beleid rust op drie pijlers: **Medewerker & Maatschappij, Bedrijfsvoering & Logistiek en Waardecreatie & Commercie.** Eigenlijk de TU-vertaling van people, planet en profit. Binnen elke pijler hebben we drie thema's benoemd. En daar hebben we weer concrete projecten aan gekoppeld. Met een aantal konden we al snel aan de slag. In 2019 gaan we de andere projecten in gang zetten."

Nu denken veel mensen vast aan afvalscheiding

"Ja, dat onderwerp werd in de MVO-enquête vaak genoemd en ik kreeg er ook mails over. Afvalscheiding is heel zichtbaar en relatief gemakkelijk te realiseren. Met Raimond Streefkerk heb ik gekeken wat nodig was om op afvalscheiding over te gaan. We hebben het gefaseerd aangepakt. Inmiddels zijn alle vestigingen behalve DC Alphen aan den Rijn over op afvalscheiding."

Meer over afvalscheiden

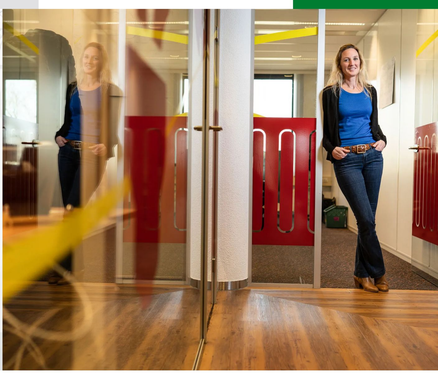
Maar MVO gaat niet alleen over milieu, toch?

"Nee, zeker niet. MVO houdt ook in dat je een inclusief HR-beleid hebt. HR-adviseur Dorine van Bockel kwam er bijvoorbeeld achter dat we bij Technische Unie best veel mensen in dienst hebben met een afstand tot de arbeidsmarkt. Zij heeft zich er enorm voor ingespannen om daar een certificaat voor te krijgen. En dat is gelukt. We zijn helemaal doorgelicht en nu staan we op trede 1 van de Prestatieladder Sociaal Ondernemen."

Wat is de PSO?

Zijn we op de goede weg en gaat het snel genoeg?

"We hebben in 2018 versnelling aangebracht door een nieuw programma op de agenda en goedgekeurd te krijgen. Dat heeft meteen geleid tot projecten die we nog dit jaar gaan uitrollen. Ik vind dat een positieve ontwikkeling. Tegelijkertijd vind ik dat het sneller kan en moet. Onze klanten houden goed in de gaten wat wij aan MVO doen en baseren daar hun keuzes op. Het is aan ons om aan hun wensen te voldoen en ze zelfs een stap voor te zijn."



Wist je dat…

In 2018 maar liefst **79 procent van ons afval gescheiden** is opgehaald?

We vorig jaar alle plastic bekers en roerstaafjes hebben vervangen door **papieren bekers en roerstaafjes?**

Dat we trede 1 hebben behaald van de Prestatieladder Socialer Ondernemen, onder andere omdat **2,8% van onze medewerkers een afstand heeft tot de arbeidsmarkt?**

We vorig jaar **102.139 kilo aan elektrische apparatuur van klanten** hebben ingezameld voor recycling, waarvan tl-buizen met 41.661 kilo de koploper zijn?

Dat de meeste kilo's (7.216 kg) zijn binnengebracht op **ons overslagpunt in Alphen aan den Rijn,** maar dat wij in al onze servicecentra elektrische apparaten van klanten inzamelen?

Dat we **4 elektrische vrachtwagens** hebben rondrijden voor leveringen in de binnenstad van Amsterdam (3) en Rotterdam (1) en **1 elektrische bestelwagen** die dagelijks levert in het centrum van Amsterdam?

Dat ABB, TU en Engie samen werken aan **circulaire noodverlichting?**

AFVAL SCHEIDEN

"Ik zie iedereen ontzettend zijn best doen."

Het is even wennen: geen prullenbak meer onder je bureau, maar een wandeling maken naar de 'milieustraat' om je afval gescheiden weg te gooien. Alleen al in Amstelveen besparen we daarmee 250 duizend plastic zakjes per jaar. Maar… waarom zien we de afvalverwerker soms toch een zak plastic bij het restafval kiepen? Contractbeheerder Raimond Streefkerk vertelt over de haken, ogen én successen van het afval scheiden.

samen meer mogelijk maken
technische unie

Hoe kwam de afvalscheiding tot stand?

"Ik ben eerst met Ariane van Dijk, onze MVO manager gaan praten. Onze missie was: alle prullenbakken weg. In plaats daarvan wilden we een milieustraat – een rijtje van vier bakken voor rest, plastic, gft en bekers – en in de winkels een zogenaamde Paxa voor bekertjes en een losse restafvalbak. In de verkoopkantoren hebben we ervoor gekozen om een milieustraat in het kantoor en één in de kantine te plaatsen. En toen zijn we gaan uitrollen, met alle uitdagingen van dien."

Hoe ging dat?

"Je weet van tevoren: de mensen die enthousiast zijn doen sowieso mee. Verder hebben we goed gecommuniceerd met leidinggevenden en ook met de schoonmaak en de afvalverwerker. Natuurlijk ging niet alles meteen goed. De schoonmaak gooide soms toch alles in de restafvalcontainer. Bij de overslagpunten waren soms geen zakken voor in de plasticcontainers. Dan neemt de afvalverwerker het simpelweg niet mee. En er belandt afval in de verkeerde bakken."

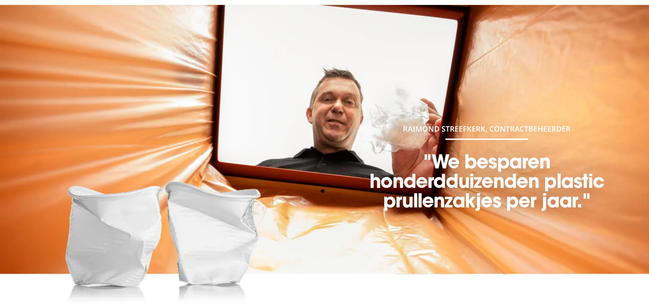
"Wat veel werk" hoor ik collega's wel eens zuchten. Maar is dat echt zo?

Wat zijn favoriete vergissingen?

"Servetjes. Dat is restafval, en geen papier. En stel dat je een boterhamzakje weggooit met een korst erin, dan moet de korst bij het gft en het zakje bij het plastic. Als het plastic te sterk vervuild is met ander afval, gooit de afvalverwerker het namelijk bij het restafval. 'Wat veel werk' hoor ik collega's wel eens zuchten. Maar is dat echt zo? Ik vind het wel meevallen."

Zie je er beweging in komen?

"Ja, zeker. We zijn in november gestart en het begint nu echt te leven. Collega's wijzen elkaar erop wat ze waar moeten weggooien. In de kantine in Amstelveen zie ik iedereen ontzettend zijn best doen. Ik krijg ook weinig vragen en klachten. Dat zie ik maar als een teken dat bijna iedereen weet wat-ie moet doen."



RAIMOND STREEFKERK, CONTRACTBEHEERDER

"We besparen honderdduizenden plastic prullenzakjes per jaar."

We zijn natuurlijk heel benieuwd naar wat het oplevert...

"We besparen honderdduizenden plastic prullenzakjes per jaar, alleen al in Amstelveen 250 duizend. Omdat we gft en plastic apart inzamelen hebben we veel minder restafval voor de verbrandingsoven. Door het stapelen van de bekertjes is het volume veel kleiner. De eerste echte cijfers krijg ik in april, als we een volledig kwartaal achter de rug hebben. Dan gaan we zien wat onze inspanningen écht hebben opgeleverd."

Wat valt er nog te winnen?

"We scheiden nu op alle locaties van Technische Unie het afval, behalve in DC Alphen aan den Rijn. Daar lopen we nog tegen logistieke uitdagingen aan die we eerst willen oplossen. Verder worden de bekers wel apart opgehaald, maar ze worden nog niet gerecycled. Daar willen we ook iets aan doen. Tot het zover is zeggen we: gebruik ze vaker dan één keer! Daarmee kunnen we zo'n 15 procent besparen."

Waarom afval scheiden?

"Jaarlijks produceren we met z'n allen binnen Technische Unie meer dan 480.000 kg restafval. Dat is te vergelijken met 137 vrachtwagens vol. Met de nieuwe afvalstations scheiden we dit restafval direct aan de bron en bieden het ook gescheiden aan bij de afvalverwerker. Zo kan het afval geschikt worden voor productergebruik (je eigen koffiebeker), materiaalhergebruik (plastic, papier) of gebruikt worden als brandstof. Het is één van de stappen in de overgang naar een circulaire economie."

Wat gebeurt er met onze keurig gescheiden afvalstromen?

Plastic

De verschillende soorten plastic worden van elkaar gescheiden. Vervuild plastic wordt uit de recyclebare stroom verwijderd. De recyclebare stroom wordt daarna geshredderd, verder gesplitst en verwerkt tot korrels. Dit is grondstof voor nieuw plastic.

GFT

Het groene / organische afval kan twee kanten op. Het kan in een composteerinstallatie worden verwerkt tot compost voor de landbouw. Of het gaat een biogasinstallatie in. Daar wordt het vergist tot biogas, dat weer kan worden omgezet in elektriciteit en warmte.

Restafval

Restafval wordt verbrand in een afvalverbrandingsinstallatie. De warmte die hierbij vrijkomt wordt vaak gebruikt om elektriciteit op te wekken. Soms wordt restwarmte gebruikt om huizen te verwarmen. Toch is verbranden de meest milieuonvriendelijke verwerkingsmethode. Daarom willen we restafval zo veel mogelijk voorkomen.

samen meer mogelijk maken
technische unie

Clean 2 Antarctica

2018 was het jaar van de waarheid voor Clean2Antarctica. Een jaar van voorbereiden, testritten in IJsland en aanpassen van het voertuig. Om uiteindelijk op reis te gaan.

Eind november 2018 zetten Edwin en Liesbeth ter Velde voet aan wal op het continent Antarctica. Of beter: met een van ‘ Het de Solar Voyager – gebouwd van afvalplastic en volledig gedreven door zonne-energie – begonnen ze aan hun barre tocht. Eindbestemming: de Geografische Zuidpool. Doel: laten zien dat afval niet bestaat maar dat het een waardevolle grondstof is! Beleef hun tocht nog één keer mee in foto en video.

C2A het jaar in vogelvlucht

MAART
Het team is voor een tweede serie tests op IJsland. In de bergen bij Reykjavik testen ze zaken als: houdt de Solar Voyager het in de sneeuw? Blijft de watermaker het doen? Werkt de boordcomputer? Functioneert de satelliettelefoon voor contact met het Mission Control Center?

