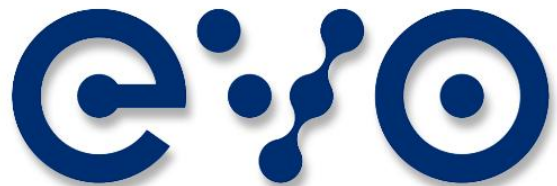


BIJLAGEN DOCUMENT



Communication & Multimedia Design
Blok: CMD-Afstuderen
Hooffase 2011-2012



Document: Bijlagen Document
Opleverdatum: Juni 2012
In opdracht van: Danica Mast & Michiel Hopman
Student: Dennis van Reijn
Studentnummer: 07060041

Titelpagina

Opleidingsinstituut

Haagse Hogeschool
Johanna Westerdijkplein 75
2521 EN Den Haag
Academie voor ICT & Media

Opleiding

Communication and Multimedia Design

Studiejaar

2011-2012

Examinatoren

Mevrouw D. Mast
De heer M. Hopman

Opdrachtgever

EVO
Signaalrood 60
2718 SG Zoetermeer

Bedrijfsmentor

Mevrouw L. Beeloo

Student

Dennis van Reijn
07060041

Voorwoord

Voor u ligt mijn bijlagen document van mijn afstudeerverslag dat geschreven is in het kader van mijn afstudeerstage. Van 24 oktober 2011 t/m 10 februari 2012 heb ik stage gelopen bij EVO, een ondernemersorganisatie voor logistiek en transport, gevestigd in Zoetermeer.

In een periode van 17 weken heb ik bij EVO onderzoek gedaan naar hun intranet en voor hen een adviesrapport opgeleverd. Dit verslag is bedoeld voor iedereen die geïnteresseerd is in het proces dat ik tijdens mijn stage heb doorlopen.

Graag wil ik EVO bedanken voor alle hulp en ondersteuning die ik tijdens mijn onderzoek heb gehad. Mijn dank gaat met name uit naar Lucienne Beeloo, die tijdens mijn afstudeerstage functioneerde als bedrijfsmentor en mij heeft begeleid tijdens het proces. Daarnaast wil ik mijn opdrachtgevers Sofieda Hoebdar en Jonas van der Wende bedanken voor hun hulp en ondersteuning tijdens mijn stage.

Tot slot wil ik ook de Haagsche Hogeschool bedanken en gaat mijn dank uit naar Danica Mast en Michiel Hopman, met hun tips die van invloed geweest op de realisatie van dit verslag.

Zoetermeer, juni 2012

Dennis van Reijn

Inhoudsopgave

BIJLAGE I: Adviesrapport

BIJLAGE II Enquête Resultaten

BIJLAGE III Bedrijfsanalyse

BIJLAGE IV Plan van Aanpak

1. Inleiding

Deze bijlagen zijn geschreven in het kader van mijn afstudeerstage. Van 24 oktober 2011 t/m 10 februari 2012 heb ik stage gelopen bij EVO, een ondernemersorganisatie voor logistiek en transport, gevestigd in Zoetermeer.

Het doel van deze bijlage is om de lezer te voorzien van extra informatie, relevant aan mijn afstudeerperiode, die niet in mijn afstudeerscriptie voorkomt.

Er zijn meerdere tussenproducten voor EVO gerealiseerd, die allen tezamen zijn gevoegd in één groot adviesrapport, dat is opgeleverd aan EVO. Alle overige producten staan in mijn afstudeerscriptie vermeld, op de volledige bedrijfsanalyse, het volledige plan van aanpak en de volledige lijst aan enquêteresultaten na. Deze kunt u in dit bijlagen document vinden.

Dit document begint met BIJLAGE I: Adviesrapport, hier kunt u het adviesrapport vinden. Dit is het eindproduct en tevens het enige product dat aan EVO is opgeleverd. Vervolgens volgt BIJLAGE II Enquête Resultaten, waar u alle enquête resultaten kunt terugvinden, opgemaakt in cirkeldiagrammen. Vervolgens volgt BIJLAGE III Bedrijfsanalyse, waar u de volledige bedrijfsanalyse kunt vinden. Hierin staan bijvoorbeeld de financiële gegevens, die niet in het adviesrapport of de afstudeerscriptie zijn opgenomen. Tot slot volgt BIJLAGE IV Plan van Aanpak, waar u het plan van aanpak kunt vinden.

BIJLAGE I

Adviesrapport

Adviesrapport

Academie voor ICT & Media

Communication & Multimedia Design

Blok CMD-Afstuderen

Hoofdfase 2011-2012



Document:	Adviesrapport
Versie:	1.1
Opleverdatum:	13 Februari 2012
In opdracht van:	EVO
Student:	Dennis van Reijn
Studentnummer:	07060041

Samenvatting

In een periode van 17 weken heb ik bij EVO onderzoek gedaan naar hun intranet. Het onderzoek bestaat uit een bedrijfsanalyse, een analyse van het intranet, een analyse van de doelgroep, een eigen ontwerp van het intranet (op basis van systeemeisen) en een benchmark. Deze analyses zijn niet alleen uitgevoerd door middel van deskresearch, maar er is een online enquête uitgevoerd, er zijn gesprekken met de managers van EVO gevoerd, er zijn softwarepakketten getest en tot slot zijn er bedrijven bezocht, voor het uitvoeren van een benchmark.

Voor de aanvang van mijn afstudeerstage was er al het vermoeden dat het huidige intranet, door veroudering niet meer voldoet aan de eisen en wensen van de doelgroep. Tijdens dit onderzoek is dat bevestigd.

Het intranet ondersteund 63% van de ondervraagden en dat geeft aan dat men binnen EVO een intranet nodig heeft. Omdat uit de enquête naar voren is gekomen dat ruim 94% van de ondervraagde zegt dat EVO er goed aan doet het intranet te vernieuwen, is er dus een nieuw intranet nodig. Ik adviseer EVO dan ook om over te gaan op een nieuw intranet.

Volgens de managers moet dit intranet aan het volgende voldoen:

Het intranet moet hoofdzakelijk dienen als middel voor informatieoverdracht en naslagwerk, maar daarnaast mag het intranet ondersteuning bieden op het gebied van samenwerking en communicatie binnen EVO.

In dit rapport zijn een aantal functies naar voren gekomen die het intranet moet bezitten. De belangrijkste functies zijn de volgende:

- De Wie is wie? (*Smoelenboek*)
- Intern Nieuws
- Personeelsinformatie
- Afdelingspagina's
- Een goede zoekfunctie

De grootste verandering bij een nieuw intranet zal de look & feel, oftewel het uiterlijk zijn. Het huidige uiterlijk van het intranet is verouderd en het is daardoor onaantrekkelijker. Deze veroudering zorgt ook voor een minder gebruikersvriendelijk systeem en niet iedereen vindt het intranet even prettig in gebruik. Het nieuwe design, zal persoonlijker, gebruikersvriendelijker en meer van deze tijd moeten zijn.

Tijdens de benchmark zijn er een aantal mogelijkheden naar voren gekomen voor de vernieuwing van het huidige intranet. Dit zijn voornamelijk nieuwe systemen.

De keuze die uiteindelijk gemaakt zal worden, is niet aan mij. Deze keuze is voor een groot deel afhankelijk van het budget. Zolang EVO rekening houdt met de gegeven wensen en eisen in dit rapport, kan er haast geen foute keuze gemaakt worden.

Voorwoord

Voor u ligt het adviesrapport dat geschreven is in het kader van mijn afstudeerstage. Van 24 oktober 2011 t/m 10 februari 2012 heb ik stage gelopen bij EVO, een ondernemersorganisatie voor logistiek en transport, gevestigd in Zoetermeer.

In een periode van 17 weken heb ik bij EVO onderzoek gedaan naar hun intranet. Dit rapport is hoofdzakelijk bedoeld voor de medewerkers van EVO, maar uiteraard ook geschikt iedereen die geïnteresseerd is in dit eindproduct, het adviesrapport, dat is opgeleverd voor EVO.

Graag wil ik EVO bedanken voor alle hulp en ondersteuning die ik tijdens mijn onderzoek heb gehad. Mijn dank gaat met name uit naar Lucienne Beeloo, die tijdens mijn afstudeerstage functioneerde als bedrijfsmentor. Uiteraard wil ik ook mijn opdrachtgevers Sofieda Hoebdar en Jonas van der Wende bedanken voor hun hulp en ondersteuning.

Zoetermeer, 13 Februari 2012

Dennis van Reijn

Inhoudsopgave

Inleiding	5
1. Het Bedrijf	6
1.1 EVO in het kort	7
1.2 Mijn plek in het bedrijf	8
2. De Opdracht	9
2.1 Aanleiding & Probleemstelling van de opdracht	10
2.2 Doelstelling van de opdracht	10
2.3 De opdracht	11
2.4 Betrokkenen bij de opdracht	12
3. Het Intranet	13
3.1 mijnEVO Homepage	14
3.2 De Afdelingspagina's	18
3.3 Functionaliteiten van het intranet	19
3.4 Design en structuur	20
4. De Doelgroep	21
4.1 De Aanpak & Representativiteit	22
4.2 Omvang en Leeftijd	23
4.3 Dienstjaren	23
4.4 Overige Kenmerken	24
4.5 Beoordeling van het huidige intranet	25
4.6 Het uitwisselen van bestanden	26
4.7 Behoeftes	26
4.8 Persona	29
5. Designadvies & Systeemeisen	30
5.1 Toelichting op de systeemeisen	31
5.2 De Aanpak	32
5.3 Functionele specificaties & Content eisen	33
5.4 Design tips	36
6. De Benchmark	42
6.1 De Aanpak	43
6.2 Yammer	43
6.4 WorkVoices	50
6.5 Winkwaves	52
6.6 Sharepoint 2010	54
6.7 Maatwerk	56
6.8 Afgevalen Pakketten	59
7. Het Advies	60
7.1 Waar is EVO klaar voor?	61
7.2 Waar moet EVO voor kiezen?	62
7.3 Waarom een nieuw (sociaal) Intranet?	64
7.4 Conclusie	64

Inleiding

Dit adviesrapport is geschreven in het kader van mijn afstudeerstage. Van 24 oktober 2011 t/m 10 februari 2012 heb ik stage gelopen bij EVO, een ondernemersorganisatie voor logistiek en transport, gevestigd in Zoetermeer.

De doelstelling van de opdracht is dat EVO na mijn afstudeerstage van 17 weken een nieuw intranet kan realiseren, op basis van een adviesrapport, waarin de wensen en behoeften van de doelgroep staan, met een daarop aangesloten concept en aanbeveling, gebaseerd op basis van een benchmark.

In hoofdstuk 1 kunt u meer informatie over het bedrijf vinden. Deze achtergrond informatie is met name interessant voor lezers die niet bij EVO werkzaam zijn (of zijn geweest). In hoofdstuk 2 wordt er ingegaan op de opdracht. In hoofdstuk 3 wordt het intranet behandeld, het product waar het allemaal om gaat. In hoofdstuk 4 wordt er ingegaan om de doelgroep van het intranet. Wie zijn zij en wat vinden zij van het intranet? In hoofdstuk 5 kunt u meer informatie vinden over een intranet op basis van een eigen design. In hoofdstuk 7 staat een uitgebreide benchmark, waar een aantal softwarepakketten worden uitgelicht. Tot slot kunt u in hoofdstuk 7 het uiteindelijke advies vinden.

1. Het Bedrijf

In dit hoofdstuk kunt u informatie vinden over het bedrijf waar stage is gelopen. Deze achtergrondinformatie is relevant voor lezers, die niet werkzaam zijn (of zijn geweest) bij EVO.

1.1 EVO in het kort

EVO behartigt de logistieke belangen van 20.000 bedrijven die goederen te vervoeren hebben. Met elkaar zijn de leden van EVO verantwoordelijk voor 1,3 miljoen banen en meer dan 70 procent van alle goederenverplaatsingen in Nederland inclusief import en export, over weg, water rails en door de lucht.

Eén vuist

EVO maakt samen met haar leden één vuist voor ondernemend Nederland. Files? Onnodig strenge regels? Onvoldoende marktwerking? EVO zorgt ervoor dat uw belangen op het netvlies staan van beleidsmakers. Vanuit Den Haag, maar ook in de regio en in Brussel.

Meer advies, méér rendement

De specialisten van EVO's Ondernemersservice helpen leden verder met al hun vragen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving in het vervoer, milieu, internationale leveringscondities en fiscale zaken.



Figuur 1: EVO Zoetermeer

Onze bedrijfsadviseurs staan leden bij met complexere vraagstukken op het gebied van onder andere vervoer, magazijninrichting, ketenlogistiek en kostenontwikkeling. Met hun adviezen zorgen zij ervoor dat bedrijven meer rendement uit hun logistieke organisatie halen.

Marktleider

EVO is marktleider als het gaat om opleidingen intern transport. Behalve opleidingen op vmbo- en mbo-niveau is er de EVO-Hogeschool, met studieprogramma's op (post)hbo-niveau voor ambitieuze logistieke medewerkers en leidinggevenden. Onze docenten komen uit de praktijk.

Op het moment van schrijven bestaat EVO uit 295 medewerkers verdeeld over Zoetermeer en Venlo. Het overgrote deel van de medewerkers is gevestigd in Zoetermeer. In Venlo zitten slechts 5 van de 295 medewerkers.

1.2 Mijn plek in het bedrijf

Tijdens mijn afstudeerstage ben ik werkzaam geweest op de afdeling Digitale Media. In 2012 hebben er wat wijzigingen in de organisatie plaats gevonden, waardoor deze afdeling iets is veranderd. Bij aanvang van mijn stage, bestond de afdeling Digitale Media uit 7 medewerkers. De teamleider van de afdeling Digitale Media was toen Sofieda Hoebdar, die functioneerde als mijn opdrachtgever. Met haar is dan ook voor aanvang van de stage de opdracht besproken. Naast Sofieda en mijzelf als stagiair, waren er 5 vaste medewerkers in dienst bij de afdeling Digitale Media.

Per 1 januari 2012 is de afdeling Digitale Media opgesplitst in Digitale Media en Database en CRM Datamanagement & Onderzoek. Sofieda Hoebdar, werd per 1 januari 2012 aangesteld tot teamleider CRM Datamanagement & Onderzoek en was hierdoor niet langer mijn opdrachtgever. Op de afdeling Digitale Media werd een nieuwe teamleider aangesteld, genaamd Jonas van der Wende. Hij werd dan ook mijn nieuwe opdrachtgever.



Figuur 2: Mijn werkplek

De afdeling Digitale Media is verantwoordelijk voor het intranet en zijn het aanspreekpunt voor vragen hierover. Zij verzorgen het intranet door het nieuws op het intranet te plaatsen en het updaten van de medewerkers (de 'wie is wie?') op het intranet.

Daarnaast is de afdeling Digitale Media verantwoordelijk voor de website van EVO, waar dagelijks nieuwe berichten op terug te vinden zijn. Zij houden zich dan ook voornamelijk bezig met het verzorgen van de content op de website. Er zijn ook een aantal andere websites waar zij hun bijdrage aan leveren. Zo leveren zij foto's aan en ontwikkelen zij banners voor een aantal websites.

De Social Media platformen van EVO vallen ook onder de afdeling Digitale Media. Zo onderhouden zij het EVO-Connect, een nieuw Social Media platform voor leden van EVO (bedoeld om hen bij elkaar te brengen), maar ook de Twitter-, Youtube-, LinkedIn-, Goole Plus en Facebook-account van EVO.

Tot slot zijn er nog de overige werkzaamheden, wat voornamelijk neerkomt op het ondersteunen van andere afdelingen. Zo ondersteund de afdeling Digitale Media andere afdelingen, door bijvoorbeeld het verzorgen van mailings. Zo zal de afdeling Digitale Media in 2012 aan de slag gaan met een nieuw programma, waarmee zij de afdeling Marketing gaan ondersteunen met het verzorgen van mailings en de nieuwsflits.

2. De Opdracht

In dit hoofdstuk kunt u een uitgebreide omschrijving van de opdracht vinden bestaande uit, de aanleiding & probleemstelling, de doelstelling, een omschrijving van de opdracht en tot slot de betrokkenen bij de opdracht.

2.1 Aanleiding & Probleemstelling van de opdracht

Sinds 1 januari 2011 beschikt EVO over een afdeling Digitale Media. Sinds die datum houdt EVO zich bezig met digitale vernieuwingen binnen het bedrijf. Zo hebben ze sinds mei 2011 een vernieuwde website en houden ze zich bezig met verschillende Social Media platvormen.

Binnen EVO, wordt gewerkt met een intranet dat door alle afdelingen wordt gebruikt. Het is vrij een complex intranet en het is sinds 2004 niet meer vernieuwd.

Het intranet is volgens de opdrachtgever “zwaar verouderd” en moet worden vernieuwd. Voordat dit gebeurt, wilt EVO eerst onderzoeken of deze vernieuwing daadwerkelijk nodig is en op wat manier dat dan zou moeten gebeuren. Voor dit onderzoek, ben ik als stagiair aangenomen.

Voor aanvang van mijn stage, is er met Sofieda Hoebdar (die toen nog mijn opdrachtgever was) & Lucienne Beelo over het intranet gesproken, waar het volgende uitkwam:

Het hoofdprobleem van het huidige intranet van EVO, is dat het een verouderd intranet is met beperkte functionaliteiten, waardoor het intranet niet altijd kan voldoen aan de wensen van de organisatie.

Een sub probleem van het huidige intranet van EVO, is dat de wensen en behoeften van de organisatie met betrekking tot het intranet niet bekend zijn en dat er geen doel gedefinieerd is voor het intranet.

2.2 Doelstelling van de opdracht

Voor aanvang van mijn afstudeerstage is de volgende doelstelling opgesteld:

De doelstelling van de opdracht is dat EVO na mijn afstudeerstage van 17 weken, op basis van een adviesrapport, met daarin de wensen en behoeften van de doelgroep, en op basis van een concept van een nieuw intranet, een nieuw intranet kan realiseren.

De uiteindelijk uitgevoerde opdracht is iets afgeweken van de oorspronkelijk opgestelde opdracht. Meer hierover kunt u lezen in hoofdstuk 2.3 De opdracht.

2.3 De opdracht

De oorspronkelijke opdracht, besproken met Sofieda Hoebdar, luidt volgens als volgt:

In de probleemstelling wordt aangegeven dat het intranet niet altijd kan voldoen aan de wensen van de organisatie. Dit komt doordat de wensen en behoeften van de organisatie niet bekend zijn.

Aan het eind van mijn afstudeer traject verwacht EVO van mij een adviesrapport, waarin een de volgende zaken staan:

- *Concreet de wensen en behoeften van de doelgroep met betrekking tot het intranet, bestaande uit drie niveaus, namelijk: Medewerkerniveau, Managementniveau & Directieniveau*
- *De functies waar het (nieuwe) intranet over moet beschikken, gebaseerd op de eisen en wensen van de doelgroep.*
- *Een duidelijk doel van het nieuwe intranet*
- *Een advies over hoe het nieuwe intranet eruit zal moeten zien.*

Naast het adviesrapport, zal er om het advies te versterken een concept van een nieuw intranet opgeleverd moeten worden. Dit concept zal gebaseerd zijn op het adviesrapport en dus ook op de wensen en behoeften van de doelgroep.

Tijdens mijn afstudeerstage is de opdracht enigszins aangepast, maar voor het overgrote deel is deze hetzelfde gebleven. Dit komt doordat de afdeling Digitale Media waar ik onder val, per 1 januari 2012 opgesplitst in 'CRM Datamanagement & Onderzoek' en 'Digitale Media'. Mijn oude opdrachtgever en tevens oude teamleider Digitale Media, Sofieda Hoebdar, functioneert sinds 1 januari 2012 als teamleider CRM Datamanagement & Onderzoek. Voor de afdeling Digitale Media is Jonas van der Wende aangesteld als nieuwe teamleider en werd hij mijn nieuwe opdrachtgever.

In eerste instantie zou er een concept opgeleverd worden dat bestaat uit zowel wireframes als schetsen in photoshop. Dit zou dan een soort intranet op basis van maatwerk zijn. In de beginfase van het onderzoek kwamen we er achter dat er al heel veel softwarepakketten op de markt zijn, waarmee in intranet gerealiseerd kan worden. Het was nog maar de vraag of EVO wel voor maatwerk zou kiezen en het werd veel interessanter om te weten wat de mogelijkheden op de markt zijn.

Het concept werd hierdoor minder relevant en Jonas verzocht of er een uitgebreide benchmark gedaan kon worden, waarin de volgende zaken behandeld zouden worden:

- Wat voor softwarepakketten zijn er op de markt, voor een intranet?
- Wat zijn de voor en nadelen van deze pakketten?
- Wat zijn de kosten van deze pakketten?
- Welk van deze pakketten is het beste geschikt voor EVO?

Omdat een uitgebreide benchmark veel tijd kost, is het concept beperkt tot schetsen in photoshop. Wat wel belangrijk was voor EVO, een advies van hoe het intranet eruit zou moeten zijn. In dit rapport is dat ook opgenomen en verwerkt in schetsen.

Daarnaast is het wel interessant om te vermelden dat er bij EVO geen webdesigners of webdevelopers werkzaam zijn. Mocht EVO kiezen voor maatwerk, dan wordt dit uitbesteedt. Schetsen en een advies van hoe een intranet eruit moet zijn, is daarom meer dan genoeg voor EVO.

2.4 Betrokkenen bij de opdracht

In figuur 3 vindt u de betrokkenen bij de afstudeeropdracht.

**Sofieda Hoebdar** - *Teamleider CRM Datamanagement & Onderzoek*

Sofieda Hoebdar functioneerde tijdens mijn afstudeerstage van 24 oktober 2011 t/m 31 december 2011 als opdrachtgever. Voor aanvang van de stage, is met Sofieda de opdracht bepaald. Haar oude functie was Teamleider Digitale Media, maar die kwam per 1 januari 2012 te vervallen toen zij werd aangesteld tot Teamleider CRM Datamanagement & Onderzoek.

Telefoonnummer: 079 - 346 73 46

E-mailadres: s.hoebdar@evo.nl

**Jonas van Der Wende** - *Teamleider Digitale Media*

Per 1 januari 2012 is Jonas van der Wende door wijzigingen in de organisatie, gepromoveerd tot Teamleider Digitale Media. Hierdoor functioneert hij sinds 1 januari 2012 als mijn [opdrachtgever](#). Voordat hij mijn opdrachtgever werd, hebben we al regelmatig gesproken over het intranet. Hij zal degene zijn die uiteindelijk tevreden moet zijn over het eindproduct dat ik oplever.

Telefoonnummer: 079 - 346 72 52

E-mailadres: j.van.der.wende@evo.nl

**Lucienne Beeloo** - *Medewerker Digitale Media*

Lucienne Beelo functioneerde tijdens de afstudeerstage als [bedrijfsmentor](#). Zij heeft mij begeleid tijdens het uitvoeren proces.

Telefoonnummer: 079 – 346 73 57

E-mailadres: l.roggeveen@evo.nl

**Dennis van Reijn** - *Afstudeerstagair*

Dennis van Reijn, ik, is de stagiair die het project heeft uitgevoerd.

Telefoonnummer: 079 - 346 73 44

E-mailadres: d.vanreijn@evo.nl

**Personeel van EVO** - *Directie/Managers/Medewerkers*

Het uiteindelijke advies zal afgestemd moeten zijn het personeel dat bij EVO werkt. Hun behoeften en wensen zijn van groot belang, voor het advies.

Telefoonnummer: 079 - 346 73 46

E-mailadres: alias.achternaam@evo.nl

Figuur 3: Betrokkenen bij de opdracht

3. Het Intranet

In dit hoofdstuk vindt u het product waar het allemaal om draait, het huidige intranet van EVO. In dit hoofdstuk staat uitgebreid beschreven, wat het systeem kan en hoe het eruit ziet.

Tijdens mijn Quicksan heb ik het huidige intranet van EVO bekeken. Zo heb ik onder andere genoteerd wat het intranet allemaal kan, hoe het eruit ziet, maar ook wat mijn kijk daarop is. De beoordeling van het intranet in dit hoofdstuk is dan ook hoofdzakelijk gebaseerd op mijn mening, als Communicatie & Multimedia Design student. In *hoofdstuk 4 De Doelgroep*, kunt u vinden wat de doelgroep van het intranet vindt.

3.1 mijnEVO Homepage

Met het intranet van EVO, genaamd mijnEVO, wordt al een aantal jaar gewerkt. Een precieze datum is niet bekend, maar wat wel duidelijk is, is dat het intranet zijn laatste vernieuwing in november 2004 heeft gehad. Op het moment van schrijven is dat meer dan 7 jaar geleden.

Het Intranet moest na zijn vernieuwing in 2004, hét middel zijn voor de interne communicatie en toegang bieden tot informatie die iedere medewerker nodig heeft. Zowel informatie voor zijn werk als voor het kunnen functioneren binnen EVO, moest te vinden zijn via dit intranet.

De startpagina van intranet 'mijnEVO' dat in november 2004 werd gelanceerd is bedoeld om alle informatie, die je regelmatig nodig hebt, snel toegankelijk te maken. Dit kan je in mijnEVO naar je voorkeur inrichten. In de afbeeldingen hieronder zie je een screenshot van de mijnEVO homepage.

The screenshot shows the mijnEVO homepage with the following sections:

- Afdelingspagina's:**
 - Mijn afdeling(en): Communicatie, Digitale Media
 - Speciale groep(en): Activiteitscommissie, Bedrijfs hulpverlening, Signaal, Van E.V.O. naar EVO, Marktplaats
 - Persoonlijke keuze: Personeel & Organisatie
- EVO-linkselectie:**
 - EVO Academy: EVO-Clopedie, EVO Academy
 - PROFIT: Profit - Opstarten, Profit - Info, CAS - Inloggen
 - EVO-media: EVO Extra, EVO Logistiek, EVO Magazine, EVO-Visie
 - EVO-website: Medewerkerswachtwoord voor de EVO-website, EVO-it, EVO-beeldbank, EVO Connect, Hogeschool, evo.nl
 - Intern: Vacatures
 - Naslag: Formuleren & Handleiden
- Laatste nieuws EVO-intranet:**
 - Cursus Excel
 - Targ mogelijk onbereikbaar op 8-11
 - NKIT
 - Beoordelingsformulier 2011
 - Resultaten MedewerkersTevredenheidsOnderzoek
 - Even voorstellen: Dennis van Reijn
 - EVO Logistiek nr. 7
- Laatste nieuws EVO-website:**
 - Tijdelijk geen uitgifte kaarten digitale tachograaf
 - Spoordienst Antwerpen-Venlo-Duisburg haalbaar
 - Nieuwe toegangseisen Maasvlakten
 - Jansen kampioen, Moors Hefttruckheid
 - Maximumtarief voor rijbewijs: 37,05 euro
 - Sabic winnaar Nederlandse Logistiek Prijs 2011
 - EVO en TLN: Blankenburgtunnel verbetert doorstroming
- Wie is Wie ?**
- Persoonlijke contacten:**
 - Lucienne Roggeveen-Beeloo (tel. 357)
 - Auke van Deutekom (tel. 293)
 - (tel. 235)
 - Sofieda Hoebdar (tel. 345)
 - Jeanne van Norden (tel. 305)
 - (tel. 252)
- Nieuwe medewerkers:**
 - Makelaar, T.J.C. (Thibby)
 - Michel, C.G. (Celine)
 - Dennis van Berkel
 - Dennis van Reijn
- Verjaardagen:**
 - 7/11 Peter van Rheeën
- Calendar (November 2011):**

Zo	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			
- Evenementen in deze maand:**
 - 07-11-2011: BO MIRT Zuidvleugel in kader van Beter Benutten
 - 08-11-2011: JLN/TempoTeam carrière event
 - 08-11-2011: BO MIRT Zeeland
 - 09-11-2011: Procedurevergadering ministerie J&M
 - 10-11-2011: ICT & Logistiek beurs
 - 10-11-2011: Opfrisbijeenkomst Declarant
 - 10-11-2011: ICT & Logistiek beurs
 - 14-11-2011: Notaoverleg Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte
 - 16-11-2011: Voorlichtingsbijeenkomst Vervoersrecht voor wegvervoer
 - 17-11-2011: Masterclass Verandermanagement tweedaagse
 - 18-11-2011: Masterclass Verandermanagement tweedaagse
 - 18-11-2011: Demo LX

Figuur 4: mijnEVO Homepage

Op de volgende pagina drie pagina's wordt kort een toelichting gegeven op *Figuur 4: mijnEVO Homepage*. Daar wordt omschreven wat je precies kunt vinden op de mijnEVO homepage.

De linkerkolom

1. Linksboven vind je de rubriek Afdelingspagina's, die is onderverdeeld in Mijn Afdeling(en), Speciale groep(en) en Persoonlijke Keuze.

Onder 'Mijn Afdeling(en)' staan de namen genoemd van de folders van de afdelingen waarvoor je werkzaam bent. Doorgaans is dat er maar één, maar in enkele gevallen kun je medewerker van een project zijn. In dat geval vind je ook de naam van de betreffende projectfolder.

Tot de 'Speciale groep(en)' horen de folders/pagina's van de bijzondere groepen.

Je kunt ook de folders van andere afdelingen en/of groepen aan de rubriek toevoegen. Daarvoor klik je op het symbool , dat in de kop van de rubriek staat. Dit is dan de persoonlijke keuze.

2. Links in het midden kun je een rubriek vinden van EVO Media. Deze staat er niet bij iedereen. Personeel/afdelingen die een artikel moeten opleveren voor één van de EVO bladen krijgt in deze rubriek een melding wanneer dat moet. Deze meldingen worden door de redactie geplaatst. Zie figuur 5: EVO Media.



EVO media	
Inleverdata kopij	
15-11-2004	debuut
EVO Media afdelingsfolder	

Figuur 5: mijnEVO Media

3. De laatste rubriek in de linkerkolom is de EVO-linkselectie. Hier staan links naar webpagina's of websites met nuttige informatie. Daarnaast vind je hier ook de links naar de verschillende social media platvormen van EVO. Bij deze linkselectie kan je zelf niks wijzigen of toevoegen, dit kunnen enkel de beheerders van het intranet doen (afdeling Digitale Media).