MEI
Wavin, Nefit en Grundfos sluiten zich, naast Technische Unie, Philips, Draka en ABB ook aan als partner van Clean2Antarctica.

JUNI
De Solar Voyager mag dan functioneren in de sneeuw, maar rijdt hij ook goed over hobbelig terrein? Om dat te testen laten Edwin en Liesbeth het voertuig deze zomer en paar keer uit langs de duinen van IJmuiden.

AUGUSTUS
Tallship De Morgenster vertrekt uit Amsterdam voor haar eerste van drie tochten. Aan boord studenten die, onder de noemer Quest for Change, nadenken over duurzame oplossingen. Deze eerste tocht staat in het teken van de chemische industrie.

NOVEMBER
De Solar Voyager is per vrachtschip onderweg naar het zuiden. Ook Edwin, Liesbeth en het volgteam reizen naar het zuidelijkste punt van Argentinië. Vanaf daar vliegen ze eind november, mét de Solar Voyager in het vrachtruim, naar de Zuidpool waar ze landen op de Union Glacier. Daar zorgt een klein incident voor enige vertraging – bij het uitladen van de Solar Voyager blijken twee ringen niet bevestigd waardoor een wiel losraakt. Maar dan komt het bericht: we rijden!

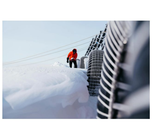
DECEMBER
De ene na de andere prachtige foto of video bereikt ons vanaf Antarctica. Het team trotseert poolwind, sneeuwvlagen, extreme sneeuw, donkerte en vooral kou. Gelukkig schijnt de zon ook af en toe. De Geografische Zuidpool bereiken ze niet door het extreem barre weer. Maar de doelstelling – een maand overleven op duurzame energie én laten zien dat afval niet bestaat – is bereikt.

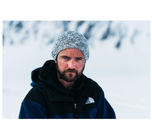
JANUARI 2019
Het team landt veilig op Schiphol. Daarmee is Clean2Antarctica nog niet afgelopen. Tallship De Morgenster begint eind januari aan haar terugtocht van Sint-Maarten naar Nederland. Een verse groep studenten denkt tijdens de tocht na over een vraagstuk uit de installatie-branche, speciaal voor Technische Unie.

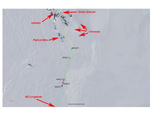
Zo ver het oog reikt stralend wit

Edwin bepaalt zijn positie in witte landschap met winkel en orientatiepunten, met de sextant.

-30°C Als de zon maar schijnt!







Kom uit je comfort zone, omarm het ongemak, ga het avontuur aan

Vanaf het Plateau van Antarctica, middenin een sneeuwstorm die al dagen duurt, blikt Edwin terug op zijn reis en voorzut naar een duurzame toekomst. Ook voor Technische Unie heeft hij een belangrijke oproep!

samen meer mogelijk maken
technische unie

TU CAMPUS DUURZAAMHEID

'Ze nemen nu vol vertrouwen een PV-klus aan'

Leren over duurzaamheid doe je bij Technische Unie! Niet alleen als medewerker, maar ook als klant. Onder de vlag van TU Campus geven we sinds 2018 trainingen aan onze klanten op het gebied van PV en warmtepompen. Kijk mee in Zwolle, waar de deelnemers sleutelen in de meterkast en één deelnemer in het bijzonder blij is met deze training.

samen meer mogelijk maken
technische unie

FACTS & FIGURES

TECHNISCHE UNIE

Op deze pagina vind je alle HR-cijfers van Technische Unie.

Hoeveel collega's hadden we in 2018? Hoeveel mannen en hoeveel vrouwen? Wat was de gemiddelde leeftijd en hoe lang werkten collega's gemiddeld bij ons? Je leest het in het HR-overzicht van 2018.

Collega's per bedrijf
in aantallen medewerkers

2147 TU

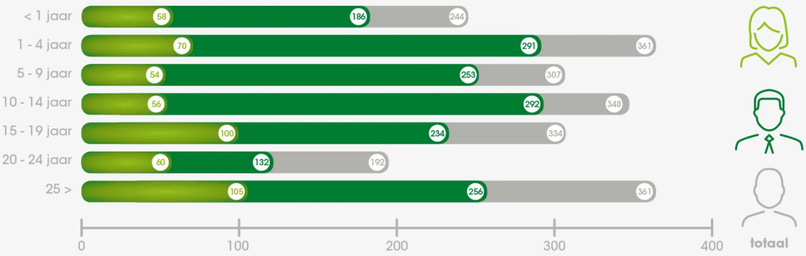
1956,8 FTE

Opbouw naar geslacht
in aantallen medewerkers

1644

503

Opbouw naar diensttijd
in jaren



Gemiddelde diensttijd
in jaren

14,8

12,7

Fulltime
in aantallen medewerkers

Parttime
in aantallen medewerkers

In en uit dienst
in aantallen medewerkers

255

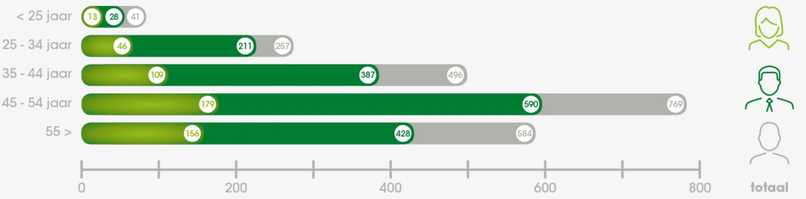
171

Gemiddelde leeftijd
in jaren

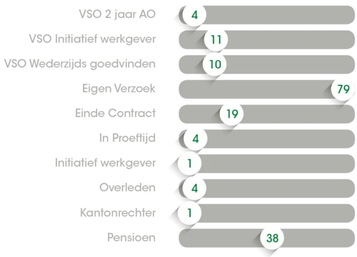
48,2

46,9

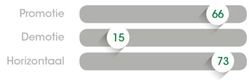
Opbouw naar leeftijd
In aantallen naar leeftijdscategorie



Uitstroom naar reden
in aantallen medewerkers



Doorstroom naar interne functies
in aantallen medewerkers



Stagiaires
in aantallen

81

samen meer mogelijk maken
technische unie

Een pluim voor ons HR-beleid

In 2018 mocht Technische Unie zich al Top Employer noemen en ook voor 2019 hebben wij dit mooie keurmerk weer gekregen. Zelfs met een hogere score dan vorig jaar.

Het Top Employer certificaat is hét bewijs dat we ons HR-beleid goed hebben ingericht. Steeds beter zelfs: scoorden we vorig jaar nog **68%** van de punten, dit jaar is dat **71%.**

samen meer mogelijk maken
technische unie

SUMMER SCHOOL

Wijzer over duurzame inzetbaarheid

De Summerschool stond dit jaar in het teken van duurzame inzetbaarheid. Tachtig collega's lieten zich een dag lang onderdompelen in thema's als (werk)stress, succesfactoren, werk-privé-balans, goede voeding en kantoorgewoontes.

Summerschool

De Summerschool is een jaarlijks terugkerende inspiratiedag voor iedereen binnen Technische Unie, georganiseerd door Opleiding & Ontwikkeling. Voor veel collega's een mooie kans om even uit de dagelijkse realiteit te stappen, collega's te ontmoeten en samen in een relevant thema te duiken. En natuurlijk om de geleerde lessen mee terug te nemen naar de werkvloer.

Wat nam jij mee van de Summerschool?

Bianca Bollegraf

PRODUCTMARKETING MANAGER INKOOP HANDELSGROEP

"Wat ik vooral uit deze dag heb gehaald, is hoe belangrijk het is om binnen een team een vaste routine te hebben in de dagelijkse operatie en processen goed vast te leggen. Dat klinkt misschien afgezaagd, maar het tegendeel is waar. Hoe beter je in de basis zorgt dat zaken goed geregeld zijn, hoe meer ruimte er ontstaat voor vooruit denken en creativiteit."

Alwin Elfferich

COMMERCIEEL SPECIALIST SANITAIR & VERWARMING

"Voor mij was de belangrijkste les: voorbereiden! Zorg dat je de randzaken goed geregeld hebt. Dan kun je aandacht besteden aan zaken die er echt toe doen. En zorgen voor een goede werkverdeling, waarbij je gebruik maakt van elkaars kwaliteiten. Dat was eigenlijk ook wat tijdens de presentatie in de ochtend naar voren kwam, een presentatie van een trauma-arts. Voorbereiden, trainen, samenwerken en vertrouwen hebben in elkaar."

Margit Demmendaal-Noll

MEDEWERKER LOGISTIEK SERVICE BUREAU
ALPHEN AAN DEN RIJN

"Omdat ik overspannen ben geweest, doe ik al veel dingen anders dan vroeger. Ik let op mijn voeding, ik sport veel, ga om half vijf echt naar huis en geniet enorm van mijn gezin en kleinkind. Ik zit op de goede weg. Wat ik vooral uit deze dag heb gehaald is dat we elkaar binnen Technische Unie veel meer kunnen steunen om het anders te gaan doen. Ga het gesprek eens aan: hoe gaat het met je? Communicatie wordt vaak genoemd en het is echt van essentieel belang! Ikzelf leerde ook om mijn grenzen aan te geven en geen verantwoordelijkheid op me te nemen die niet bij mij hoort."

samen meer mogelijk maken van egmond groep

Een CRM-pakket met SUPER POWERS

Vorig jaar maakte Van Egmond Groep een flinke efficiëntieslag met de introductie van een CRM-pakket. Waar vroeger de informatie over een klant verspreid was over drie systemen, heb je nu in een paar muisklikken een compleet overzicht.

Thijs Bus, projectleider vat de oude situatie rond de klantgegevens kernachtig samen: “Het was omslachtig, gegevens raakten vervuild en de twee bv’s binnen Van Egmond Groep waren niet altijd op de hoogte van elkaars activiteiten.”

“We hadden drie systemen met klantgegevens”, vult Martin Kappers, Manager verkoop binnendienst aan. “De telefooncentrale, een ERP-pakket en een applicatie voor relatiebeheer. Bij elke nieuwe klant en elke mutatie moesten we dus drie keer iets aanpassen. Dat was driedubbel werk, en als het niet consequent gebeurde kwamen gegevens niet meer overeen. Bovendien kon het gebeuren dat de groothandel en industriële automatisering van elkaar niet wisten wat er met één en dezelfde klant besproken was.”

Gebruikersvriendelijk

Dat moest dus anders, beter, efficiënter. En dat is het nu ook, want sinds eind vorig jaar werkt het hele bedrijf met één CRM-pakket: SuperOffice. Martin en Thijs waren de drijvende krachten achter de keuze voor SuperOffice, waarbij één principe duidelijk voorop stond: gebruikersvriendelijkheid.