De middenkolom

1. In het verleden werd er bovenaan in de middenkolom nog wel is een persoonlijk berichtje of speciaal bericht geplaatst, bijvoorbeeld bij een verjaardag. Dit moet handmatig geplaatst worden door de beheerders van het intranet. Hier wordt echter niet tot nauwelijks gebruik meer van gemaakt. In enkele gevallen, zoals bijvoorbeeld met de nieuwe e-mailhandtekening, werd hier een berichtje geplaatst.
2. Doordat er zelden gebruik gemaakt wordt van het persoonlijke/speciale bericht, vind je doorgaans het Laatste nieuws EVO-intranet bovenaan. Hier staan hyperlinks naar de laatste 10 items die op het intranet zijn geplaatst. Tot op heden is gebleken dat er niet heel veel op het intranet wordt geplaatst door de afdelingen. Gemiddeld worden er zo'n twee tot drie interne nieuwsitems per dag geplaatst. Slechts een paar afdelingen zijn hierin actief. Als je op 'alle berichten' klikt krijg je automatisch alle berichten te zien die als laatst op het intranet zijn geplaatst.
3. Onder het laatste EVO-intranet nieuws, vind je de rubriek Laatste nieuws EVO-website. Hier vind je hyperlinks naar de laatste 10 nieuwsitems, die op de EVO website zijn geplaatst. Als je op 'alle berichten' klikt ga je naar de homepage van de EVO website.

4. Onder de nieuwsrubrieken staat de rubriek Wie is wie?. Deze rubriek bestaat uit Persoonlijke contacten, Nieuwe medewerkers, Verjaardagen en Jubilea.

Via het symbool  kun je de persoonlijke contacten kiezen die weergegeven worden onder Persoonlijke contacten. Onder Nieuwe medewerkers vind je logischerwijs een lijst met nieuwe medewerkers; onder Verjaardagen vind je de verjaardagen van de verschillende medewerkers en tot slot vind je onder Jubilea, de jubilea van de medewerkers.

Reijn, D. van (Dennis)

Voornaam: Dennis
Telefoon: 344
Email: d.vanreijn@evo.nl
Afdeling: Marketing
Afdelingscode: 4600
Functie: Stagiair(e)
In dienst sinds: 24-10-2011
Verjaardag: 8-5



Persoonlijke informatie:

[Terug...](#)

Figuur 6: mijnEVO Profiel

Via de Wie is wie? kan je achter de contactgegevens van je collega's komen. Via 'alle medewerkers' kan je al het personeel binnen EVO vinden. Elke medewerker heeft een eigen pagina, waar een foto staat met contact gegevens, zoals je kunt zien in *Figuur 6: mijnEVO Profiel*.

De rechterkolom

1. In de rechterkolom vind je bovenaan een kalender, met daarin de evenementen /activiteiten van de huidige maand. Je bent ook in staat om door de kalender te navigeren en per dag te kijken wat er voor evenement / activiteit is. Je kan enkel toekomstige activiteiten en evenementen bekijken. Je kan wel terugnavigeren in de kalender, maar als een evenement of activiteit is geweest, wordt deze gewist uit de kalender. Een aantal medewerkers wilt nog wel is een evenement opzoeken dat al is geweest, maar doordat dit niet kan werkt de kalender dus niet geheel zoals gewenst. Men kan zelf niks toevoegen of wijzigen aan de kalender. Er zijn hier maar een aantal medewerkers voor bevoegd.
2. Onder de kalender met evenementen vind je de kop 'evenementen in deze maand'. Hieronder vind je hyperlinks naar artikelen van evenementen /activiteiten, gesorteerd per datum. Deze worden in principe per maand getoond, behalve als je op een specifieke dag op de kalender klikt. Dan staan er alleen links naar activiteiten van de desbetreffende dag.
3. Tot slot vind je rechtsonder een rubriek genaamd Persoonlijke Links. Eveneens kun je met het symbool , aanpassingen maken en persoonlijke links toevoegen. Deze links kan je sorteren per categorie. Zo kan je bovenin categorieën toevoegen, door er op elke regel één te plaatsen. Nadat je dit hebt opgeslagen, kan je weblinks toevoegen aan de verschillende categorieën. Je kan deze tevens een titel geven.

In *Figuur 7: Persoonlijke Links toevoegen*, kan je bekijken hoe het in zijn werk gaat.



The screenshot shows the 'Persoonlijke weblinks mijnEVO - Dennis van Reijn' interface. At the top, there's a header with the 'e:yo' logo and navigation links like 'bewegen', 'betrekken', 'belangstellend', 'verbonden', 'bewogen', 'belrokken', and 'belang'. Below the header, the title 'Persoonlijke weblinks mijnEVO - Dennis van Reijn' is displayed. The main section is titled 'Overzicht categorieën voor de weblinks' and contains a list of categories: 'Handige websites' and 'Persoonlijke websites'. A 'Categorieën opslaan' button is at the bottom right of this section. Below this, there's another section titled 'Overzicht weblinks' with instructions on how to add, edit, or delete links. A 'Weblink toevoegen' button is present. To the left, there's a sidebar with two categories: 'Handige websites' (containing 'Bright', 'Tweakers', 'Frankwatching', 'Hardware.info') and 'Persoonlijke websites' (containing 'Facebook'). A modal window titled 'Weblink - Mozilla Firefox' is open, showing a form to add a new link. The form includes fields for 'Titel', 'Adres/URL' (with 'http://' entered), and 'Categorie' (with 'Handige websites' selected). There are 'Opslaan' and 'Delete' buttons at the bottom of the form.

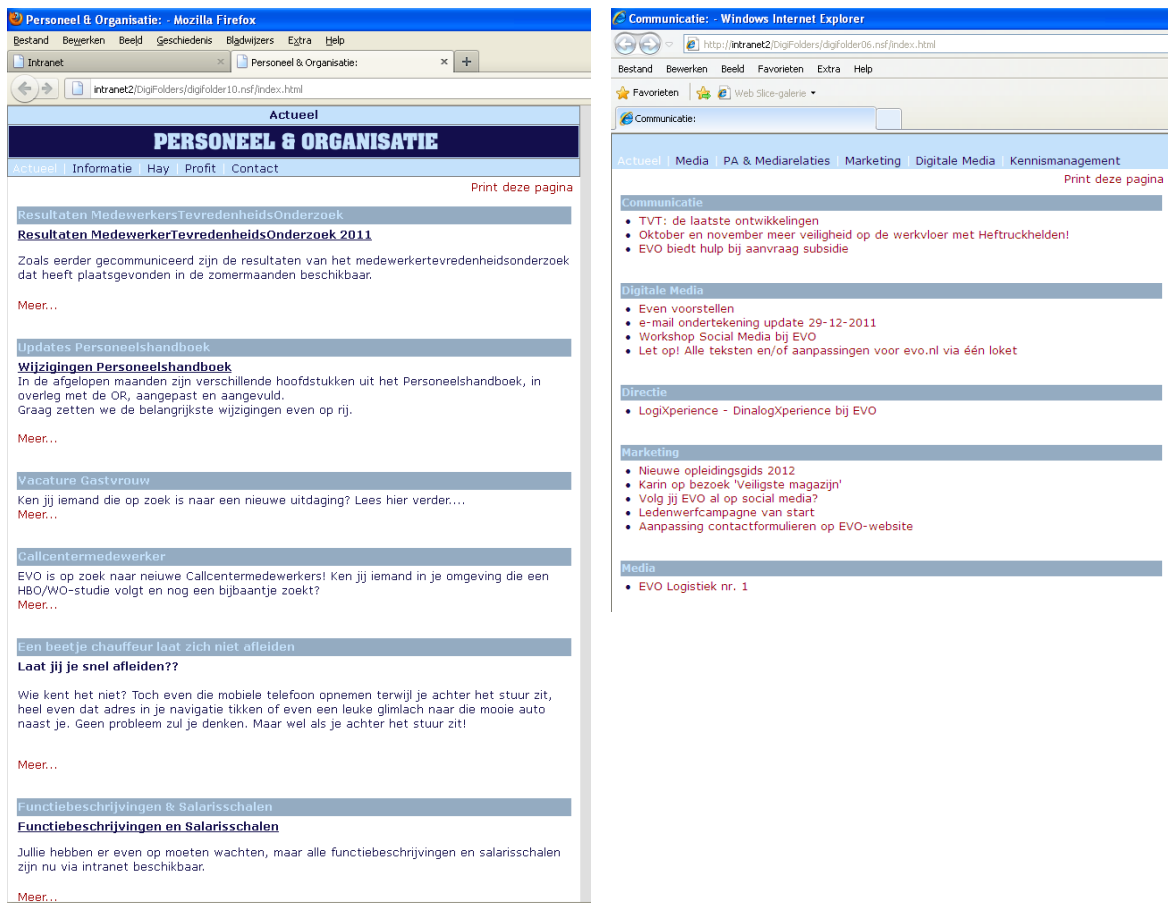
Figuur 7: Persoonlijke Links toevoegen

3.2 De Afdelingspagina's

Als je via de homepage (mijnEVO) op een afdelingspagina klikt krijg je een afdelingspagina te zien die lijkt op één van de afdelingspagina's uit *Figuur 8: Afdelingspagina's*. De pagina's lijken op elkaar, maar de indeling is niet consistent. Wat bij beide pagina's duidelijk naar voren komt is dat de stijl erg verouderd is. Ook worden de pagina's geopend in een nieuw tabblad. Hierdoor is er geen duidelijk navigatie aanwezig.

Zoals je ziet heeft de linker afdelingspagina wel duidelijk een kop, namelijk Personeel & Organisatie. Dit heeft de pagina van de afdeling Communicatie, rechts, niet. Verder wordt bij de afdelingspagina van Personeel & Organisatie boven de kop aangegeven waar je je binnen hun afdelingspagina's bevindt (*in dit geval: actueel*). Bij de afdelingspagina van Communicatie is dit niet.

Doordat alle afdelingspagina's, maar ook alle hyperlinks worden geopend in een nieuw tabblad, bestaat het intranet uit een aantal losse pagina's. Deze manier van navigeren, voor zo ver je het zo kan noemen, is dan ook zwaar verouderd en niet gebruiksvriendelijk te noemen.



Figuur 8: Afdelingspagina's

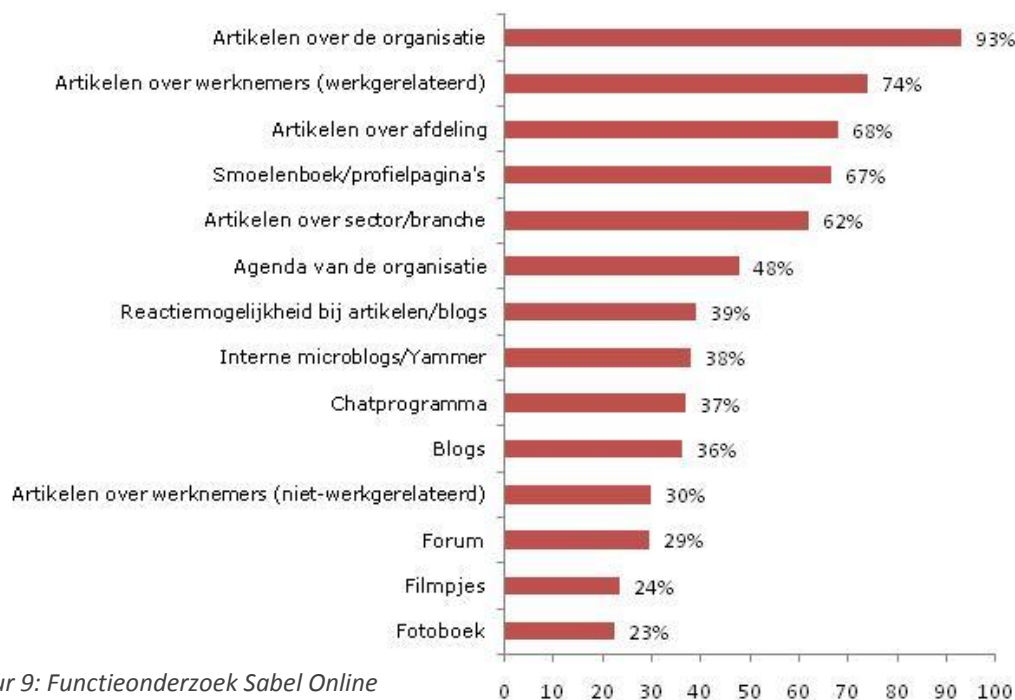
3.3 Functionaliteiten van het intranet

Hieronder staat een opsomming van de functionaliteiten van het intranet. Hier moet ik bij vermelden dat vrijwel alle functionaliteiten, ondanks dat ze aanwezig zijn, sterk verouderd zijn. Het intranet is voor het laatst in 2004 vernieuwd. Het bezit hierdoor geen 'nieuwe' functies.

De artikelen die op het intranet te vinden zijn, zijn bijvoorbeeld ook sterk verouderd. Veel informatie is niet meer relevant en staat toch nog op het intranet. De zoekfunctie van het huidige intranet is ook erg oud en werkt slecht. Zo belandt men niet altijd via de zoekfunctie, bij de juiste informatie, kan je niet filteren en worden zoekresultaten niet gesorteerd.

Aanwezige Functionaliteiten	Afwezige Functionaliteiten
• Artikelen over de organisatie • Artikelen over de werknemers (werkgerelateerd) • Artikelen over de afdelingen • Smoelenboek/profielpagina's (wie is wie?) • Artikelen over sector/branche • Agenda van de organisatie • Persoonlijke Links • (slechte) zoekfunctie • Sociale functies: Verjaardagen, Jubilea	• Artikelen over de werknemers (niet werkgerelateerd) • Reactiemogelijkheid bij Artikelen/blogs • Interne microblogs/Yammer • Chatprogramma • Forum • Blogs • Filmpjes • Fotoboek • Goed werkende zoekfunctie • Aanwezigheidsfuncties: Ziekte, Vrije Dagen

Sabel Online heeft in Juli 2011 een online enquête over LinkedIn en Twitter verspreid voor hun eigen onderzoek. Hierin werd onder andere gevraagd wat de aanwezige functionaliteiten waren op het intranet van de ondervraagde. Het resultaat is te zien in *Figuur 9: Functieonderzoek Sabel Online*.



Figuur 9: Functieonderzoek Sabel Online

3.4 Design en Structuur

Over het design en de structuur kan ik eigenlijk heel kort zijn. Het is een typisch web 1.0 systeem. Web 1.0 systemen komen uit de tijd van 1990 tot 2000. Dit houdt in dat het intranet er zwaar verouderd is en het ziet in mijn ogen onaantrekkelijk uit. Het intranet van EVO is weliswaar voor het laatst vernieuwd in november 2004, maar dit is enkel de homepage geweest. Deze homepage functioneert als een centrale plek, waar alle informatie aan gekoppeld is. Het intranet beschikt over een groot aantal web 1.0 aspecten. Dit zijn de volgende:

- Groep staat centraal
- Content komt vanuit één plek, content wordt van bovenaf bepaald
- Statisch systeem, losse pagina's
- Weinig interactie voornamelijk alleen lezen
- Bookmarking, favorieten opslaan
- Gesloten systeem
- Weinig tot geen sociale functionaliteiten

De meeste modernere en aantrekkelijkere websites van tegenwoordig zijn web 2.0 en men spreekt zelfs al over web 3.0. Web 2.0 zou horen bij het tijdperk 2000 tot 2010 en web 3.0 bij 2010 tot 2020. Van web 3.0 is dan ook nog niet veel te zien, maar zowel web 2.0 als web 3.0 richten zich meer op de gebruiker. Web 3.0 gaat echter nog een stapje verder in het richten op de gebruiker, dan web 2.0. Een voorbeeld hiervan zijn advertenties op bepaalde websites. De advertenties die je ziet, zijn bijvoorbeeld producten, die je onlangs op een andere website hebt bekeken. Uit web 2.0 en 3.0 kunnen een aantal kenmerken neergezet worden, die we tegenover de kenmerken van web 1.0 kunnen neerzetten. Dit zijn de volgende:

- Individuen staan centraal
- User-generated content, gebruikers bepalen de content (*denk terug aan de advertenties*)
- Dynamisch systeem, oftewel een geheel dat continue verandert
- Interactie tussen alle gebruikers, zowel lezen als schrijven
- Tagging, kenmerken ergens aan toevoegen (*groeperen*)
- Open systeem
- Veel sociale functionaliteiten

Het intranet van EVO bezit weinig tot geen kenmerken uit het laatste lijstje. Het enige 'dynamische' aan het intranet is de homepage, waar dagelijks het nieuws, de agenda en de verjaardagen veranderen. De manier waarop dit verandert sluit echter weer helemaal aan bij het web 1.0 lijstje, de verandering komt van bovenaf.