Alles staat erin

De voordelen van SuperOffice zijn groot, zegt Thijs: “Onze collega’s hebben binnen een paar klikken alle gegevens van een klant bij de hand, van bezoekverslagen en uitgebrachte offertes tot e-mailcommunicatie, contractafspraken en leveringsvoorwaarden. Een 100%-klantbeeld noemen we dat.”

Ook de klant vaart er goed bij, vult Martin aan: “Hij wordt sneller geholpen. Stel dat onze technische support-collega’s bij een klant zijn geweest en een advies hebben uitgebracht. Als de klant dan later de binnendienst belt met een vraag, dan hoeft die collega niet bij technische support informatie op te halen. Want alles staat in SuperOffice.”

Fase 1, fase 2

SuperOffice werd in twee fases uitgerold. In juni eerst de groothandel, in november volgden industriële automatisering en inkoop. Een bewuste keuze, zegt Martin. “De groothandel ontwikkelt de meeste klantgerelateerde activiteiten. Bovendien konden we tijdens de eerste fase allerlei kinderziektes oplossen, zodat de tweede fase soepeler zou gaan.”

Laten zien dat het werkt

Thijs: “Want kinderziektes heb je altijd. Ook heb je altijd een kleine groep mensen die het lastig vindt om met een nieuwe applicatie te werken. Daarom hebben we er heel bewust voor gekozen om mensen te overtuigen van de voordelen, als het moest zelfs in één-op-één-sessies.”

Dankzij die aanpak werkt 85 procent van de medewerkers nu met SuperOffice, een cijfer waar Martin en Thijs heel blij mee zijn. En dat hoop geeft voor het vervolg, want, besluit Martin: “We werken al aan uitbreiding van de functionaliteiten, zoals de offerte-flow en het klachtenproces.”

samen meer mogelijk maken
van egmond groep

Van Egmond Groep is de beste logistieke dienstverlener in de industrie

HANS DE CROON, COMMERCIEEL DIRECTEUR

“In 2017 werden we al tweede en eind 2018 mochten we de prestigieuze Dutch Industrial Supplier & Customer Award dan echt in ontvangst nemen. Van Egmond Groep werd eerste in de categorie Best Logistics Supplier. Het bijzondere aan deze prijs is dat onze klanten ons tot winnaar hebben uitgeroepen. Juist daarom zijn wij super trots! Wij gaan uit van een gelijkwaardig partnerschap met onze klanten en richten daar onze manier van werken op in. We stellen de klant centraal bij alles wat we doen en daar hebben wij ons succes dan ook aan te danken. Wat deze DISCA-award ook speciaal maakt, is het feit dat we het in de finale opnamen tegen sterke concurrenten, onder wie Itsme. Dankzij deze prijs kunnen we onszelf verder op de kaart zetten. De DISCA-award is een bevestiging van onze aanpak en een aansporing om onze dienstverlening voort te zetten en uit te breiden.”

link Magazine
DE VERBINDING TUSSEN TECHNOLOGIE, MARKT EN MENS

DISCA’18
Dutch Industrial Suppliers & Customer Awards 2018

MEDEWERKERSTEVREDENHEIDSONDERZOEK

Tevreden medewerkers bij Van Egmond Groep

samen meer mogelijk maken
van egmond groep

Van Egmond Groep hield voor het eerst in haar bestaan een medewerkerstevredenheidsonderzoek en scoorde een ruime voldoende. Het management is daar blij mee, maar ziet ook ruimte voor verbetering.

Dat hadden ze nog nooit gedaan...

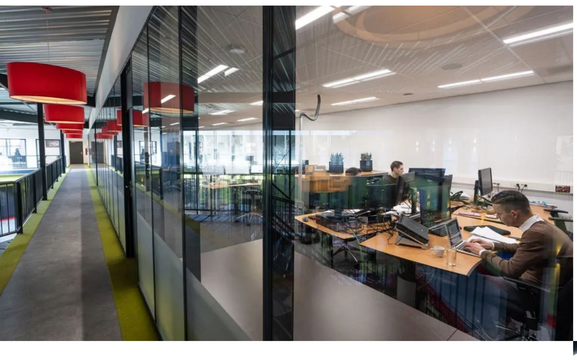
...bij Van Egmond Groep, **een medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO).** Maar het werd echt tijd, zegt Financieel directeur Robert Laan. Samen met Senior HR-adviseur Margreet Wassink was hij projectleider van het MTO. “Het management wilde graag weten hoe we ervoor staan, en de OR ook. Natuurlijk weten beiden heus wel wat er speelt, maar aan de hand van een MTO kun je echt diep en systematisch uitzoeken wat de aandachtspunten zijn.”

Van Egmond wilde ook aansluiten bij Technische Unie, waar MTO’s al jaren heel gewoon zijn. Daarom zette het bedrijf Effectory in, het onderzoeksbureau waar Technische Unie al langer zaken mee doet.

Robert Laan,
Financieel directeur

Mooie opkomst

Over de ‘opkomst’ is Robert heel tevreden. Maar liefst 92 procent van de medewerkers vulde de vragenlijst in. Ter vergelijking: het landelijk gemiddelde is 72,3 procent. Ook over de resultaten (overall een dikke 7) is Robert goed te spreken, al plaatst hij wel een kanttekening.



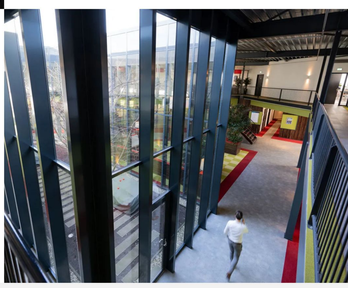
Wake-up call

“De laatste jaren hebben we veel ontwikkelingen doorgemaakt”, zegt hij. “We zijn overgenomen door Sonepar, hebben zelf EMG van de Meerakker overgenomen en zijn in vier jaar tijd gegroeid van 85 naar 160 medewerkers. In die zin is het een goed cijfer en vergelijkbaar met het gemiddelde in Nederland. Maar er is wel een duidelijk verschil in tevredenheid tussen de medewerkers op kantoor en die in de logistiek en paneelbouw. Ik vind dat op zich niet gek, want die verschillen zie je overal. Maar het was voor ons toch een *wake-up call* dat we iedereen bij de veranderingen moeten betrekken.”

Op naar de 8

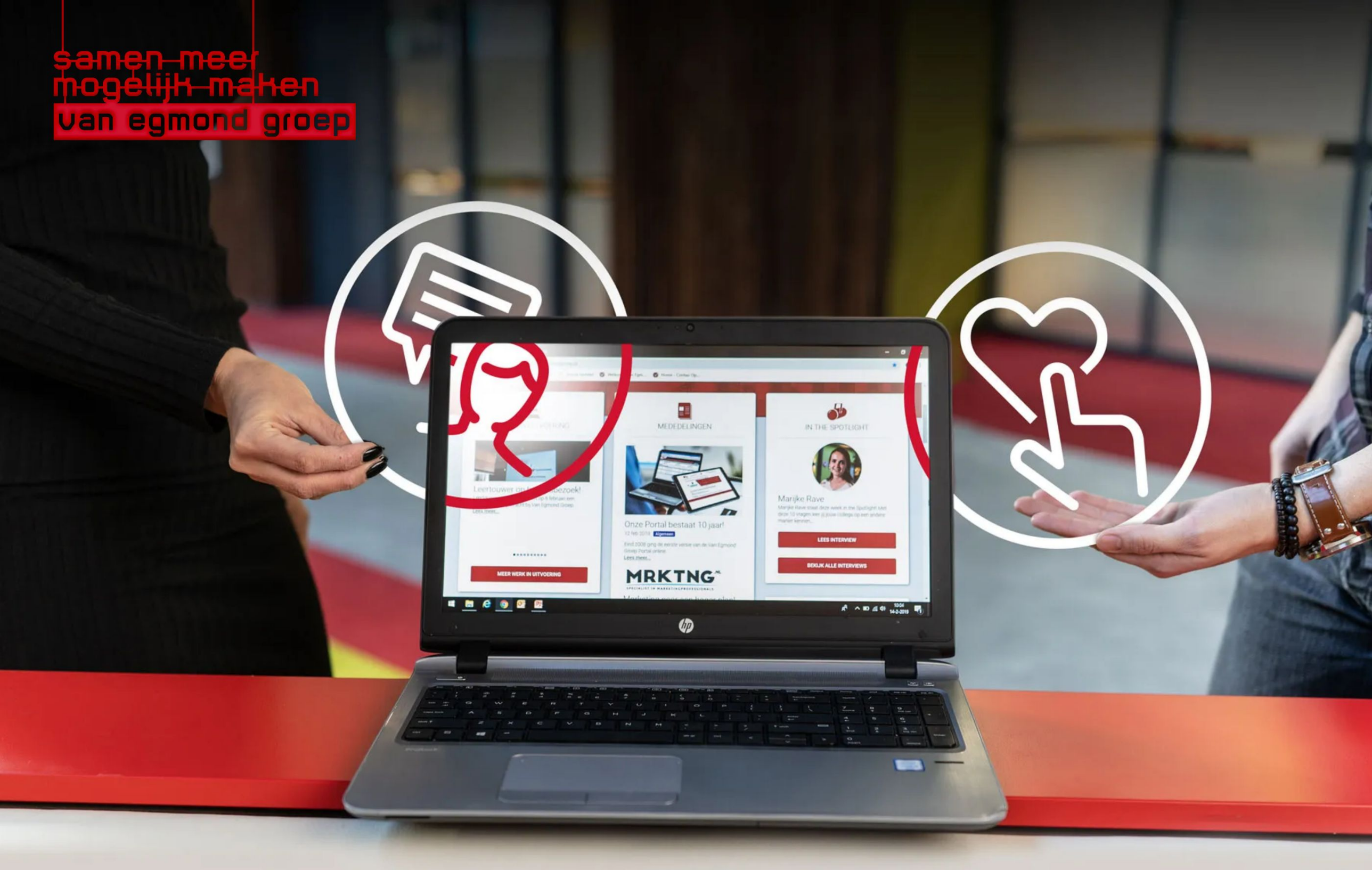
Het management en middelmanagement is intussen met de resultaten en de verbetervoorstellen aan de slag gegaan. Zichtbaarheid is daarbij een belangrijk punt – medewerkers willen het management vaker op de werkvloer zien. Ook kan de communicatie over veranderingen beter.

In 2020 is het volgende MTO. Robert: “Dan willen we naar de 8 toe, dus beter dan het gemiddelde in Nederland. Met een 8 zijn we onderscheidend in de markt. Er gaat ook een wervende kracht vanuit. Mensen willen graag werken bij een organisatie waar de medewerkerstevredenheid hoog is.”