Doordat het intranet uit losse pagina's bestaat, zonder enige vorm van navigatie, is er geen duidelijke structuur in te vinden. Het intranet ziet er qua stijl ook erg verouderd uit. Het mist bijvoorbeeld gradients en shadows, zoals je bij nieuwere websites ziet. Dit soort kleine toevoegingen maken de website aantrekkelijker en het oogt daarnaast professioneler als je de nieuwste designtechnieken of toevoegingen gebruikt.

4. De Doelgroep

In dit hoofdstuk kunt u een uitgebreide omschrijving van de doelgroep van het intranet vinden. Zo kunt u lezen wie de doelgroep van het intranet van EVO is en wat zij van het intranet vinden.

4.1 De Aanpak & Representativiteit

De gegevens in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op de het Medewerkers Tevredenheidonderzoek (MTO) van 2011, mijn eigen online enquête en mijn gesprekken met de managers van elke afdeling. Het MTO heeft een respons van 74% gehad. Deze werd verstuurd naar 150 man.

De enquête is de 192 gebruikers van het intranet verstuurd en is door 107 mensen ingevuld. Bij het ontwikkelen van deze enquête hebben verschillende afdelingen binnen EVO geholpen bij het samenstellen van de vragen. De respons hierop was 56%, wat hoog is voor een enquête gemaakt door een stagiair, volgens de afdeling Personeel & Organisatie is 30% respons hiervoor gebruikelijk.

Met de calculator van Alles over Markt-onderzoek kan je berekenen hoe groot een steekproef moet zijn, om betrouwbaar, representatief, en nauwkeurig te zijn.

Volgens de calculator van Alles over Markt-onderzoek, is mijn onderzoek met 107 respondenten voor ongeveer 88% betrouwbaar.

Het is voor EVO om te bepalen of dit betrouwbaar genoeg is. Volgens de standaard waarden met een percentage van 95%, had ik 129 respondenten nodig.

De uitkomst van het onderzoek en de steekproefmarge heb

ik op standaard gelaten. Als je vooraf bepaalde antwoorden verwacht op je onderzoek, kan je het percentage van uitkomst veranderen. Omdat ik van te voren geen idee had, wat het personeel van EVO zou antwoorden op mijn enquête, is deze standaard gebleven. De steekproefmarge van 5% houdt in dat de gegeven antwoorden 5% kunnen afwijken. Stel dat uit de enquête blijkt dat 50% het intranet prettig in gebruik vindt, dan kan dit antwoord door de marge variëren van 45% tot 55%.

Steekproefcalculator

Alles over Marktonderzoek heeft voor u een calculator ontworpen, waarmee u eenvoudig uw **steekproefgrootte** en **steekproefmarge** kunt bepalen. U kunt uitleg krijgen van de vetgedrukte begrippen door uw cursor hierover te bewegen. Onderstaande link verwijst naar de formule die gebruikt wordt om de steekproefgrootte te berekenen.

[Klik hier om de formule voor berekening van de steekproefgrootte te bekijken](#)

Hoe groot is de steekproefmarge die u wilt toelaten? (%)	5
Een steekproefmarge van 5% is gangbaar bij marktonderzoek	
Welk betrouwbaarheidspercentage wilt u hanteren? (%)	95
Vaak wordt een betrouwbaarheidspercentage van 95% gehanteerd.	
Wat is de omvang van de populatie ?	192
Wanneer de omvang niet bekend is, vult u dan 20000 in.	
Welke uitkomst verwacht u in het onderzoek? (%)	50
Wanneer dit vooraf niet is in te schatten, vult u dan 50 in.	
Steekproefgrootte: 129	

Alternatieve scenario's

Betrouwbaarheidsniveau (%):	90	95	99
Steekproefgrootte:	113	129	150

Steekproefgrootte:	10	15	162
Foutmarge (%):	30.25	24.36	3.05

Hoe groot is de steekproefmarge die u wilt toelaten? (%)	5
Een steekproefmarge van 5% is gangbaar bij marktonderzoek	
Welk betrouwbaarheidspercentage wilt u hanteren? (%)	88
Vaak wordt een betrouwbaarheidspercentage van 95% gehanteerd.	
Wat is de omvang van de populatie ?	192
Wanneer de omvang niet bekend is, vult u dan 20000 in.	
Welke uitkomst verwacht u in het onderzoek? (%)	50
Wanneer dit vooraf niet is in te schatten, vult u dan 50 in.	
Steekproefgrootte: 108	

Figuur 10: Steekproefcalculator

4.2 Omvang en Leeftijd

Binnen EVO heeft men te maken met een diverse doelgroep. Zo werken er in totaal 295 mensen bij EVO, maar daarvan is de FTE, oftewel de Fulltime Eenheid, slechts 183,90. Dit houdt in dat deze 295 mensen in totaal evenveel uren maken als 183,90 mensen die fulltime werken.

Dat betekent dus dat er heel veel parttimers zijn. Zo werkt EVO met een groot aantal oproepkrachten. De twee grootste groepen oproepkrachten zijn de *'Externe Docenten en Examinatoren'* en de *'Oproepmedewerkers Call Center'*. Deze bestaan samen uit 145 oproepkrachten, waarvan er 103 *'Externe Docenten en Examinatoren'* zijn en 42 *'Oproepmedewerkers Call Center'*.

Als we van de 295 medewerkers van EVO, de 145 oproepkrachten weglaten, komen we op 150 medewerkers. Dit zijn alle medewerkers, die niet op oproepbasis bij EVO werkzaam zijn. Deze groep van 150 medewerkers werd gebruikt als doelgroep bij het uitvoeren van het medewerkers tevredenheid onderzoek. Alle oproepkrachten hebben geen unieke inlogcode tot het intranet en daarom zijn deze 150 vaste medewerkers, dan ook de belangrijkste medewerkers van de doelgroep. De gemiddelde leeftijd van deze 150 medewerkers is 45 jaar. Zij vallen onder de hoofddoelgroep.

De 42 oproepmedewerkers van het Call Center hebben gezamenlijke een algemene inlogcode, waarmee zij ook op het intranet kunnen. Hierdoor zijn zij ook onderdeel van de doelgroep. De totale doelgroep bestaat dus uit 192 medewerkers, namelijk de 150 medewerkers met een eigen inlogcode en de 42 oproepkrachten van het Call Center met een algemene inlogcode. De gemiddelde leeftijd van deze 192 medewerkers is 40 jaar en bestaat uit evenveel mannen als vrouwen. Doordat de Call Center medewerkers op oproepbasis werken, en geen eigen inlogcode hebben, zal de focus tijdens dit onderzoek minder op hun gericht zijn.

4.3 Dienstjaren

Alle 295 medewerkers werken gemiddeld 7,9 dienstjaren bij EVO. Omdat de *'externe Docenten en Examinatoren'* niet bij de doelgroep behoren, doordat zij niet op het intranet kunnen, is het gemiddeld aantal dienstjaren 8,8 voor de 192 medewerkers die wel onder de doelgroep vallen.

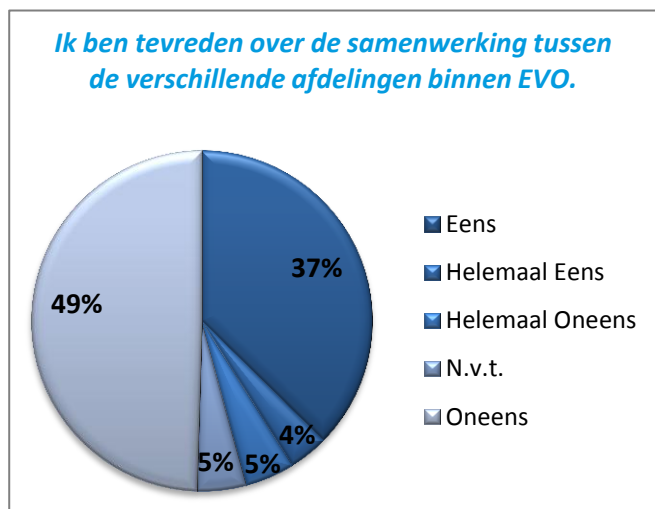
Als we de oproepkrachten het Call Center buiten beschouwing laten, werkt men bij de overgebleven 150 medewerkers gemiddeld 11 dienstjaren bij EVO. Dit zijn weer de medewerkers waar we ons het meest op richten tijdens het onderzoek.

4.4 Overige Kenmerken

Binnen EVO is 84% actief op het gebied van Social Media. Dit percentage is opgebouwd uit 20% die aangeeft erg actief te zijn op Social Media plus 64% die aangeeft actief te zijn. Slechts 16% geeft aan niet actief te zijn en geen enkele Social Media account zoals Facebook, Hyves, Twitter, LinkedIn, of iets dergelijks te hebben. Mensen die actief hebben ingevuld, hebben tenminste één of meerdere accounts en bezoeken wekelijks hun account(s). Mensen die erg actief hebben ingevuld, bezitten meerdere accounts en bezoeken dagelijks hun accounts.

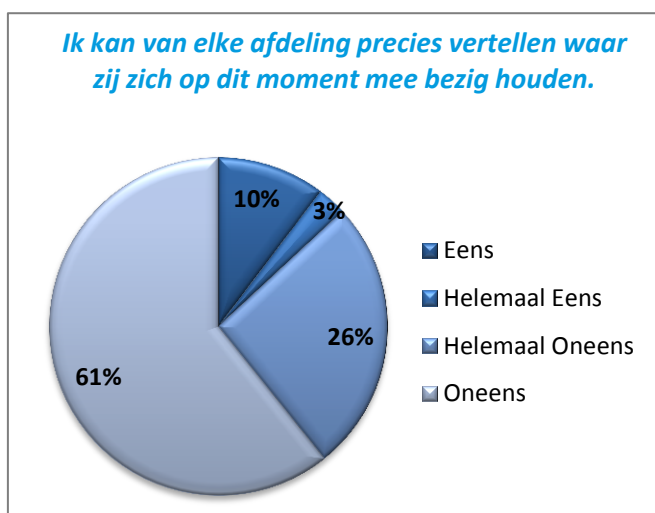
Binnen EVO heerst een aangename sfeer tussen de collega's en vindt men zijn/haar werk uitdagend, dit gaf 94% aan in het MTO. Van de medewerkers is 82% tevreden tot zeer tevreden over werken bij EVO. Ze zijn dan ook bijna allemaal vertrouwt met de kernwaarden van EVO. De medewerkers van EVO, zien EVO als een bedrijf met een hiërarchische cultuur, dit gaf 81% aan in de enquête.

Uit het MTO kwam naar voren de dat interne communicatie één van de verbeterpunten is voor EVO. Dit kwam overeen met de antwoorden op de vragen over de samenwerking uit de enquête die ik zelf heb rondgestuurd. Binnen een afdeling loopt de samenwerking in principe goed, aangezien 81% dit aangeeft in de enquête. Echter, wanneer je kijkt naar de samenwerking en communicatie tussen de verschillende afdelingen, wordt er slecht gescoord. De informatie-uitwisseling en communicatie loopt volgens ongeveer 50% van de medewerkers niet goed. Ruim 54% is dan ook ontevreden over de samenwerking tussen de verschillende afdelingen.



Figuur 11: Enquête Resultaat

Verder is men niet goed op de hoogte van wat er binnen de verschillende afdelingen speelt en ze kennen dan ook niet al hun collega's persoonlijk. De vraag "Ik ken al mijn collega's persoonlijk.", werd door 75% met oneens of helemaal oneens beantwoord. Op de vraag "Ik kan van elke afdeling precies vertellen waar zij zich op dit moment mee bezig houden.", werd nog slechter gescoord. Ruim 87% vulde deze vraag met oneens of helemaal oneens in, ondanks het feit dat 94% aangeeft wel geïnteresseerd te zijn in het werk dat zijn/haar collega's binnen EVO uitvoeren.



Figuur 12: Enquête Resultaat

4.5 Beoordeling van het huidige intranet

Uit zowel de gesprekken met de managers, als uit de enquête, is het duidelijk dat EVO toe is aan een nieuw intranet. Ruim 92% van de medewerkers die de enquête heeft ingevuld gaf aan dat EVO er goed aan doet om het huidige intranet te vernieuwen. Het huidige intranet wordt niet slecht beoordeeld, maar heel positief is het niet te noemen. Het gemiddelde rapportcijfer dat het intranet krijgt is een [6,36](#). De managers geven dan ook aan dat het intranet in principe voldoet aan zijn taak als

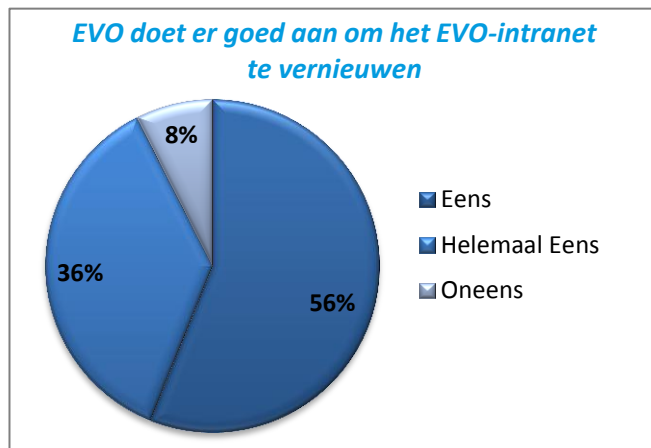
informatiemiddel, maar meer ook niet. Bij 63% van de medewerkers, ondersteunt het intranet hen dan ook bij het uitvoeren van hun werkzaamheden, wat aangeeft men wel een intranet nodig heeft.

De gebruikers van het intranet bezoeken gemiddeld 4 dagen per week het intranet. Ruim 73% van de medewerkers leest altijd tot meestal de informatie die op het intranet geplaatst wordt en dat is best redelijk te noemen. Eén van de meest gebruikte functies op het EVO-intranet is dan ook het laatste nieuws EVO-Intranet. Van de 107 ingevulde enquêtes werd dit onderdeel van het intranet bij 98 enquêtes aangevinkt als één van de meeste gebruikte functies. Dat is 91,6%.