"Maar het was voor ons toch een wake-up call dat we iedereen bij de veranderingen moeten betrekken."

samen meer mogelijk maken
van egmond groep



Goed voor het groepsgevoel

Op het nieuwe intranet van Van Egmond Groep is veel aandacht voor de collega's. Iets wat diezelfde collega's sterk waarderen, gezien de bezoekcijfers.

Het nieuwe intranet bij Van Egmond ging live op 1 juli 2018. Sindsdien sturen intranetbeheerders Lotte Tol en Brendy Jansen iedere maandag een mail naar al hun 160 collega's. Daarin geven ze een kort overzicht van de nieuwe informatie op intranet. En dat wordt gewaardeerd, want intranet krijgt op maandag gemiddeld 110 keer (!) bezoek. Op andere dagen is dat 60 keer.

Collega's in the spotlight

Lotte, Brendy en andere collega's doen er dan ook alles aan om het intranet zo interessant mogelijk te maken. Dat betekent veel aandacht voor de collega's, vertelt Lotte: "Voor de rubriek Werk in uitvoering kunnen collega's foto's insturen van waar ze mee bezig zijn. Bijvoorbeeld de bouw van panelen. Of een chauffeur stuurt een foto van een mooie locatie waar hij langskomt. En als een collega een interview heeft gegeven aan magazine of een website, dan besteden we daar aandacht aan. Verder hebben we de wekelijkse rubriek In the spotlight waarin telkens een andere collega tien vragen over zichzelf en zijn of haar werk beantwoordt. En uiteraard gebruiken we intranet ook voor de communicatie van het management, HR, de OR en onze personeelsvereniging."

Successen met elkaar delen

Betere communicatie was één van de directe aanleidingen voor het opzetten van het intranet. Voorheen ging alles per e-mail, van mededelingen over komende of vertrekkende collega's tot aankondigingen van een borrel in de kantine. Intranet is een stuk efficiënter. Ook was er behoefte aan een smoelenboek in het snel gegroeide bedrijf. Een derde reden, ten slotte, was het feit dat de collega's van de groothandel en die van industriële automatisering weinig meekregen van elkaars werk. Lotte: "Op intranet delen we successen en ontwikkelingen. Zo creëren we een groepsgevoel."

"Op intranet delen we successen en ontwikkelingen. Zo creëren we een groepsgevoel."

Continu verbeteren

Lotte en Brendy overleggen iedere week over intranet, niet alleen over de content voor de komende week, maar ook over verbeterplannen. Lotte: 'We zijn bijvoorbeeld in gesprek met de leidinggevenden van de groep collega's zonder e-mailadres. Hoe kunnen we hen het beste bij intranet betrekken? En we willen het mogelijk maken dat collega's op intranet kunnen reageren op nieuwsberichten." Want ook discussiëren is goed voor het groepsgevoel.

samen meer mogelijk maken van egmond groep

EEN NIEUW WMS

Efficiënter werken met WeX

In het magazijn van Van Egmond Groep zijn ze inmiddels niet meer weg te denken: de scanners waarmee artikelnummers worden geregistreerd en geprint. Het is één van de kenmerken van WeX, het nieuwe warehouse management systeem. Wat dit oplevert? Je ziet het in de video.

Eelco Jansen, Operationeel Manager

"Het is echt een andere manier van werken met WeX. Daarom laten we collega's elke keer meetesten"

samen meer mogelijk maken
van egmond groep

FACTS & FIGURES

VAN EGMOND GROEP

Op deze pagina vind je alle HR-cijfers van Van Egmond Groep.

Hoeveel collega's hadden we in 2018? Hoeveel mannen en hoeveel vrouwen? Wat was de gemiddelde leeftijd en hoe lang werkten collega's gemiddeld bij ons? Je leest het in het HR-overzicht van 2018.

Collega's per bedrijf
in aantallen medewerkers

156 VEG

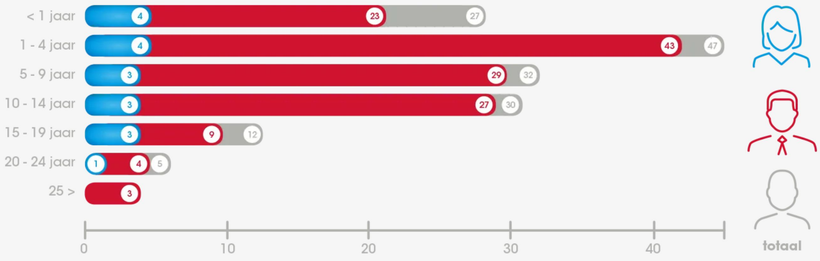
152,8 FTE

Opbouw naar geslacht
in aantallen medewerkers

138

18

Opbouw naar diensttijd
in jaren



Gemiddelde diensttijd
in jaren

7,8

6,8

Fulltime
in aantallen medewerkers

6 124 130

Parttime
in aantallen medewerkers

12 14 26

In en uit dienst
in aantallen medewerkers

25

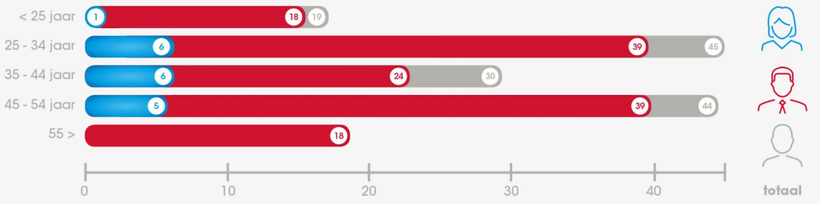
15

Gemiddelde leeftijd
in jaren

37,6

39,4

Opbouw naar leeftijd
In aantallen naar leeftijdscategorie



Uitstroom naar reden
in aantallen medewerkers

Doorstroom naar interne functies
in aantallen medewerkers

Stagiaires
in aantallen

19

Stoer. Industrieel. Blauw.

samen meer mogelijk maken
ubel

Ubel heeft een nieuw logo. Gericht op mannen die dagelijks grote afsluiters aan dikke leidingen lassen. Het laat perfect zien waar Ubel voor staat. En: je kunt er nu ook mee klaverjassen.

Waarom een nieuw logo? Dat was in eerste instantie noodgedwongen. Sonepar heeft vorig jaar alle logo's van al haar bedrijven beoordeeld. Dat van Ubel kwam niet door de keuring. Het blauw lag te dicht bij het blauw van Sonepar. Ook moest er 'A Sonepar Company' onder komen. Een mooie kans voor Ubel om zich een stoer nieuw logo te laten aanmeten.

Gekleurde streep

"Eerst hebben we onze wensen besproken met Marketing directeur Remco Tolsma en Vormgever Eric Steenman", vertelt Juriun Vormeer, Business Manager Ubel. "Eric is met onze wensen gaan spelen. Verschillende lettertypes, wel of geen hoofdletters, met of zonder beeldmerkje. Uiteindelijk hadden we twee favorieten. Van de ene vonden we het lettertype erg mooi, de andere had een gekleurde streep in de E. Die twee heeft Eric gecombineerd."

Het nieuwe logo past bij Ubel, vindt Juriun. "UBEL staat voor United Brass Founders and Engineers Limited. Het is een Brits bedrijf dat in 1921 ook in Nederland is opgericht. Brass founders zijn messing-gieters. Wij leveren dikke leidingen en grote afsluiters; materialen die worden gelast door mannen met handschoenen aan en maskers op. Daar hoort een stoer logo bij met een industriële uitstraling. De lichtblauwe streep in de E verbeeldt een leiding waar vloeistof doorheen stroomt."

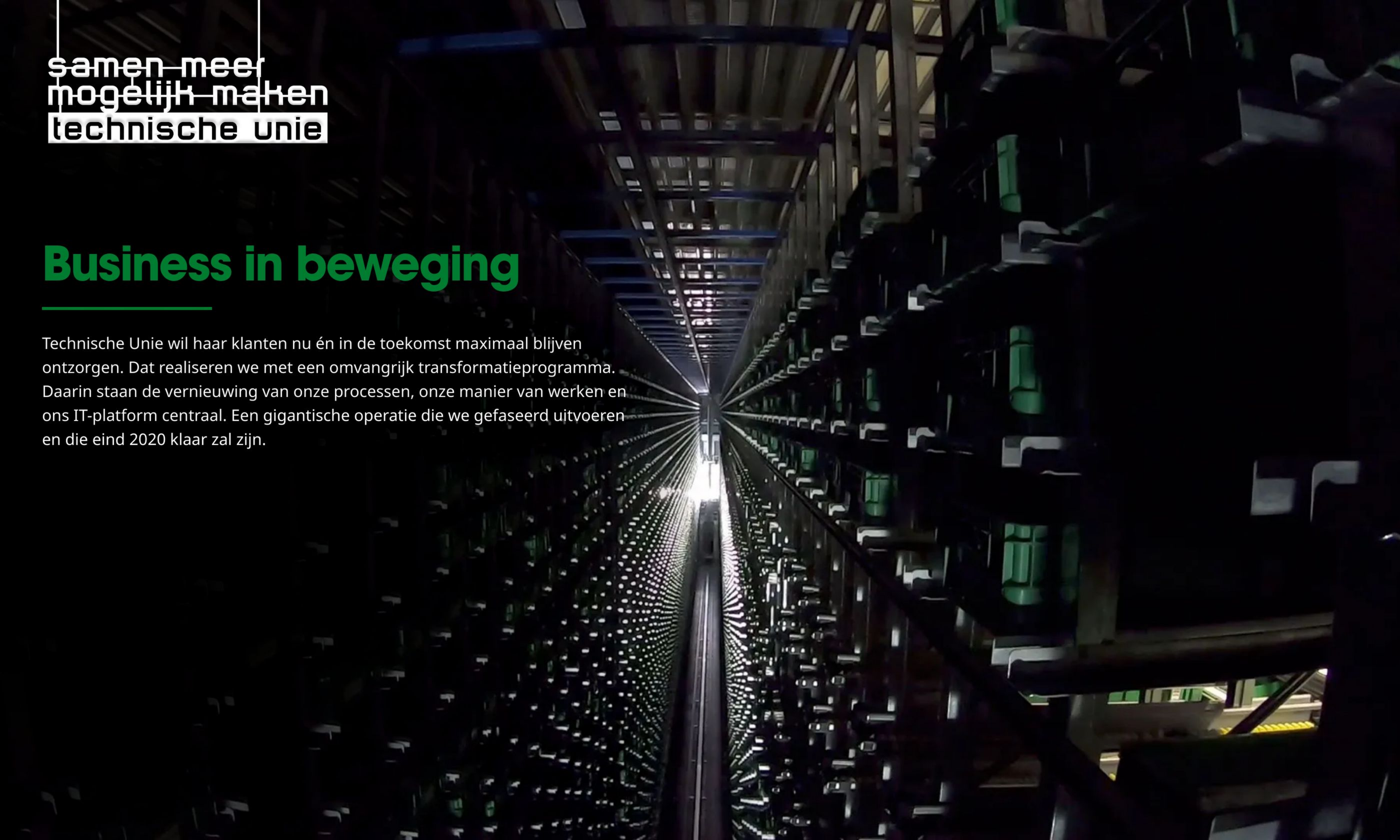
Gloednieuwe website

Sonepar keurde het logo goed – ook de kleur blauw – en al snel prijkte het in Hengelo op het pand, op de vlaggen, op de presentatiewand in de hal, op het briefpapier, in de e-mailhandtekeningen, overal. Om het logo ook bij klanten te introduceren, liet Juriun pennen en speelkaarten maken. Alleen de website bleef even achter. Daar was een goede reden voor: achter de schermen werkte Ubel aan een gloednieuwe website, die eind februari 2019 live ging.

"De nieuwe website is mooier en gebruiksvriendelijker voor onze klanten, en ook voor onze eigen collega's en TU-collega's", vertelt Juriun. "Onze catalogus is nu gekoppeld aan de database van Technische Unie. Klanten kunnen dus bij ons een offerte opvragen en op figuurnummer zoeken, en vervolgens via de TU-webshop hun bestelling plaatsen." Met de livegang van de nieuwe website is de invoering van het nieuwe Ubel-logo compleet.

Ook een kijkje nemen?

Bekijk onze nieuwe site



samen meer mogelijk maken
technische unie

Business in beweging

Technische Unie wil haar klanten nu én in de toekomst maximaal blijven ontzorgen. Dat realiseren we met een omvangrijk transformatieprogramma. Daarin staan de vernieuwing van onze processen, onze manier van werken en ons IT-platform centraal. Een gigantische operatie die we gefaseerd uitvoeren en die eind 2020 klaar zal zijn.

samen meer mogelijk maken
technische unie

WMS live met support

"Collega's vinden het vooral fijn dat je er bent"

Van zegel-gestuurd naar scanner-gestuurd picken: in de DC's Alphen en Strijen won WMS in 2018 steeds meer terrein. Met alle veranderingen die daarbij kwamen kijken. Gelukkig was er bij elke livegang een 24/7 change & support team, aangestuurd door Renée Dupon - de Vries (Alphen) en Thijs van Eijk (Strijen). Samen met projectleider Ron Kars kijken zij terug op 2018. En de prijs voor het spannendste moment gaat naar…

Wat is er veranderd met WMS?

Renée: "De orderpickers lopen hun pickroute niet meer op basis van de zegels, ze krijgen hun pickopdrachten via de scanner. Dat is de grootste verandering. Wel wordt de zegel nog steeds op het artikel geplakt voor het distributieproces en voor de klant."
Ron: "Vroeger konden ze ook zelf bepalen in welke volgorde ze de orders pickten. Nu staat die volgorde vast. Ook het inruimen is volledig systeemgestuurd. Dit alles is niet per se makkelijker of moeilijker, maar wel anders."

Renée Dupon - de Vries
Stafmedewerker logistiek

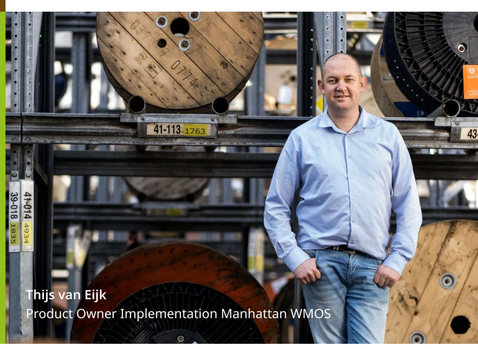
Ron Kars
Projectmanager WMS

Waar moesten collega's het meest aan wennen?

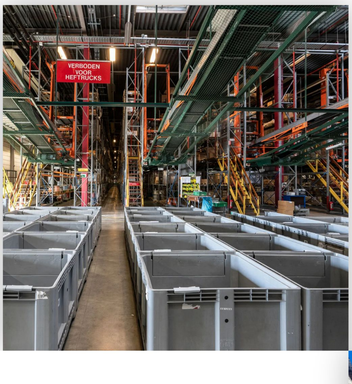
Thijs: "Ik denk aan het vertrouwen en volgen van het systeem. Veel collega's hadden hun eigen handigheidjes ontwikkeld. Die werkten niet meer. Voor de teamleiders was het wennen om hun afdeling aan te sturen via het systeem. En om online de voortgang te bekijken in plaats van via zegels in bakjes. Er zitten geen bordjes op de dragers meer, alles is systeemgestuurd."
Ron: "Afdelingen moesten ook hun processen aanpassen aan WMS. Kabel bijvoorbeeld. Ze waren daar gewend gekleurde labels op de haspels te plakken met de snijopdrachten. Je kon in één oogopslag zien wat er moest gebeuren. Dat gaat nu ook via het systeem."
Renée: "Je moet mensen de tijd geven om eraan te wennen. Ook al is het een klein gebied waar maar tien mensen werken, hun wereld verandert. Dat hebben we altijd voor ogen gehouden. Tegelijk zien we dat mensen er best mee om kunnen gaan, de een wat makkelijker dan de ander."

Bij elke livegang stonden change & support- teams klokje rond paraat. Wat deden zij?

Ron: "Het team van Thijs en Renée was de vraagbaak voor als collega's het even niet meer wisten. Er zaten soms ook nog foutjes in het systeem. Het team van Thijs en Renée keek dan wat daarmee moest gebeuren."
Thijs: "We zijn vooral druk geweest met finetunen. Dat zat hem in kleine aanpassingen, op basis van wensen die nog niet waren doorgevoerd. In het begin van het project natuurlijk meer dan later."
Renée: "Dat de change & support-teams er waren gaf ook vertrouwen. Mensen vinden het vooral fijn dat je er bent. Iedereen heeft ook vooraf een opleiding gehad, dus er kwamen niet veel vragen."



Thijs van Eijk
Product Owner Implementation Manhattan WMOS



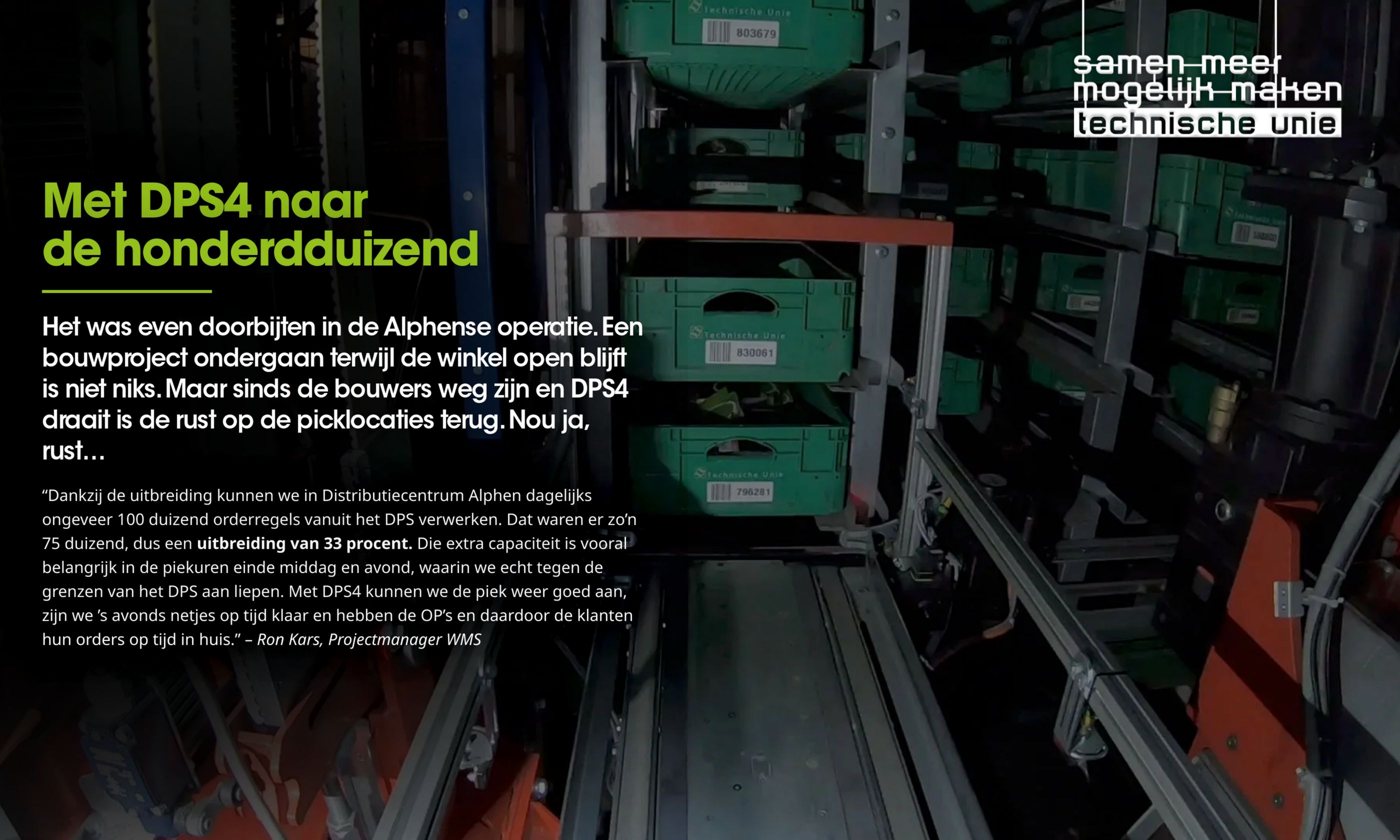
Wat was jullie hoogtepunt in 2018?

Unaniem: "Toen DPS werd aangesloten op WMS!"
Renée: "Dat was met Hemelvaart. Heel erg spannend was dat. Driekwart van de totale orderstroom ging over naar WMS."
Ron: "Iedere livegang is memorabel, maar qua omvang was dit de spannendste. Er zat dan ook een heel aanvalsplan achter. We hadden Hemelvaart als datum gekozen, omdat Technische Unie dan dicht is. We konden dus rustig live gaan en een paar duizend orderregels verwerken. Mocht het niet goed gaan dan konden we terug.

"Op vrijdag hadden we 40.000 orderregels. Op dat moment hadden we nog terug gekund naar het oude systeem en we hadden het weekend kunnen gebruiken voor eventuele aanpassingen. Gelukkig was dit allemaal niet nodig. Op wat kleinere dingen na ging het in één keer goed."

Met WMS klaar voor de toekomst?