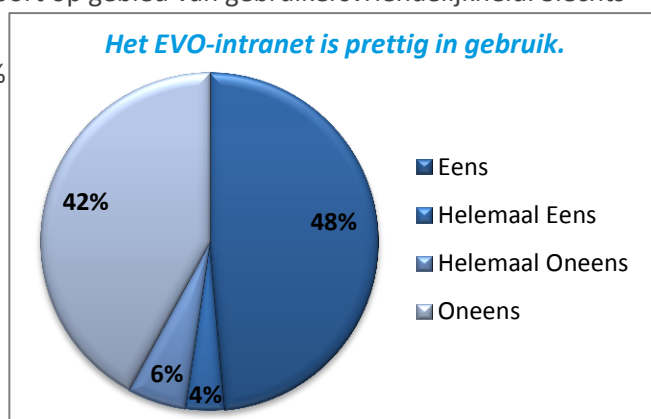
Wat betreft het uiterlijk kan er naar mijn mening nog heel veel gedaan worden. Zoals al eerder is aangegeven is het intranet een typisch web 1.0 systeem, dat er onaantrekkelijk uit ziet. Niet iedereen binnen EVO zal hiervan op de hoogte zijn. Dit komt waarschijnlijk, omdat men gemiddeld 11 jaar bij EVO werkt en niets anders dan het intranet van EVO gewend is. De managers gaven wel aan dat het uiterlijk verbeterd mag worden.

Uit de enquête blijkt dat het intranet slecht scoort op gebied van gebruikersvriendelijkheid. Slechts 52% van de medewerkers vindt het EVO-intranet prettig in gebruik en slechts 50% is tevreden over het uiterlijk. Dit zijn geen extreem lage scores, maar een goed systeem is aantrekkelijk en verleidt mensen om er gebruik van te maken. Dat is hier overduidelijk niet het geval. Betreft de gebruiksvriendelijkheid scoort het intranet verder nog laag op het gebied van structuur en het kunnen vinden van informatie.

Ongeveer 40% van de medewerkers kan niet gemakkelijk informatie op het intranet vinden. Bij een goed systeem zou iedereen alle informatie moeten kunnen vinden. Daarnaast vindt nog eens 54% dat het intranet niet op een logische en overzichtelijke manier is samengesteld. Dit verklaart wellicht waarom 40% niet gemakkelijk informatie kan vinden. Daarnaast is de informatie die gevonden wordt volgens 61% niet up to date.



Figuur 13: Enquête Resultaat



Figuur 14: Enquête Resultaat

4.6 Het uitwisselen van bestanden

Het uitwisselen van bestanden binnen een enkele afdeling, gebeurt op dit moment voornamelijk via de G schijf. Op deze G schijf heeft elke afdeling zijn eigen map(pen). Ondanks dat de structuur en het overzicht niet bij elke afdeling duidelijk is, werkt dit binnen een enkele afdeling prima.

Als het aankomt op het uitwisselen van bestanden tussen verschillende afdelingen gebeurt dit vaak via de mail. Dit komt omdat de meeste mensen geen autorisatie hebben tot mappen van andere afdelingen. Er is wel een openbare P schijf, maar bepaalde informatie is niet voor iedereen beschikbaar, dus dit is niet de oplossing. Doordat niet iedereen autorisatie heeft, wordt deze soms aangepast. Vaak moet dit eenmalig gebeuren, maar wordt dit niet teruggezet. Dit komt doordat dat niet wordt gecommuniceerd. Wat je hierdoor krijgt is netwerkvervuiling. Dit 'probleem' wordt niet als heel ernstig ervaren, maar het is wel erg vervelend voor de ICT afdeling.

In de meeste gevallen wordt de autorisatie niet eens aangepast, maar worden bestanden uitgewisseld via de mail. Ze komen op verschillende plekken terecht en hierdoor werken meerdere mensen aan 'hetzelfde' bestand. Dit is niet bepaald efficiënt te noemen.

4.7 Behoeftes

Graphical User Interface

Iets waar volgens de managers wat aan gedaan moet worden is, zoals de managers het noemen: de Look and Feel, kortom het uiterlijk. Hiermee bedoelen ze de GUI, oftewel de Graphical User Interface (*Grafische Gebruikers Interface*). Zoals ik al aangaf, is het EVO-intranet een erg verouderd en onaantrekkelijk systeem, dat toe is aan vernieuwing.

Uit de enquête is dan ook gebleken dat slechts de helft van de medewerkers het intranet prettig in gebruik vindt, tevreden is over het uiterlijk, het intranet overzichtelijk vindt en (zelfs nog minder dan de helft) informatie makkelijk kan vinden. Dit zijn erg lage scores en de meeste managers gaven dan ook aan dat er iets aan het uiterlijk van het intranet moet veranderen.

Eén van hen zij bijvoorbeeld dat men het intranet wellicht niet serieus neemt of dat men zich achtergesteld voelt, vanwege het uiterlijk. Voor het externe gebruik is er bijvoorbeeld EVO-Connect dat er veel moderner uitziet en dat veel fijner werkt, in tegenstelling tot het intranet, dat sterk verouderd is. De EVO-website is daarnaast ook nog in het jaar 2011 vernieuwd. Het EVO-intranet is het enige dat achter blijft en een nieuwe look zou het gebruik van het intranet verleidelijker moeten maken.

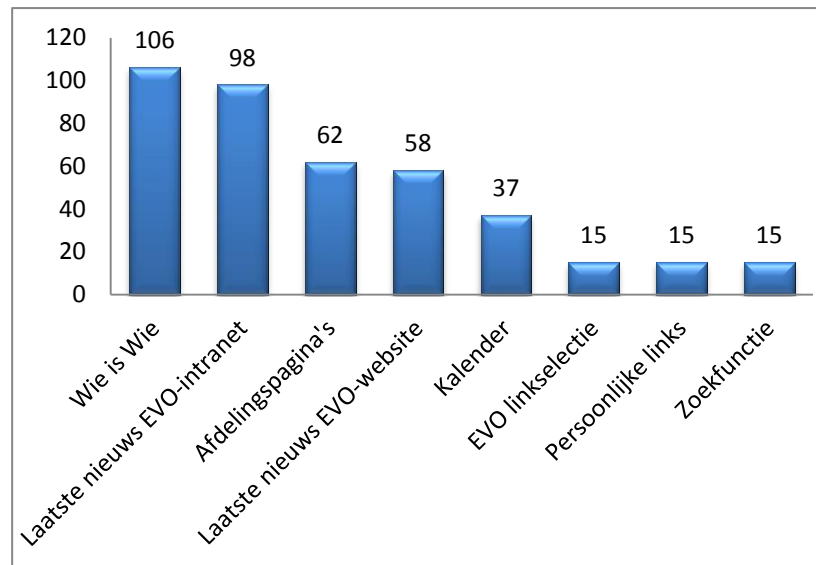
Funcities

In de enquête werd gevraagd welke functies men het meeste gebruikt. Hieruit kwam het volgende resultaat (uit 107 ingevulde enquêtes), gerangschikt van hoog naar laag:

- Wie is Wie
- Nieuws EVO-Intranet
- Afdelingspagina's
- Nieuws EVO-Website
- Evenementen Kalender
- EVO-Linkselectie
- Persoonlijk Links
- Zoekfunctie

Funcities die duidelijk minder vaak gebruikt worden zijn de EVO-Linkselectie, de zoekfunctie en de Persoonlijk Links. Al zijn dat ook functies (op de zoekfunctie na) waar

ruim 40% niet van het bestaan afwist. De managers geven bijvoorbeeld aan dat ze veel gebruiken maken van Profit en dit is iets wat onder de EVO-Linkselectie valt. De managers gaven overigens bijna allemaal aan dat Profit en informatie van personeelszaken door hen veel gebruikt wordt.



Figuur 15: Enquête Resultaat (107 enquêtes)

Samenwerking

Zowel uit de enquête, als de gesprekken met de managers komt naar voren dat de samenwerking tussen de verschillende afdeling niet als gewenst verloopt. Ook uit het MTO kwam naar voren dat één van de verbeterpunten binnen EVO de interne communicatie is en het samen dingen doen.

Hieronder staan een aantal opmerkingen uit de enquête opgesomd die aangeven dat de samenwerking niet helemaal goed loopt.

- Samenwerking tussen verschillende afdelingen kan veel beter. Naar mijn mening zijn we te veel bezig met onze eigen taken binnen de afdeling en vergeten we het algemeen belang van EVO.
- Afdelingen zouden meer samen moeten werken en beter moeten communiceren. De insteek is er wel, maar op dit moment houdt ieder zich bezig met zijn eigen werk en werken we meer langs elkaar heen dan samen.
- Mensen kijken vaak niet verder dan de eigen werkzaamheden en zijn niet voldoende op de hoogte welke consequenties hun werkzaamheden (het niet goed uitvoeren, communiceren of informeren) voor een andere afdeling heeft.
- Alle afdelingen binnen EVO zouden zich meer bewust moeten zijn van hun positie binnen de organisatie en de wijze waarop zij andere informeren.

Dit zal dan ook de reden zijn, waarom het woord samen, meerdere malen nadrukkelijk genoemd werd bij de introductie van het ondernemingsplan voor het jaar 2012, dat tijdens de kerstborrel werd gepresenteerd. EVO streeft dan ook naar meer samenwerking, binnen EVO zelf.

Suggesties & Verbeteringen

Uit de enquête en de gesprekken met de managers zijn een aantal suggesties en verbeteringen naar voren gekomen. Deze staan hieronder opgesomd.

- Wie is Wie
 - Frequenter, de afdeling waar iemand werkt klopt bijvoorbeeld niet altijd.
 - Meer persoonlijke informatie op de profielen.
 - Makkelijker kunnen zoeken binnen de Wie is Wie.
 - Foto's bij de Wie is Wie, want je kent niet iedereen van naam, maar eerder van gezicht.
- Een overzicht van wie wat doet binnen EVO
 - Dit kan zowel verwerkt worden binnen de wie is wie of binnen de afdelingspagina's.
 - Een suggestie is om hiervoor een apart stuk te hebben op het intranet.
 - Een suggestie is om het (ook) te verwerken in de zoekfunctie. Stel je zoekt op '*gevaarlijke stoffen*', dan krijg je daarna een lijst van de mensen die daar wat van weten.
- Kalender met evenementen.
 - Deze wordt ook door sales gebruikt om te kijken of er wat tussen staat voor hun klanten. Je kan helaas niet zien wie er bij een bepaald evenement komen, wat het programma is en wie er komen spreken. Dit zijn zaken die je daar wel zou moeten kunnen vinden.
 - Je kan bij de kalender niet terugkijken naar evenementen die al zijn geweest. Als je nog even iets wilt opzoeken dat geweest is, is het weg. Dat zou niet mogen.
- Korte kernachtige boodschappen over successen
 - Deze boodschappen moeten bijdragen aan de betrokkenheid en het weten-wat-er-speelt
 - Dit zouden slechts 2 a 3 regels kunnen zijn en dan gaat het om behaalde targets, zoals omzetten of een x aantal binnengehaalde klanten. Ook de aankondiging van een nieuwe opleiding kan hierin komen te staan.
- Een dynamische plek met mededelingen binnen een afdeling
 - Dit zou een positieve bijdrage leveren aan de communicatie binnen een afdeling
- Stel een vraag functie binnen een afdeling
- Een verbeterde zoekfunctie
 - De huidige zoekfunctie werkt niet goed en je krijgt vaak niet de informatie die je zoekt. Een goede zoekfunctie is belangrijk voor het slagen van het intranet.
- Afdelingspagina's
 - Deze moeten beter bij worden gehouden en de informatie moet up to date zijn.
 - Het is niet altijd duidelijk wie wat doet binnen een afdeling
 - De afdelingspagina's verschillen van indeling per afdeling, dit moet consistent zijn.
 - Het uiterlijk van de afdelingspagina's mag (moet) verbeterd worden.
 - De manier waarop je op dit moment content kan plaatsen op een afdelingspagina wordt door meerdere als on-gebruikersvriendelijk ervaren.
- Aanwezigheidswizzard
 - Als je wilt weten of een collega ziek is, kan je dit nergens vinden.
- Een aparte plek voor blogs en wiki's
 - Dit vind je terug op sommige intranetten. Deze suggestie is maar één keer voorgekomen.
- Wijzigingen en afspraken
 - Niet iedereen is altijd op de hoogte van bepaalde wijzigingen of afspraken. Zo weet bijvoorbeeld niet iedereen wanneer er een bepaalde korting op een brandstofpas zit.

Houdt er rekening mee dat bovenstaande lijst, slechts bestaat uit suggesties en verbeteringen. Het wil niet zeggen dat deze daadwerkelijk worden doorgevoerd. In *hoofdstuk 5.2 Functionele specificaties en Contenteisen* kunt u hier meer over lezen.

4.8 Persona

Een persona is een denkbeeldig persoon dat representatief moet zijn voor de gehele doelgroep. Onderstaand persona is opgebouwd uit alle gegevens die in dit hoofdstuk zijn vermeld.

Algemene Gegevens

Naam	: Richard Berkel
Geslacht	: Man
Nationaliteit	: Nederlandse
Leeftijd	: 43
Burgerlijke Status	: Gehuwd
Woonplaats & Situatie	: Pijnacker – Met gezin
Opleiding	: HBO - Industrieel Product Ontwerpen
Werkzaam bij	: EVO Zoetermeer
Aantal dienstjaren	: 10 Jaar
Functie	: Fulltime - Projectleider Productinnovatie & Ontwikkeling
Inkomen	: €42.000 Bruto Per Jaar



Extra Informatie

Richard is op dit moment 10 jaar werkzaam bij EVO. Hij gaat met veel plezier naar zijn werk en is ook blij dat hij bij EVO werkt. De kernwaarden van EVO zijn hem bekend en vertrouwt.

Betreft de samenwerking op zijn afdeling is hij tevreden. Hij kan zijn mening geven en zijn leidinggevende gaat hier serieus mee om. Als het er echt op aankomt, telt de mening van zijn leidinggevende wel zwaarder mee. Hij ziet EVO als een bedrijf met een hiërarchische cultuur.

Als het aankomt op de samenwerking en interne communicatie binnen EVO als geheel, is hij niet helemaal tevreden. Hij heeft bijvoorbeeld geen idee wat er op dit moment speelt op de andere afdelingen binnen EVO. Hij kent al zijn collega's niet persoonlijk en hij weet dan ook niet precies wie waarvoor verantwoordelijk is. Dit kan soms als vervelend ervaren worden. Bij het uitwisselen van bestanden met andere afdelingen, wil er ook nog wel is wat mis gaan met beheer en autorisatie.

In zijn vrije tijd besteed Richard zijn tijd aan zijn gezin, zijn vrienden en sport. Hij is actief op Social Media in de zin dat hij een LinkedIn en Facebook account heeft, die hij wekelijks bezoekt.

Mening over het intranet

Richard is niet geheel ontevreden over het intranet. Het intranet ondersteund hem in het uitvoeren van zijn werkzaamheden en hij bezoekt het gemiddeld zo'n vier dagen per week. Als hij het een rapportcijfer zou mogen geven, zou dit een 6 zijn. Deze score is niet heel hoog en hij vindt dan ook dat EVO er goed aan doet om het intranet te vernieuwen.