Ron: "Ja, dat is de gedachte achter heel FIP. We vervangen verouderde systemen door nieuwe die flexibeler zijn. WMS is een pakket dat we makkelijk kunnen aanpassen. Daarnaast ontwikkelt de leverancier het door, met steeds meer functionaliteiten. Daarmee kunnen we in de toekomst elke verandering soepel en snel inpassen."



samen meer mogelijk maken
technische unie

Met DPS4 naar de honderdduizend

Het was even doorbijten in de Alphense operatie. Een bouwproject ondergaan terwijl de winkel open blijft is niet niks. Maar sinds de bouwers weg zijn en DPS4 draait is de rust op de picklocaties terug. Nou ja, rust…

“Dankzij de uitbreiding kunnen we in Distributiecentrum Alphen dagelijks ongeveer 100 duizend orderregels vanuit het DPS verwerken. Dat waren er zo’n 75 duizend, dus een **uitbreiding van 33 procent.** Die extra capaciteit is vooral belangrijk in de piekuren einde middag en avond, waarin we echt tegen de grenzen van het DPS aan liepen. Met DPS4 kunnen we de piek weer goed aan, zijn we ’s avonds netjes op tijd klaar en hebben de OP’s en daardoor de klanten hun orders op tijd in huis.” – *Ron Kars, Projectmanager WMS*

samen meer mogelijk maken
technische unie

KLANT SPECIFIEKE PRIJSBEPALING

KSP werpt zijn vruchten al af

Patrick Bijl en Robert Senteur

In oktober zette VK Alkmaar als eerste 'de knop om' naar KSP: klant specifieke prijsbepaling. Aan die mijlpaal ging natuurlijk een heel traject vooraf. Patrick Bijl (VK Zaanstad) en Robert Senteur (Projectcoördinator IT Platform) blikken terug op 2018 waarin KSP werd gebouwd én uitgerold.

Waarom was KSP nodig?

Robert: "Het oude systeem KKPN was onderdeel van OMS en dat gaat verdwijnen. Daarnaast hadden we zó veel condities bij klanten. Met een nieuw systeem wilden we een betere beheersbaarheid, meer inzicht en overzicht en een mogelijkheid om te analyseren."

Hoe zijn jullie te werk gegaan?

Robert: "We hebben eerst een systeem gekozen en aangeschaft. Daarna hebben we een aantal sessies en workshops gehad met de leverancier en onze consultants om te kijken wat we er als Technische Unie mee wilden. Daarna zijn we gaan bouwen en toen hebben we meteen een testteam opgezet. Daar zat Patrick ook in."

Hoe ging dat, Patrick?

Patrick: "Met een groep collega's hebben we alle stappen in het proces getest. Bijvoorbeeld het opvoeren van een artikelregel en dan kijken of je niet-gewenste condities kunt opvoeren, zoals een korting boven de 100 procent. Zo hebben we tijdens acht testdagen het hele proces getest. Onze bevindingen werden verwerkt en dan gingen we opnieuw testen.

Tegelijk zijn jullie ook met het werkproces aan de gang gegaan.

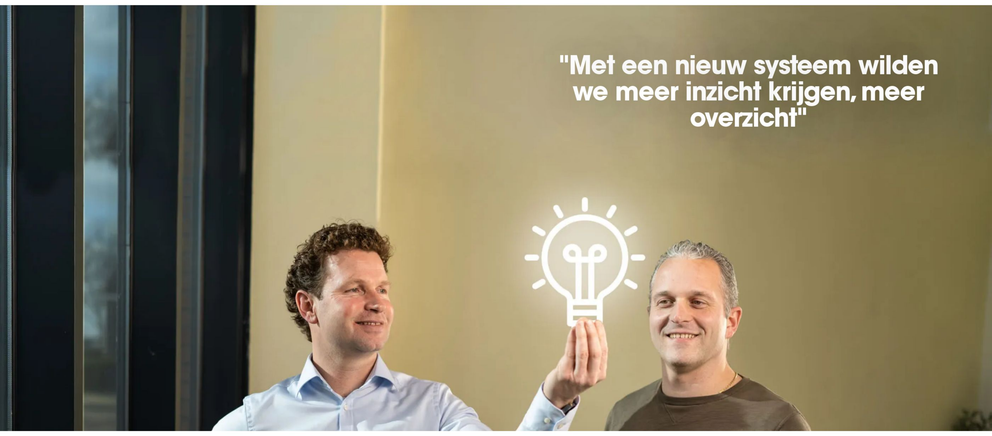
Robert: "Ja, want elk verkoopkantoor werkte net anders. Op het ene kantoor prolongeerde de verkoopleider de condities, op het andere de commercieel medewerkers of de manager verkoopkantoor. Als je wilt automatiseren moet je allemaal hetzelfde werken. Daarom hebben we eerst een pricing blauwdruk gemaakt waarin we hebben vastgelegd wie wat doet."

Hoe hebben jullie de samenwerking in dit project ervaren?

Robert: "We hebben continu met de business samengewerkt en dat is mij goed bevallen. Het systeem is ontwikkeld vanuit de gebruikers. Daar staat tegenover dat je moet accepteren dat je niet meteen krijgt wat je wilt. Dat heeft tijd nodig en het is mooi dat de gebruikers daarover meedenken."

Patrick: "Ik vond het ook prettig. Samen ontwikkelen, testen en uitvoeren. Ik heb echt een bijdrage kunnen leveren. We blijven ook samen verbeteren. Tijdens het testen, tijdens de trainingen en nu nog steeds. Gisteren nog heb ik de handleiding herbeoordeling aangevuld."

> "We blijven ook samen verbeteren. Tijdens het testen, tijdens de trainingen en nu nog steeds."



Hoe hebben jullie de trainingen aangepakt?

Robert: "Op elk kantoor zijn we een week lang aanwezig geweest om trainingen te geven. Elke dag een stukje. En dat werkte goed, omdat je elke dag ook de stof van de vorige dag herhaalt. Daar kregen we veel positieve reacties op. In kleine brokjes landt het beter."

Patrick: "Zelf heb ik als KSP-specialist twee weken in Alkmaar gezeten en een week in Haarlem. Als vraagbaak voor collega's, en dat zijn we nog steeds. De KSP-specialisten helpen collega's die er niet uitkomen. Dat gebeurt regelmatig, al zijn er ook dagen dat de telefoon niet gaat."

En begint KSP zijn vruchten al af te werpen?

Robert: "Ja, zeker. We zien nu of klanten kopen op de ingelezen conditie, hoe ze zijn ingelezen ten opzichte van het landelijk gemiddelde en op welk niveau de prijsgroep staat. Door dat inzicht kunnen we een heleboel overbodige klantcondities verwijderen, omdat de prijsgroepen nu een groot deel afdekken. Onze klanten hebben dus over de gehele breedte een marktconforme prijs en waar nodig op klantniveau een aanpassing ten opzichte van de prijsgroep. Dus we kunnen mooi opschonen en veel kantoren zijn daar al goed mee bezig."

Wist je dat...

In KKPN maar liefst **50 miljoen (!) klantcondities** stonden ingelezen?

KSP is ontwikkeld in een samenwerking tussen **Verkoop, Pricing, Inkoop, Finance en IT?**

De laatste klant is gemigreerd van KKPN naar KSP op 12 december 2018 om 11:49:13 uur in Middelburg?

Dit gebeurde 105 dagen, 6 uur, 24 minuten en 12 seconden nadat de éérste klant – van Verkoopkantoor Alkmaar – werd overgezet naar KSP?

Het trainingsteam in de tussenliggende 4 maanden **op 35 kantoren in totaal 280 trainingen** heeft gegeven?

De eerste kick-off KSP plaatsvond op 19 oktober 2017, en dat KSP dus **in 14 maanden tijd volledig is ontwikkeld en uitgerold?**

Er eind januari al **1,5 miljoen** (!) condities minder waren dan toen de uitrol op 4 september begon?

De zoekmachine is het meest converterende onderdeel van de TU-website. Hoe beter de zoekmachine, hoe meer verkoop. Een klant die niet vindt wat hij zoekt, gaat naar de concurrent. Er stond dus best wat op het spel toen Marketing & E-business begon met het ontwikkelen van een nieuwe zoekmachine. Met Verkoop in het altijd kritische testpanel is het gelukt.

JanJaap Veerman is één van de drie commercieel specialisten in Zwolle die heeft meegetest aan de nieuwe zoekmachine. Hij is ‘positief kritisch’ over het product dat er nu staat. **Mineke Vrijenhoek**, die vanuit Marketing & E-business het project leidde, begrijpt dat. “Een zoekmachine is nooit af.”

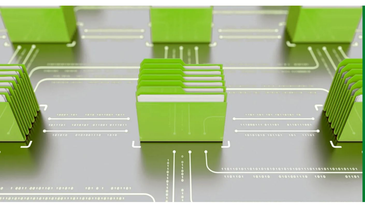
Hoe is de zoekmachine tot stand gekomen?

Mineke: “Eerst hebben we onderzoek gedaan onder klanten en daarmee hebben we de gebruikersinterface ontwikkeld. Daarna heeft IT de nieuwe zoekalgoritmes gebouwd. Ze hebben geprobeerd precies dezelfde zoekresultaten te krijgen als met de oude zoekmachine. Later zijn we daarvan afgestapt. We wilden de zoekresultaten niet meer laten sorteren op populariteit, maar op relevantie. Alleen dan kun je blijven verbeteren.”

Wat is er veranderd?

JanJaap: “We zijn allemaal gewend om op een bepaalde manier te zoeken. Klanten ook. Die oude manier van zoeken moeten we loslaten. We moeten een andere manier van zoeken aanleren, zodat we betere zoekresultaten krijgen. Als je de zoekterm invult en je hebt minder dan een seconde geduld, dan krijg je verschillende categorieën om uit te kiezen. Als je de juiste aanklikt krijg je veel relevantere zoekresultaten. Dat werkt prima.”

> “Zoekresultaten niet meer laten sorteren op populariteit, maar op relevantie. Alleen dan kun je blijven verbeteren.”



Maar je bent ook kritisch, zei je

JanJaap: “Ja, het staat en valt met de data die erachter zit. Die is nog niet altijd goed. Als ik een witte radiator zoek wil ik geen zwarte radiator als zoekresultaat krijgen. Dat gebeurt nu soms nog wel.”

Mineke: “We kijken samen met Product Informatie Management (PIM) voortdurend hoe we die data kunnen opschonen en verbeteren. Er zit voor Verkoop een feedback-knop op de site waar ze dit soort fouten kunnen doorgeven. Ze kunnen er ook klachten indienen over de zoekmachine. Dat worden er steeds minder.”

Hoe was Verkoop betrokken bij de ontwikkeling?