Hij is met name ontevreden over het uiterlijk van het intranet. Het ziet er volgens hem verouderd en onaantrekkelijk uit. Daarnaast is het niet altijd duidelijk waar hij bepaalde informatie kan vinden en vindt hij via de zoekfunctie ook niet altijd de informatie die die nodig heeft.

De functie die hij het meest gebruikt is de Wie is Wie. Deze gebruikt hij om telefoonnummers op te zoeken. Daarnaast leest hij meestal het nieuws dat geplaatst wordt en dan met name het interne nieuws. De afdelingspagina's gebruikt hij weinig. Af en toe kijkt hij naar personeelszaken of financiële gegevens. Van de andere afdelingen is weinig actueel te vinden, het meeste is statische informatie.

5. Designadvies & Systeemeisen

In dit hoofdstuk staan een designadvies en systeemeisen voor een nieuw intranet. Dit designadvies is vooral van toepassing op een intranet op basis van een eigen design, oftewel maatwerk. EVO kan deze zaken ook meenemen, als ze kiezen voor een softwarepakket. Een ander belangrijk element in dit hoofdstuk zijn de functionele specificaties voor het intranet.

5.1 Toelichting op de systeemeisen

Eén van de belangrijkste zaken die EVO mist voor het intranet zijn de systeemeisen. Onder de systeemeisen, vallen alle eisen waaraan een systeem moet voldoen. Het is gebruikelijk dat systeemeisen in twee soorten wordt opgedeeld: functionele en niet-functionele systeemeisen.

In de functionele systeemeisen staat de functionaliteit van het systeem beschreven. Dit zijn bijvoorbeeld functies als een agenda. De niet-functionele systeemeisen stellen voorwaarden aan de manier waarop het systeem de betreffende functionaliteit dient te leveren. Hieronder vallen ook de technische systeemeisen.

Voor het opstellen van de systeemeisen heb ik de theorie van Jesse James Garrett gebruikt. Over deze theorie kunt u meer lezen in *hoofdstuk 5.2 De Aanpak*. Alle planes bij elkaar vormen de systeemeisen. Het enige wat bij Jesse James Garrett niet wordt behandeld zijn de technische systeemeisen. Deze staan daarom hieronder vermeldt.

De technische systeemeisen (= niet-functionele systeemeisen) voor een intranet van EVO zijn de volgende:

- Het systeem draait op een PC met Windows XP Profesional service pack 3.
- Het systeem moeten kunnen draaien op alle browsers die door Windows XP Profesional service pack 3 worden ondersteund.
- Het systeem dient vanaf meerdere PC's in een netwerk toegankelijk te zijn.
- De responstijden van het systeem zijn kleiner dan 1 seconde.
- Het systeem dient 1 maal per dag een back-up te maken van de opgeslagen gegevens.
- Het aantal medewerkers dat gebruik kan maken van het systeem is minstens 192.
- Het systeem moet kunnen draaien op een desktopcomputer met een Intel Core 2 Duo vPro processor met 2GB ram.
- Het systeem zal zichtbaar zijn op 22inch monitoren met een resolutie van 1680 x 1050.

Zoals gezegd vallen de technische systeemeisen onder de niet-functionele systeemeisen. In dit hoofdstuk staan meerdere niet-functionele systeemeisen genoemd. Zaken die onder de niet-functionele systeem eisen vallen en gelden voor het intranet van EVO zijn:

- Het systeem moet overzichtelijk zijn
- Het systeem moet gebruikersvriendelijk zijn
- Het systeem moet prettig in gebruik zijn
- Het uiterlijk van het systeem moet aantrekkelijk zijn voor de gebruikers

De theorie van Jesse James Garrett zorgt er onder andere voor dat een systeem gebruikersvriendelijk, overzichtelijk en prettig in gebruik is. Daarnaast wordt er bij het behandelen van zijn planes ook aandacht besteedt aan het uiterlijk van het systeem. In dit hoofdstuk kunt op lezen op wat voor manier het intranet aan bovenstaande niet-functionele systeemeisen kan voldoen.

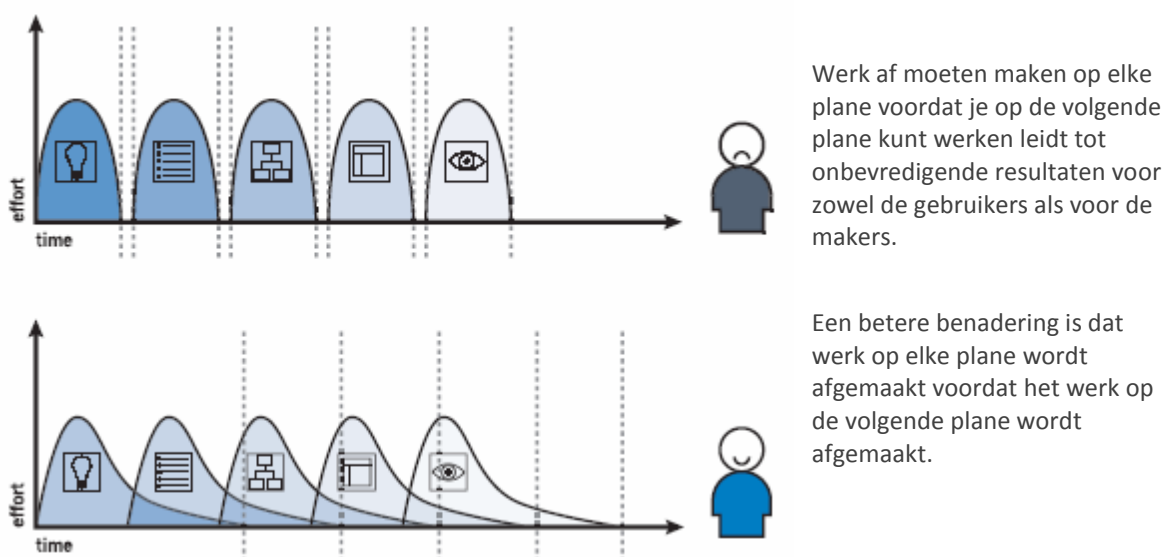
Ook de functionele eisen zijn onderdeel van de theorie van Jesse James Garrett.

5.2 De Aanpak

De theorie die ik zelf gebruik bij het ontwerpen van een nieuwe website of een nieuw intranet zijn de planes van Jesse James Garrett. Hij heeft hiervoor een boek geschreven genaamd: *The Elements of User Experience*. De vijf planes leveren een conceptueel model op dat de mogelijkheid biedt om problemen op te lossen op het gebied van gebruikerservaring. Hij richt zich met zijn theorie voornamelijk op websites, maar dit werkt ook prima voor een intranet of een ander product. Bij elke plane worden de zaken die behandeld worden, steeds een beetje minder abstract en juist steeds een beetje meer concreet. Bij elke plane worden de beslissingen die je moet maken specifiek en worden gedetailleerder beschreven.

Elke plane is afhankelijk van de plane daarvoor. Dus de surface is afhankelijk van de skeleton, die op zijn beurt weer afhankelijk is van de structure, die op zijn beurt weer afhankelijk is van de scope, die afhankelijk is van de strategy. Het is gebruikelijk dat je stap voor stap werkt, om zo'n succesvol mogelijke website/intranet op te leveren. Zo start je met de strategy plane, waar je kijkt naar wie je doelgroep en de opdrachtgever. Je kijkt naar wat ze willen en wie ze zijn. Deze eerste stap kunt u terugvinden in *hoofdstuk 4 De Doelgroep*. Het is dan ook niet relevant om in dit rapport elke plane los te behandelen. In dit hoofdstuk worden enkel de belangrijkste stukken uitgelicht, die nergens anders in het rapport worden vermeldt.

Het fijne aan deze methode is dat deze flexibel is. Het is namelijk niet zo dat er niet gewerkt mag worden aan een volgende plane, voordat de vorige plane is afgerond. Sterker nog, je mag aan alle planes werken en daar beslissingen nemen. Hierbij moet wel rekening gehouden dat een beslissing op de ene plane van invloed is op alle boven en onderliggende planes. Net als een steen die in het water wordt gegooid en de rimpels in het water verschillende kanten opgaan kan dit ook zijn met een beslissing. Het belangrijkste dat in gedachte moet worden gehouden is dat je niet zomaar een even een website of intranet kan maken, maar dat je van te voren goed nadenkt over alle aspecten, voordat je een website ontwikkelt. In het verleden werd hier minder aandacht aan besteed.



Figuur 16: De theorie van Jesse James Garrett

5.3 Functionele specificaties & Content eisen

In de tabellen hieronder kunt u de functionele specificaties voor het intranet vinden. Dit kun je ook wel zien als de functionele systeemeisen. Tevens wordt er per functie vermeld wat de content eisen voor deze functie zijn. De prioriteit van deze functies is zowel op basis van de interviews & enquête bepaald, als op basis van deskresearch en kennis uit mijn opleiding.

Deze functionele eisen, kan EVO meenemen bij het ontwikkelen van een intranet op maatwerk, maar je kan deze functionele eisen ook gebruiken, bij het controleren van een bestaand systeem, om te controleren of het systeem geschikt is voor EVO. Dit is dan ook bij de benchmark gedaan.

Naam: Zoekfunctie	Prioriteit: Zeer Hoog
Het huidige intranet heeft geen goede zoekfunctie. Hierdoor kunnen de gebruikers niet altijd de informatie vinden die ze nodig hebben. Dit belemmert hen erg in het gebruik van het intranet.	
In de huidige samenleving is het googlen, oftewel het zoeken naar informatie, helemaal ingeburgerd en men verwacht te kunnen zoeken op een website. Daarom is het noodzakelijk dat het intranet een goede zoekfunctie heeft. Hieronder volgen een aantal eisen/tips waaraan een goede zoekfunctie moet voldoen:	
• Een goede zoekfunctie moet makkelijk te vinden zijn voor haar gebruikers, rechtsboven is hiervoor de gebruikelijk plaats. • Het invulveld van een zoekfunctie is circa 20-30 tekens lang. • Een uitgebreide zoekfunctie kan het best met een link bij de 'standaard' zoekfunctie geplaatst worden. Bij complexe websites is een uitgebreide zoekfunctie noodzakelijk. • Een goede zoekfunctie geeft suggesties wanneer een zoekterm wordt ingevoerd (a-la google), maar geeft ook suggesties wanneer er geen resultaten op een zoekterm worden gevonden. • De gevonden zoekresultaten dienen gesorteerd te worden op relevantie. Echter moet er wel gesorteerd kunnen worden op bijvoorbeeld jaartal of bron.	

Naam: Wie is wie?	Prioriteit: Zeer hoog	
Uit mijn enquête is naar voren gekomen dat de Wie is Wie? de meest gebruikte functie op het intranet is. Volgens mijn enquête gebruikt 99% deze functie. Deze functie moet daarom sowieso doorgezet worden op een nieuw/ander intranet.		
Bij de enquête werd aangegeven dat de profielen van de wie is wie uitgebreider en persoonlijker mogen zijn. Op basis van EVO Connect en het huidige profiel, zou dit de content moeten zijn.		
- Voornaam	- Achternaam	- Verjaardag
- Afdeling + Afdelingscode	- Functie	- Thema/vakgebied
- In dienst sinds	- Telefoonnummer	- E-mailadres
- LinkedIn	- Facebook	- Twitter
- Interesses	- Kort stukje over zichzelf	- Aanwezigheid
Verder moet men binnen de wie is wie kunnen filteren op functie of afdeling. Dat kan op dit moment niet (makkelijk). Ook moet men kunnen zien wie waarvoor verantwoordelijk is.		

Naam: Intern Nieuws**Prioriteit: Zeer hoog**

Bij het huidige intranet is het laatste nieuws EVO-Intranet, na de Wie is Wie? de meest gebruikte functie. Uit de enquête en de gesprekken met de managers, kwamen we er achter dat men binnen EVO niet goed weet wat er speelt en waar men staat binnen het bedrijf. Er zal intern meer gecommuniceerd moeten worden. Zo zal het interne nieuws bestaan uit de volgende zaken:

- Korte Kernachtige boodschappen over successen
- Belangrijke mededelingen en/of wijzigingen binnen EVO

Naam: Afdelingspagina's**Prioriteit: Zeer Hoog**

Volgens mijn enquête gebruikt meer dan de helft van de medewerkers de afdelingspagina's. Deze zijn volgens de managers dan ook nodig voor het vinden van productinformatie. Op dit moment hebben de afdelingspagina's een erg verouderd uiterlijk en zit er geen structuur in. Hierdoor is het lastig om informatie te vinden en hierdoor wordt het intranet ook minder gebruikt.

De nieuwe afdelingspagina's bevatten de volgende zaken:

- Algemene afdelingsinformatie/korte introductie
- Medewerkers binnen een afdeling/Contact
- Recente ontwikkelingen/actualiteiten/nieuws binnen een afdeling *(in bijvoorbeeld een timeline)*
- Een plek met belangrijke documenten (openbaar)
- De mogelijkheid om binnen een afdeling informatie uit te wisselen (afgesloten)
- De pagina's zijn overzichtelijk met een duidelijke structuur
- Samenwerkingtools

Naam: EVO Linkselectie**Prioriteit: Zeer hoog**

In de enquête werd aangegeven dat er weinig gebruik werd gemaakt van de EVO Linkselectie. Echter is deze wel belangrijk. Hierin staan links naar zaken als Profit, EVO magazine en de EVO beeldbank. Ook staan hierin links naar de Social Media website van EVO.

Doordat men het weinig gebruikt, hoeft het geen opvallende plek op het intranet te krijgen, maar moet het wel makkelijk te vinden zijn.

Naam: Extern Nieuws**Prioriteit: Hoog**

Het nieuws Laatste Nieuws EVO-Website is iets minder populair dan Laatste Nieuws EVO-Intranet, maar wordt nog wel door een kleine meerderheid bekeken. Dit moet dan ook meegenomen worden naar een nieuw intranet. Het is volgens de managers belangrijk dat men binnen EVO weet, wat er naar buiten wordt gecommuniceerd. Zo weten ze wat de leden van EVO te lezen krijgen. Omdat de informatie ook op de website van EVO te lezen is, is de prioriteit hoog, maar niet heel hoog.

Er is weinig aan te merken op het huidige Laatste Nieuws EVO-Website, behalve dat je op het huidige intranet slechts een lijst met kopjes ziet staan. Het werkt in principe goed.

Naam: Kalender van Evenementen**Prioriteit: Hoog**

De kalender van Evenementen wordt op dit moment door ongeveer één-derde van de medewerkers gebruikt. Verbeterpunten voor de kalender zijn, het kunnen terugvinden van evenementen en meer informatie over evenementen. Hierdoor kan men binnen de sales de evenementen beter promoten naar hun leden.

Naam: Persoonlijke links

Prioriteit: Hoog

Bij het huidige intranet kan men ook eigen links toevoegen. Dit zijn links naar websites die men vaak bezoekt of even wilt bewaren. Echter gebruikt maar 14% van de medewerkers deze functie en het merendeel weet niet van zijn bestaan af. Doordat men bladwijzers en favorieten kan toevoegen in hun browser (*Internet Explorer, Firefox, Google Chrome, etc*) is deze functie niet heel relevant.

Alle functies met de prioriteit Hoog en zeer Hoog zouden opgenomen moeten worden in het intranet. De Persoonlijke links, staan hier ook vernoemd, omdat deze in het huidige intranet zit. Deze functie is optioneel, omdat hier weinig behoefte aan is. Hetzelfde geldt voor de aanwezigheidswizzard en blogs/wiki's die bij de suggesties genoemd werden.

Een niet functionele eis, van deze functies is dat deze functier persoonlijker worden. Op het huidige intranet worden alleen berichten en linkjes geplaatst, maar je ziet niet door wie het geplaatst is. Bij het overzicht van jarige/jubilea of de wie is wie, zie je geen foto's. Als je dit persoonlijker maakt, met foto's, meer in de stijl van facebook, wordt het uiterlijk van het intranet aantrekkelijker voor de medewerkers van EVO, om er gebruikt van te maken.

Het EVO Connect is bijvoorbeeld ook een stuk persoonlijker dan het intranet van EVO. Zie *Figuur 17: EVO Connect*, waar je kan zien dat EVO Connect persoonlijk wordt gemaakt, met bijvoorbeeld twitter updates, foto's bij degene die het nieuws plaatst, het uitlichten van leden en de gebruiker van de maand aan het woord.

Figuur 17: EVO Connect

5.4 Design tips

Tijdens het afwerken van de planes van Jesse James Garrett, zijn er een aantal zaken omtrent het design naar voren gekomen. Deze wil ik EVO meegeven als tips of zaken om op te letten, bij het ontwikkelen van een nieuw intranet of bij het controleren van een bestaand systeem of software.

Interaction Design

Interaction Design is een ontwerpdiscipline dat zich richt op het gebied waarin mens en systeem elkaar tegenkomen en de interactie die tussen hun plaatsvindt. Een goed interaction design, maakt een systeem gebruikersvriendelijker. Op het gebied van interaction design heeft Jakob Nielsen tien gouden principes ontwikkeld. Dit zijn de volgende:

1. Zichtbaarheid van de status van het systeem
Geef de gebruiker feedback waar dat mogelijk is. Het systeem moet altijd aangeven wat er gebeurt of wat er is gebeurd.
2. Match tussen het systeem en de echte wereld/ de gebruikers
Het systeem moet de taal van de gebruiker spreken, met woorden, zinnen en concepten waar de gebruiker mee vertrouwd is. De informatie moet in een natuurlijke en logische volgorde worden gepresenteerd en zo min mogelijk gebruik maken van systeemgeoriënteerde termen.
3. Gebruikers controle en vrijheid
Gebruikers kiezen vaak verkeerde functies en hebben dan behoefte aan een duidelijke en makkelijk te vinden nooduitgang. Ondersteun functies als ongedaan maken en opnieuw uitvoeren.
4. Samenhang en normen
Zorg voor consistentie op de website. Gebruikers hoeven zich niet af te vragen of verschillende woorden, situaties of acties hetzelfde betekenen.
5. Fouten preventie
Zorg voor een zorgvuldig ontwerp waar fouten in de eerste plaats verhindert worden. Ontwerp daarnaast goede foutboodschappen, die eenduidig en contextgevoelig zijn. Gebruikers moeten daarnaast de mogelijkheid hebben om hun eigen fouten te herstellen.
6. Herkenning in plaats van herinnering
Minimaliseren het geheugen van de gebruiker. Zorg ervoor dat er zo min mogelijk onthouden moet worden, door objecten en opties duidelijk zichtbaar te maken. Herkennen is beter dan herinneren.
7. Flexibiliteit en efficiëntie van het gebruik
Houd rekening met onervaren en ervaren gebruikers. Ervaren gebruikers moeten veel voorkomende handelingen sneller uit kunnen voeren. Zorg voor snelkoppelingen voor ervaren gebruikers.
8. Esthetisch en minimalistisch design
Dialogen mogen geen informatie bevatten die niet relevant of onnodig is. Elke extra eenheid van informatie in een dialoog concurreert met al de andere informatie en vermindert hun relatieve zichtbaarheid. Kortom, less is more. Stem de interface af op de doelgroep.
9. Help gebruikers bij het herkennen van fouten en de fout op te lossen.
Foutmeldingen moeten worden uitgedrukt in gewone taal (zonder codes). Ze moeten precies aangegeven wat het probleem is en hoe dit opgelost kan worden. Het systeem moet de gebruiker waarschuwen waar dat nodig is en alle handelingen die volgen moet worden bevestigd.
10. Hulp en documentatie
Ook al is het beter als het systeem kan worden gebruikt zonder documentatie, kan het nodig zijn om te helpen en documentatie te verstrekken. Dergelijke helpschermen moet makkelijk te vinden zijn. Richt je daarbij op de taak van de gebruiker en geef een lijst met concrete stappen die moeten worden uitgevoerd. Zorg voor niet te veel informatie in de helpschermen.

Informatie Architectuur

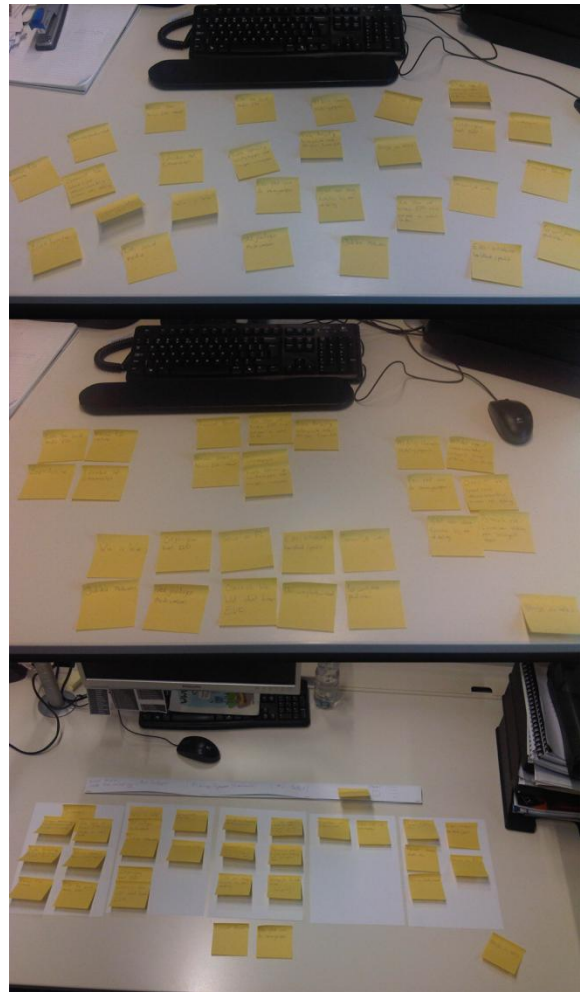
Informatie architectuur heeft betrekking op de inhoud van de site. Het is een proces waarin je zoekt naar een structuur voor je website, waar alle inhoud in past. Je kunt daarbij 'top down' werken door bijvoorbeeld de hoofdzaken op papier te zetten, een titel te geven, en onder de titels de informatie plaatsen.

Je kunt het ook andersom doen en alle informatie bij elkaar plaatsen, dit vervolgens structureren en daarboven een titel plaatsen. Dit heet 'bottom-up'.

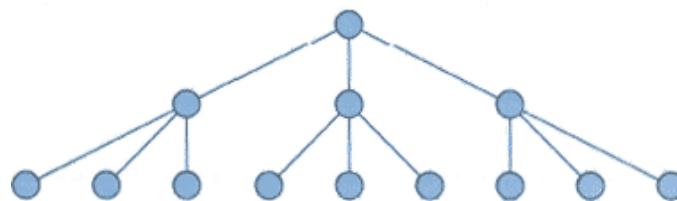
Voor het ontwerp dat ik zelf heb gemaakt, heb ik gebruik gemaakt van de bottom-up methode. Hiervoor heb ik post-it-jes gebruikt, waar ik alles op heb op geschreven, vervolgens heb gestructureerd en tot slot een menu-blak erboven geplaatst met de hoofzaken/titels.

Bij het bepalen van de informatie structuur, moet je rekening houden, met op wat voor manier je het op je website wilt presenteren.

Ik heb gekozen voor de hiërarchische structuur. De hiërarchische structuur wordt vaak vergeleken met een boom. Dit komt omdat de structuur bestaat uit verschillende delen, met een soort ouder-kind relaties. Traditionele websites zijn georganiseerd rond een enkel deel: de homepage. Onderliggende delen vertegenwoordigen een vernauwing van informatie binnen de bredere categorie vertegenwoordigd door het bovenliggende deel. Garrett voegt daaraan toe: "Niet elk deel heeft kinderen, maar elk deel heeft een ouder, waardoor de hele weg tot aan het bovenliggende deel van de gehele structuur, niet moeilijk te vinden is. Op dit moment zit de structuur van het intranet ook zo in elkaar en de gebruikers zijn hier dus al mee bekend.



Figuur 18: Post-It Informatie Architectuur



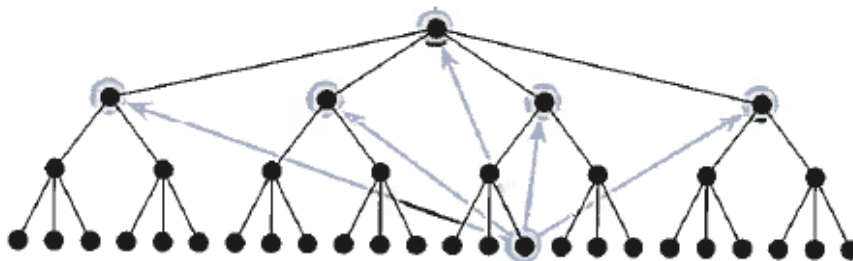
Figuur 19: Jesse James Garrett - Hiërarchische structuur

Dit type structuur is dan ook de meest voorkomende, want het is bekend, past in ons begrip van computers, en is eenvoudig te implementeren en te onderhouden. Vandaar dat dit me de meest logische keuze leek voor EVO.

Navigatie Design

Navigatie design is het specialistische onderdeel van interface design dat gaat over hoe de gebruiker door de site heen gaat, oftewel de navigatie. Het gaat over waar een gebruiker heen kan. Het is de bedoeling dat de gebruiker op een webpagina van een site meteen duidelijk ziet waarom hij er staat en datzelfde geldt voor de verschillende onderdelen van een pagina.

Gezien de doelgroep van het Intranet, is Global Navigation de meest logische keuze. Global Navigation is navigatie die op iedere pagina aanwezig is en die altijd toegang geeft tot de belangrijkste delen van de site. Ik heb gekozen voor Global Navigation, omdat bijna elke website hier wel gebruik van maakt door middel van een hoofdmenu (*deze is vaak boven of links op een pagina te vinden*). Bij het huidige intranet zit geen navigatie. De toevoeging van Global Navigation, die bij de meeste gebruikers van de doelgroep bekend zal zijn, zal de website een stuk gebruiksvriendelijker maken. Zo zal het hoofdmenu altijd aanwezig zijn op iedere pagina. Dit hoofdmenu zal bestaan uit de belangrijkste onderwerpen, die vervolgens leiden gerelateerde informatie uit de kop.



Figuur 20: Jesse James Garrett – Global Navigation

Het kiezen van de juiste koppen voor het intranet was vrij gemakkelijk. De informatie op de website was bij het bepalen van de informatie architectuur al in groepen verdeeld. Met de keuze voor Global Navigation, hoefde ik enkel elke groep een kop te geven en deze in te delen in een menubalk.

Beschrijving pagina's nieuw intranet

Afgaande op de informatie die hierboven is behandeld, volgt hieronder een korte beschrijving van hoe de pagina's op het intranet gedeeld zouden (kunnen) zijn.

De Homepage - Nieuws

De homepage is de pagina, waar al het belangrijke nieuws wordt gepresenteerd. Het huidige intranet van EVO dient als middel voor informatieoverdracht en naslagwerk. Een nieuw of volgend intranet zal daar ook aan moeten voldoen.

Al het belangrijke nieuws zal daarom op de homepage gecommuniceerd moeten worden. De belangrijkste functies op het intranet zullen het interne en het externe nieuws zijn. Daarnaast is het handig als er op de homepage quicklinks staan naar overige belangrijke of veelgebruikte informatie.

Mijn Collega's

Op de tweede pagina, genaamd Mijn Collega's kan je al je collega's vinden. Deze zullen weergegeven moeten worden met foto's en doorlinken naar eigen profielen. Het verschil ten opzichte van het huidige intranet moet zijn, dat makkelijk te filteren valt tussen de medewerkers van EVO en je moet kunnen zien we waarvoor verantwoordelijk is. Tevens zullen op de Mijn Collega's pagina de verjaardag, jubilea en nieuwe medewerkers worden getoond, zoals dat nu al is.

Afdelingen

De grootste verandering op het intranet zal plaatsvinden op de afdelingspagina's. Deze zullen qua indeling, structuur, maar ook qua functionaliteit veranderd moeten worden ten opzichte van de huidige situatie. Hier zullen recente ontwikkelingen, actualiteiten en nieuws binnen een afdeling te vinden zijn in bijvoorbeeld timeline. De afdelingspagina's zullen meer ondersteuning moeten bieden op het gebied van samenwerking.

Verder zal je er moeten vinden wie werkzaam is binnen een afdeling en waarvoor diegene verantwoordelijk is. Optioneel zijn mogelijkheden tot het uitwisselen van documenten en het werken met een algemene gezamenlijke agenda. Op dit moment zijn er per afdeling al gemeenschappelijke agenda's. Ideaal zou het zijn, als deze gekoppeld worden aan het intranet.

Evenementen

Bij de pagina evenementen, kan je alle evenementen terugvinden op een duidelijke en overzichtelijke manier. Zo zou je door middel van een kalender of een andere indeling, moeten kunnen zoeken of filteren op evenementen.

In tegenstelling tot de huidige situatie, zou je ook oude evenementen moeten kunnen terugvinden. Daarnaast moet er bij de evenementen meer informatie staan, dan in de huidige situatie. Op die manier kan de afdeling sales nieuwe bezoekers aantrekken voor een evenementen, terwijl ze misschien wel bezig zijn met zoeken naar leden voor een opleiding.

Mijn Bedrijf

Op de pagina mijn bedrijf staat algemene informatie over EVO. Zaken als Missie, Visie en Kernwaarden kunnen hierin terugkomen. Daarnaast zou je hier (naast de afdelingspagina van P&O), algemene informatie moeten kunnen vinden over: vakantieregelingen, verlofdagen, bonusregelingen, etc. Eventueel kan hier ook genoteerd worden wie er ziek zijn.

Documenten

In het deel documenten moet men alle documenten op het intranet kunnen terugvinden en beheren. Zowel je eigen documenten, als de documenten waar je toegang tot hebt, moet je hier kunnen terug vinden.

Naast dat documenten terug te vinden zijn op een afdelingspagina, is het prettig om een overzichtelijke plek te hebben, waar je alle documenten kan terugvinden. Dit bespaart een hoop clicks en zoekwerk.