Mineke: “De user interface hebben we eerst getest op Verkoopkantoor Nieuwegein. De feedback die we daar kregen heeft echt geholpen om de interface beter te maken. Het was de eerste keer dat we Verkoop op die manier betrokken in een project. Robert Sjoerds is het hele land door geweest en dat doet hij nog steeds. Hij is onze ambassadeur bij Verkoop en andersom.”

JanJaap: “Toen de eerste versie af was kregen we een link om te testen. In Zwolle zijn we er met zijn drieën mee gaan spelen. Toen kwamen we bijvoorbeeld erachter dat als je op toiletpot zoekt je potschroeven bovenaan krijgt. Dat komt omdat de zoekmachine toch nog vaak sorteert op de populariteit van het product. Zo’n bevinding geven we dan door.”

Wat gebeurt er met die bevindingen?

Mineke: “PIM is bezig om voor alle hoofdproducten in te voeren welke bijproducten erbij horen. Zodat, als je een toiletpot zoekt, de schroeven als bijproduct worden getoond. Daarnaast gaan we zorgen dat je resultaten kunt sorteren op zowel populariteit als relevantie. Een zoekmachine is nooit af, het kan altijd beter.”

JanJaap: “Wij als Verkoop hebben een hele wensenlijst. We blijven alles doorgeven. Tegelijkertijd moeten wij ons als gebruikers natuurlijk ook aanpassen. Niet de oude trucjes blijven gebruiken, maar zoektermen invullen zoals ze bedoeld zijn. Dus de data kan beter en ons zoekgedrag kan beter. Maar het is een prachtige zoekmachine, echt waar.”

samen meer mogelijk maken
technische unie

BRANCH OF THE FUTURE

De toekomst is nu

Heb jij hem al voorbij zien komen op tu.nu en onze sociale mediakanalen?
De epische video 'Vestiging van de toekomst' laat zien hoe
Technische Unie haar klanten wil bedienen.

Technische Unie

A Sonepar Company

samen meer mogelijk maken
technische unie

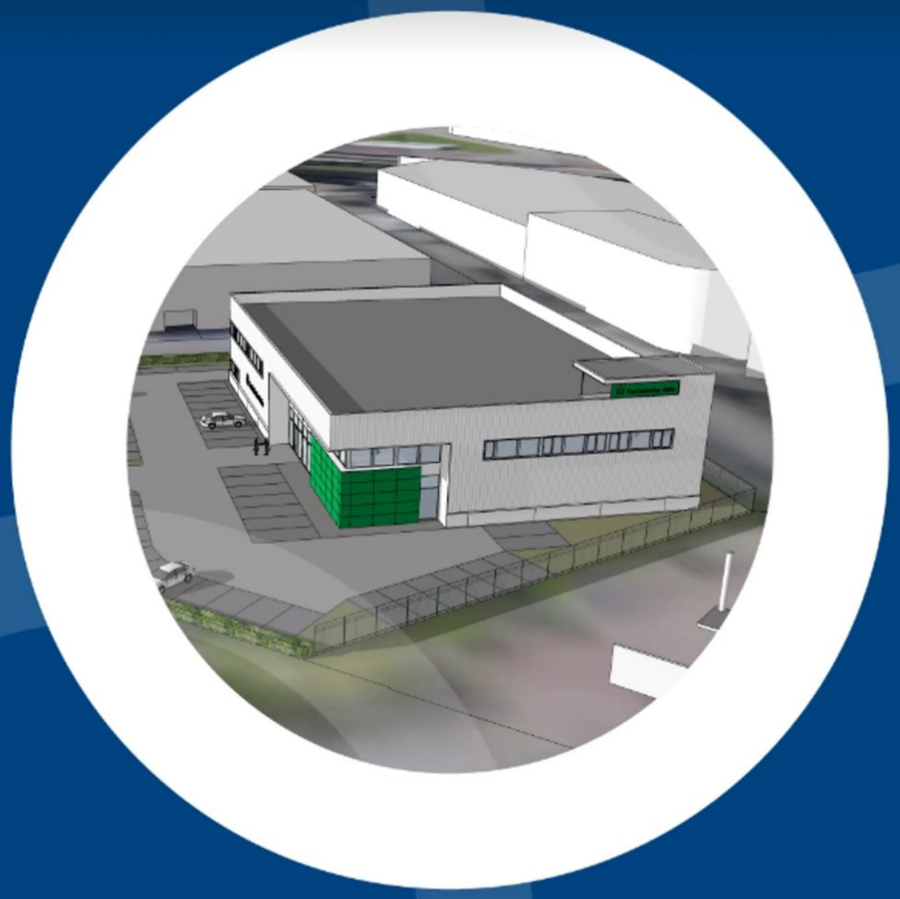
Verkoop2020

O, o Den Haag!

Voor Verkoop2020 was 2018 het jaar waarin het samengaan van diverse kantoren is aangekondigd – Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Eindhoven – en waarin de Customer Service op alle vestigingen vorm kreeg. Hoe dat er in de praktijk uitziet? Bekijk de video!

4 vragen over… de samenvoeging van verkoopkantoren met Frank van der Meché

Lees het interview



GLOEDNIEUWE MERKSTRATEGIE

"Iedereen kan zich hiermee identificeren"

samen meer mogelijk maken
technische unie

Kirsten Pasman, Inkoop
"We kregen heel enthousiaste reacties over de kernwaarden die we hadden gepresenteerd"

Stel je bent jonger dan 36, je werkt nietsvermoedend bij Technische Unie, en plotseling word je gevraagd mee te denken over de identiteit van TU. Dat gebeurde Kirsten Pasman (Inkoop), samen met 34 andere jonge collega's. Tijdens een heisessie in januari 2018 legden zij de basis voor een gloednieuwe merkstrategie: **De Mogelijkmakers.** Maar hoe pas je die nou dagelijks toe?

Ze heten JIP, ofwel Jongeren In Praktijk. Collega's jonger dan 36 jaar die in wisselende samenstellingen meedenken over uitdagende vraagstukken. Dit was ook zo'n vraagstuk, vertelt directeur Marketing & E-business Remco Tolsma.

Remco: "We hadden bij TU acht kernwaarden. Dat waren er te veel en ze waren niet aanspreekend. Bijna niemand kende ze, we hadden iets nieuws nodig. Toen hebben we 35 jonge collega's geselecteerd om daar over na te denken."

Kirsten: "We zijn met zijn allen een dag naar de Veluwe geweest. Om elkaar te leren kennen en onze kijk op Technische Unie met elkaar te delen. Daar kwam heel veel naar boven. In maart hebben we met een groepje onze visie gepresenteerd aan het MT en de collega's van SIP, Strategie in Praktijk."

Marie-José Tijssen, Directeur Human Resources & Interne Communicatie
"Fijne en effectieve samenwerking tussen HR, Interne Communicatie en Marketing"

Remco Tolsma, Directeur Marketing & E-business
"De Mogelijkmakers begint al echt te leven"

"De kernwaarde Betrouwbaar geeft onze klanten een veilig gevoel"

Wat vonden jullie van hun presentatie, Remco?

Remco: "Ik weet nog dat wij er als MT vrij open in gingen, we wisten niet wat we konden verwachten. We werden positief verrast. Door de inhoud én de presentatie zelf. Het zat gewoon uitstekend in elkaar. Er was ook weinig discussie over."

Kirsten: "We kregen heel enthousiaste reacties over de kernwaarden die we hadden gepresenteerd ter inspiratie: Betrouwbaar, Toonaangevend en Krachtig. Daar zijn jullie toen mee verder gegaan."

Remco: "Ja, wij vonden het heel mooi. Met het MT zijn we die kernwaarden toen gaan laden: wat betekent het qua gedrag? Bij Krachtig zeiden we: dat zijn we wel, maar je kunt het ook negatief opvatten. Daar hebben we toen Verbindend van gemaakt, en weer terug gecheckt bij JIP."

Kirsten: "Wij vonden het ook beter: Betrouwbaar, Toonaangevend en Verbindend."

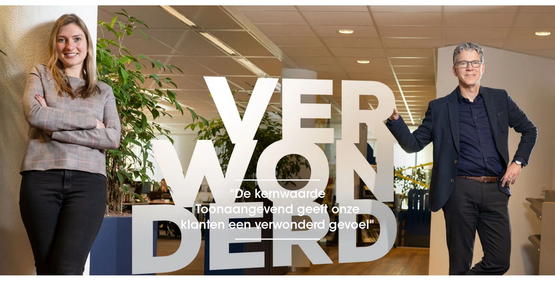
"De kernwaarde Verbindend geeft onze klanten een gelieft gevoel"

Dus met drie kernwaarden op tournee?

Remco: "Nee, want het voelde nog niet compleet. Samen met collega's uit JIP en SIP hebben we onder begeleiding van het bureau Muntz de waarden vertaald naar emotionele waarden – Veilig, Verwonderd en Geliefd – en naar archetypes: Zorggever, Groepsmens en Schepper. Muntz heeft daarop een aantal statements geschreven. Daar zat De Mogelijkmakers bij. Wij wisten gelijk: dat is 'm. SIP heeft er ook over gesterrd en kwam tot dezelfde keuze."

Kirsten, het begon met jullie brainstorm. Wat zie je daarvan terug in De Mogelijkmakers?

Kirsten: "Wij wilden een goede basis neerzetten van iets wat nog moest ontstaan. Ik denk dat dit allesomvattend is, het is motiverend en toekomstbestendig. Wij maken mogelijk wat anderen niet mogelijk maken. Daarin zie je toonaangevend, betrouwbaar en verbindend allemaal terug."



"De kernwaarde Toonaangevend geeft onze klanten een verwonderd gevoel"

Hoe kunnen collega's De Mogelijkmakers toepassen in hun werk?

Kirsten: "Je kunt je bij alles wat je doet afvragen: ben ik nu aan het mogelijk maken? Wat kan ik mogelijk maken? Iedereen kan zich hiermee identificeren."

Remco: "We hebben De Mogelijkmakers op een aantal interne events gelanceerd. Het begint al echt te leven. Ik kreeg laatst een mail van iemand die schreef over andere collega's: dit zijn echte Mogelijkmakers. Eigenlijk wil ik elke week voorbeelden laten zien van collega's die iets hebben mogelijk gemaakt. Door de hele organisatie heen."

Kirsten: "Dat zou top zijn!"

Remco: "En zo kun je iedereen in het zonnetje zetten. Niet alleen de usual suspects, maar ook mensen die achter de schermen goede dingen doen. Iedereen bij Technische Unie is een mogelijkmaker, wat je rol ook is."

samen meer mogelijk maken

“Compliance is op de kaart gezet.”

Vroeger deden we wat informeler zaken dan nu. Maar de wereld om ons heen is verzakelijkt en er is strengere wet- en regelgeving gekomen. Bedrijven moeten meer en meer verantwoording afleggen. En laten zien dat ze transparant en integer zijn. Daarom startte Sonepar Nederland het compliance programma Compass. Een gesprek met Manager Legal Esther Spitters.

Hoe is het compliance verhaal begonnen?

“Vanaf 2008 zag je door de financiële crisis een verzakelijking van de markt. Klanten en leveranciers gingen steeds meer vastleggen in contracten. Ook bij Sonepar Nederland hebben we dit proces doorgemaakt. Zelf ben ik in 2013 begonnen met het analyseren van verkoopcontracten en het juridisch trainen van de verkooporganisatie. In 2016 heb ik onze juridische afdeling opgezet. Parallel daaraan zag je steeds meer juridische aansturing ontstaan vanuit Parijs.”

“Compliance had al de aandacht, maar kwam pas echt in de spotlights toen de nieuwe Franse anti-corruptiewet Sapin II van kracht werd. Sonepar heeft toen drie belangrijke documenten opgesteld: de Gedragscode, de Nalevingsrichtlijnen en de Klokkenluidersprocedure. Deze documenten zijn wereldwijd in alle Sonepar-bedrijven uitgerold en gecommuniceerd. Ook bij ons.”

Ineens was het woord ‘compliance’ overal!

“Ja, we hebben veel gedaan. We hebben context gegeven aan de Gedragscode, de Nalevingsrichtlijnen en de Klokkenluidersprocedure. We hebben compliance aan de collega’s uitgelegd. Op verschillende niveaus, want voor een manager bij Verkoop leg je de nadruk op andere onderwerpen dan bij een collega van Marketing & E-Business of Logistiek.”

“We hebben honderden collega’s getraind op mededinging. Ruim duizend collega’s hebben de vier e-learning modules Fraude & Corruptie gemaakt. We hebben het compliance programma Compass ontwikkeld en uitgerold, face-to-face trainingen en workshops gegeven, de SMiLe-app gelanceerd, overal compliance posters opgehangen. Jan Ferwerda heeft erover geblogd op tu.nu. Het laatste nummer van In Persona stond in het teken van compliance. En we hebben een compliance animatiefilmpje gemaakt.”

“In alle Sonepar-bedrijven wereldwijd is compliance uitgerold. Maar Sonepar NL heeft als enige een compliance programma opgezet. En ja, daar wordt vanuit Parijs met belangstelling naar gekeken.”

Hoe kijken ze in Parijs naar ons bij Sonepar Nederland?

“In alle Sonepar-bedrijven wereldwijd is compliance uitgerold. Maar Sonepar Nederland heeft als enige een compliance programma opgezet. Want we hadden al veel gedragsregels: een alcohol- en drugsbeleid, integriteitsregels, een regeling voor het melden van misstanden, noem maar op. Daar kwamen de stukken uit Parijs én de Algemene Verordening Gegevensbescherming nog bij. Daarom hebben we besloten alles in één programma onder te brengen en centraal op het intranet te zetten. Dat werd Compass. En ja, daar wordt vanuit Parijs met belangstelling naar gekeken.”

Leeft compliance nu echt binnen Sonepar Nederland?

“We merken dat compliance op de kaart is gezet en dat collega’s Legal weten te vinden. Vooral het nieuwe beleid voor geschenken, vermaak en (zakelijk) voordeel leeft erg, want dat komt dichtbij. Het eerste aanspreekpunt voor zulke vragen is de leidinggevende, maar Legal denkt graag mee.”

“Collega’s realiseren zich nu ook beter wat compliance is en wat het betekent. Als je je niet aan de regels houdt kan dat gevolgen hebben voor jezelf, maar ook voor de reputatie van het bedrijf. Een grote multinational als Sonepar is kwetsbaar voor boetes en imagoschade. Met een goed werkend compliance programma beheers je de risico’s en sta je bekend als betrouwbare, integere business partner. Dat besef dringt nu echt door. Ik hoop ook dat de collega’s compliance niet zien als een onderwerp van Legal. Compliance is van jezelf, het gaat over je eigen integriteit en hoe je zaken doet.”

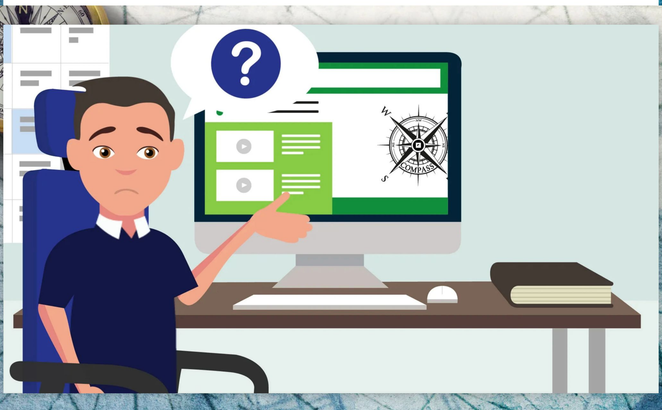
Hoe kijk jij zelf terug op het afgelopen jaar?

“Druk, vooral de opstart was tijdrovend. We legden de fundamenten van het compliance programma en zochten de samenwerkig met andere afdelingen. Naast Legal zijn HR&IC en Internal Control belangrijke pijlers onder het compliance programma. Ook hadden we vanaf het begin het commitment van het MT. Dat was belangrijk om compliance verder uit te rollen.”

En is het hiermee afgesloten?

“Nee hoor, we staan nog maar aan het begin. In 2018 hebben we de basis neergezet, in 2019 gaan we dit verder invullen. In het introductieprogramma voor nieuwe medewerkers is compliance een verplicht onderdeel geworden en de eerste audit vanuit Parijs is inmiddels geweest.”

“Daarnaast zijn er dit jaar nog twee grote compliance klussen te klaren. De eerste is Third Party Due Diligence, wat inhoudt dat wij al onze businesspartners moeten gaan toetsen op compliance. De tweede is Import & Export Controle. Dat betekent dat we ons moeten houden aan de sanctiewet- en regelgeving die handel van bepaalde producten naar bepaalde landen en/of personen beperkt of verbiedt.”



Wist je dat...

In de periode mei t/m november 2018 **320** collega’s een compliance training hebben gekregen van Legal?

In de periode juli t/m november 2018 **1056** collega’s de 4 e-learning modules Fraude & Corruptie hebben gemaakt?

In 2018 Wereldwijd **25.000** Sonepar collega’s de e-learnings hebben gemaakt?

India en China als eerste landen in de groep die de e-learnings 100% hadden afgerond?

Prestatieladder Sociaal Ondernemen

Technische Unie draagt bij aan een inclusieve maatschappij. Dat doen we door onze organisatie toegankelijk te maken voor mensen die tot een kwetsbare doelgroep behoren, en aandacht te besteden aan sociale inkoop. In 2018 hebben we onze inspanningen op dit vlak laten auditen. Met succes: we hebben de eerste trede behaald van de Prestatieladder Sociaal Ondernemen (PSO). En we gaan door, want er is nog veel te winnen, zegt HR-adviseur Dorine van Bockel.

PSO

A 1 2 3

“We hebben gezien wat een collega die een afstand tot de arbeidsmarkt ervaart, in positieve zin bijdraagt aan een team. Er ontstaat meer cohesie en verdraagzaamheid, we leren om te gaan met beperkingen van mensen en vooral die beperking te benutten. Iemand met autisme kon voorheen niet in één van onze servicecentra werken. Klantcontact kan immers belemmerend werken. Maar het spiegelen en tellen van de producten in een servicecentrum gaat heel goed en geeft hem of haar veel voldoening. De andere teamleden kunnen zich zo meer richten op commercie. Een win-win situatie.”

samen meer mogelijk maken
technische unie

Wat willen we met Verkoop2020 ook alweer bereiken?

De samenvoeging van verkoopkantoren komt voort uit de doelstelling van Verkoop2020 om 'leaner' te worden. Minder vestigingen, minder regio's en meer samenwerking binnen de clusters. Aan de andere kant willen we binnen Verkoop juist differentiëren en innoveren, om zo onze klanten nog beter te bedienen. Vanuit die doelstelling is de commerciële binnendienst gesplitst in twee elkaar aanvullende aandachtsgebieden: commercieel specialist en medewerker customer service.

Frank van der Meché,
Verandermanager
"Als het besluit eenmaal is genomen, regelen de lokale managers alles"

4 VRAGEN OVER...

De samenvoeging van Verkoopkantoren

In 2017 gingen de verkoopkantoren in Amsterdam samen tot één grootstedelijk verkoopkantoor. Daarna werd ook in andere steden een samenvoeging aangekondigd. Een aankondiging met behoorlijke impact. Vier vragen aan Verandermanager **Frank van der Meché** – met antwoorden.

Hoe is het besluit tot stand gekomen?

"Het besluit vindt zijn oorsprong in de clustersamenwerking. Vanuit Verkoop2020 hebben we alle managers van de verkoopkantoren gevraagd hoe je slimmer kunt samenwerken in het cluster. De ultieme clustering is dat je ook fysiek samengaat. Dat komt het beste tot zijn recht in de grootstedelijke gebieden."

Wat is er in 2018 gebeurd?

"In 2018 is op meerdere locaties een samenvoeging aangekondigd. In Den Haag, Rotterdam, Eindhoven en als laatste Utrecht. In Den Haag is de samenvoeging in 2018 uitgevoerd, in Rotterdam, Eindhoven en Utrecht gaat dit nog gebeuren. We hebben ook een nieuwe clusterindeling gemaakt en we zijn van drie naar twee regio's gegaan. Alles trouwens in nauwe en prettige samenwerking met de Ondernemingsraad."

Hoe gaat een samenvoeging in zijn werk?

"Als het besluit eenmaal is genomen, regelen de lokale managers alles. Van het informeren van collega's en hen meenemen in het proces, tot aan de fysieke verhuizing. De managers verdelen onderling de verantwoordelijkheden, waarbij ieder doet waar hij goed in is. Dat zie je mooi in Eindhoven. De Manager VK Eindhoven organiseert de hele verhuizing, de Manager VK Helmond doet de people kant. Wat dat betreft gaat Verkoop2020 niet alleen over veranderen van de manier waarop we georganiseerd zijn. Het gaat ook over de manier waarop we dit doen, hoe we samenwerken met elkaar."

Wat bereiken we met deze stap?

"Als je fysiek bij elkaar zit ben je minder kwetsbaar qua bezetting en qua aanwezige kennis en kunde. Daarnaast kun je met 16 man je meer specialiseren dan met 8. Voor de commerciële binnendienst is specialisatie belangrijker dan lokale aanwezigheid. Uiteindelijk doen we het allemaal voor de klant, die we een absurde dienstverlening willen bieden. De klant wordt nog beter en nog sneller geholpen, of hij nu een Customer Service vraag heeft of een technisch specialistische vraag."