Interface Design

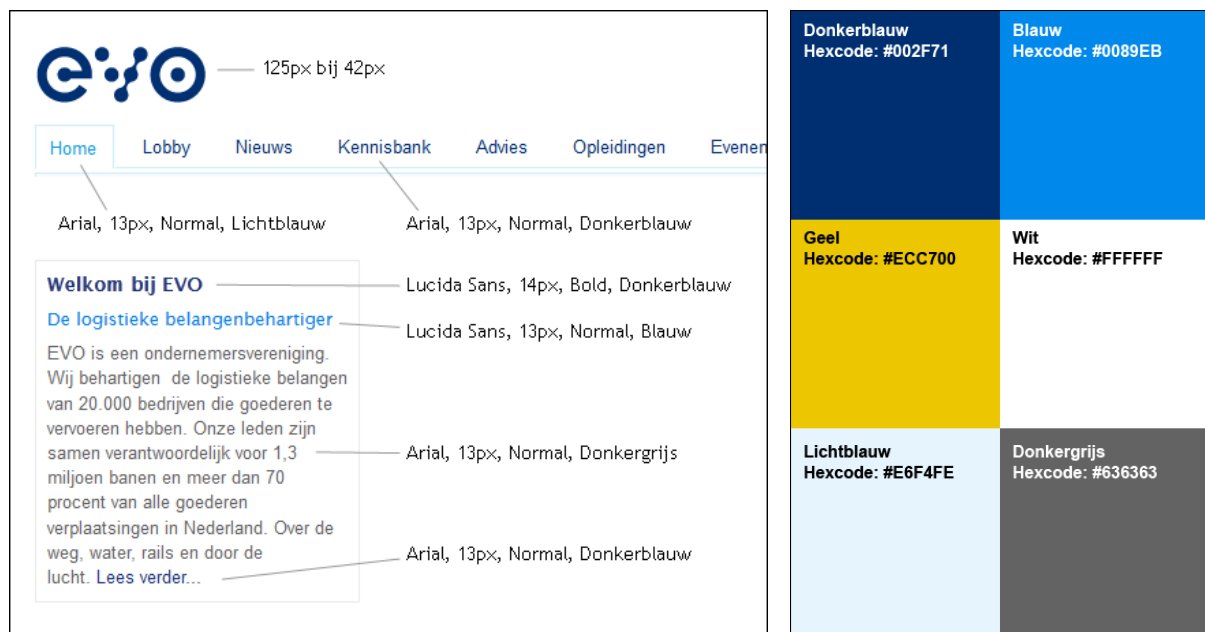
Op het gebied van interface design zijn er geen concrete eisen door EVO gesteld. Bijna alle websites die onder hen vallen, hebben zij door externe bedrijven laten ontwikkelen. Wel is duidelijk dat er wat aan de look en feel gedaan mag worden, omdat intranet op dit moment onaantrekkelijk is. Hiervoor kan prima de (nieuwe?) EVO huisstijl toegepast worden.

In mei 2011 heeft EVO hun nieuwe website gelanceerd, waarbij veel in is geïnvesteerd en waar er aandacht is gegaan naar het uiterlijk en de huisstijl van de website. Ondanks dat de EVO website een hele andere doelgroep heeft dan het EVO intranet, zou ik de huisstijl consistent houden. De belangrijkste zaken uit deze huisstijl om mee te nemen zijn het kleurgebruik en de typografie.

Typografie & Kleurgebruik

Typografie is een belangrijk onderdeel van een ontwerp. Een letterkeuze kan een ontwerp versterken of juist verzwakken. Voor de meeste websites tegenwoordig, wordt een schreefloos lettertype gebruikt, ook wel Sans Serif genoemd. Deze lettertypen zijn aangenaam om te lezen op een scherm in tegenstelling tot de schreefletters (Serif). Dit is ook het geval bij de EVO website.

Een ander belangrijk aspect van de vormgeving is het kleurgebruik. Kleur draagt bij aan de sfeer en de stijl van een website. De kwaliteit van de site zit in de inhoud en de kleur behoort de inhoud te ondersteunen. Kleur kun je eigenlijk niet apart beschouwen, los van de andere vormelementen. Dat een knop of een balk een bepaalde kleur heeft, is om de gebruiksvriendelijkheid te verhogen. Hieronder ziet u de typografie en het kleurgebruik van de nieuwe website van EVO.



Figuur 21: EVO Huisstijl

Web 2.0

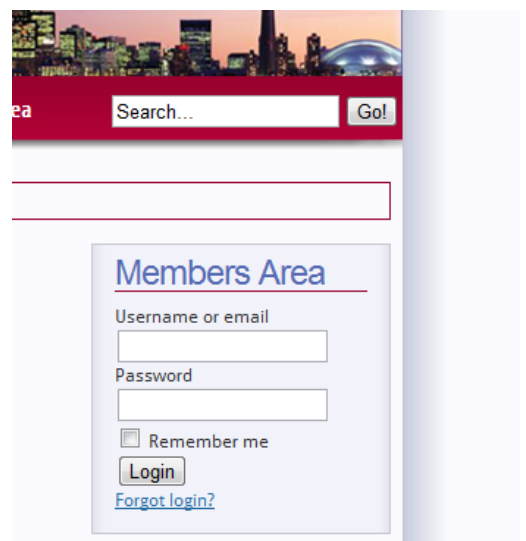
In *hoofdstuk 3 Het Intranet*, werd gesproken over web 1.0 en web 2.0. Daarnaast werd er in dit rapport gesproken over een aantrekkelijker uiterlijk.

Als je een aantrekkelijke website wilt ontwerpen, is het belangrijk dat je trends en ontwikkelingen bijhoudt. Een reden waarom het huidige intranet onaantrekkelijk is, is zijn verouderde stijl. Door het bijhouden van trends en ontwikkelingen, op websites als frankwatching.com en bright.nl, kan EVO informatie vergaren over het uiterlijk/design van websites en intranetten die hedendaags worden ontwikkeld. Als EVO zich aan deze zelfde designprincipes houdt, zal het intranet aantrekkelijker in gebruik zijn voor de medewerkers van EVO.

Bij deze wil ik een extra informatie meegeven over web 2.0, die EVO mee kan nemen bij het ontwikkelen of kiezen van/voor een nieuw intranet.

Het design van web 2.0 is:

- minimalistisch
- veel wit, dat zorgt voor rust
- veel ruimte en daardoor overzichtelijk
- functioneel ontworpen
- herkenbaar
- strak en recht
- dunne lijntjes
- geordende invoervelden
- herkenbare maar simpele logo's
- Een opvallende, terugkomende kleur (bijvoorbeeld koppen, titels en balken in dezelfde kleur)
- Maakt gebruik van gradients (*overloop van kleur*) en shadows (*schaduwen*)
- Consistent



Figuur 22: Shadows & Gradients

Het ontwerp

Het uiteindelijke ontwerp dat op basis van dit hoofdstuk is ontwikkeld is terug te vinden in *hoofdstuk 6.7 Maatwerk*.

Dit ontwerp is slechts een schets, van hoe het zou kunnen zijn. Dit is geen definitief ontwerp. Aan de hand van de systeemeisen in dit hoofdstuk, kan er wel een definitief ontwerp gerealiseerd worden.

6.De Benchmark

In dit hoofdstuk kunt u een alle relevantie informatie uit de benchmark vinden. In dit hoofdstuk worden verschillende softwarepakketten behandeld, die volgens hun ontwikkelaars geschikt zijn als intranet.

6.1 De Aanpak

Tijdens het onderzoek is er een benchmark uitgevoerd. Deze benchmark is gericht op verschillende software, dat zou dienen als een intranet. Op websites als frankwatching.com en cloudtools.nl is veel informatie te vinden over de verschillende pakketten.

Daarnaast hebben we een aantal van deze 'intranet-programma's' zelf getest en is er telefonisch contact geweest met de ontwikkelaars/uitgevers of gebruikers van deze programma's.

Uiteindelijk hebben er drie bezoeken plaatsgevonden bij bedrijven die een aantal van deze softwarepakketten al in gebruik hebben. Zo hebben er bezoeken plaatsgevonden bij

- Deloitte, dat gebruik maakt van Yammer en Sharepoint
- EnergieDirect, dat gebruik maakt van Winkwaves
- Viadesk, eigenaar van het Viadesk
- TamTam, voor maatwerk (bezoek bij EVO zelf)

In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste onderzochte pakketten terug komen. De pakketten die zijn afgefallen, zullen niet uitgebreid behandeld worden, omdat deze niet meer relevant zijn.

6.2 Yammer

Waarom Yammer?

Op dit moment maken wij binnen EVO al gebruik van Yammer. De laatste paar weken hebben steeds meer medewerkers zich voor dit platform aangemeld. Het is daarom interessant om te onderzoeken wat Yammer kan bieden voor EVO.

Wat is Yammer?

Yammer is een microblogging webdienst, gelanceerd in september 2008. Met Yammer is het mogelijk om een sociaal netwerk zoals Facebook en Twitter te maken binnen een bedrijf. Net als Twitter, kunnen gebruikers berichten (post-updates) plaatsen over zichzelf, post-updates volgen van anderen, onderwerpen 'taggen' etc. In tegenstelling tot Twitter, richt Yammer zich op bedrijven. De online software is zo gemaakt dat alle communicatie alleen zichtbaar is voor werknemers. De interface (het uiterlijk) en functionaliteiten lijken veel op die van Facebook, maar kent ook een aantal handige collaboration (samenwerking) tools.

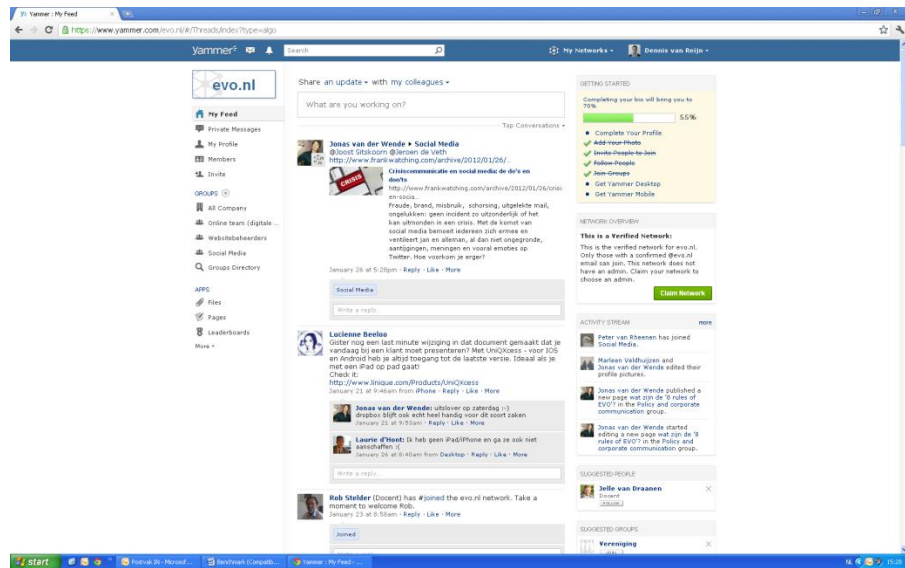


Iedere werknemer kan een privaat netwerk starten met het e-mailadres van het bedrijf. Binnen het sociale netwerk is het vervolgens (standaard) alleen mogelijk om een netwerk te vormen met andere Yammer-gebruikers die zich hebben aangemeld met hetzelfde e-mail domein.

Het doel is dat medewerkers via post-updates met elkaar hun status kunnen delen. Die status kan bijvoorbeeld de aanwezigheid betreffen, als ook de status van een werkproject. Je kunt updates plaatsen over waar je mee bezig bent. Je kunt nieuws plaatsen, vragen stellen en antwoorden krijgen over en van mensen in het bedrijf.

Funcities van Yammer

Net als bij Facebook en Twitter staat de timeline centraal in Yammer. De online software stelt de vraag: What are you working on? Maar in tegenstelling tot Twitters 140 karakters, kunnen binnen Yammer lange berichten worden gepost met verschillende bijlages. Het bericht is vervolgens zichtbaar voor



Figuur 23: De Yammer-Account van EVO

iedereen in het Yammer-bedrijfsnetwerk. Een bericht in Yammer kan naast tekst ook de volgende bijlages bevatten:

- **Bestanden** die andere gebruikers kunnen downloaden.
- **Afbeeldingen** welke direct als thumbnail zichtbaar zijn op de timeline.
- **Link** naar een website.
- **Poll** waar andere gebruikers op kunnen stemmen.
- **Uitnodiging voor een event.**

Via Yammer kan een overzicht worden getoond van bijvoorbeeld alle bestanden en bijeenkomsten.

Groepen en topics in Yammer

Om berichten niet kwijt te raken in de stroom van informatie binnen het Yammer-netwerk, kunnen gebruikers tags toevoegen. In Yammer heten dat topics. Vervolgens kan er op topic worden gezocht en worden alle berichten over dit onderwerp getoond.

Een andere manier om het overzicht te bewaren in Yammer is het gebruik van groepen. Iedere gebruiker kan een sub-netwerk maken met een groep werknemers. Afhankelijk van de instellingen kunnen andere gebruikers lid worden en zijn de berichten wel of niet zichtbaar voor iedereen.

Kosten Yammer

Yammer heeft zowel een gratis versie als een betaalde. Het nadeel van de gratis versie is dat hier te weinig functionaliteiten bij zitten en dat iedereen met een werk e-mailadres zich kan aanmelden. Dat geldt dus ook voor oud medewerkers.

De betaalde versie is 5 dollar per medewerker per maand. Deze versie ondersteunt echter maar tot 100 medewerkers. Bij de enterprise versie, kan je boven het maximum van 100 medewerkers gaan, maar dan gaat de prijs weer iets verder omhoog. De exacte prijs hiervan is niet bekend.

Ervan uitgaande dat de enterprise versie minimaal 1 dollar duurdert, dus 6 dollar, gaat dat minimaal 906 dollar per maand kosten. Omgerekend naar euro's kom je op per maand 689,21 euro.

Yammer in de praktijk

Zoals hieronder te zien is, wordt Yammer in de praktijk door veel grote bedrijven gebruikt. Hieronder zijn er slechts een paar te zien. Zo ben ik langs geweest bij Deloitte en heb ik met hen gepraat over Yammer. De conclusie die ik daaruit kon trekken is dat: **Yammer, gaat niet werken als vervanging van het huidige intranet voor EVO.**

Wat ik zelf al dacht, maar wat Deloitte heeft bevestigd, is dat je bij Yammer de overzichtelijkheid verliest. Zoals u op de vorige pagina kan lezen, maakt Yammer gebruik van een timeline waar alle berichten in terecht komen. Deze timeline stroomt vol en oude berichten komen onderaan terecht of verdwijnen op 'de volgende pagina' en na een aantal dagen zijn ze alleen nog via de zoekfunctie terug te vinden. Hier kan je bijvoorbeeld zoeken op een topic.

Dit zoeken werkt volgens Deloitte ook niet heel goed, want als je zoekt op een topic, krijg je vaak heel veel berichten te zien. Je kan hier niet goed in filteren, waardoor je uiteindelijk alsnog aan het bladeren bent tot je bij de juiste informatie komt. Daarnaast gebruikt men niet bij elk bericht een topic of krijgen topics verschillende namen. Het grootste minpunt is dus dat je geen plek hebt voor vaste informatie.

Nog een nadeel is dat je bij Yammer geen eigenaar je content bent. Alles wat op Yammer besproken wordt, is van hen en het kan dus ook door hen in beslag genomen worden. Dit zal zelden voorkomen, maar ik kan me voorstellen, dat bepaalde informatie natuurlijk alleen voor EVO beschikbaar moet zijn en niet voor derden.

Een laatste nadeel is dat je bij Yammer weinig aan het uiterlijk kan veranderen. Zelfs met de betaalde versie, valt hier weinig mee te doen. Dit sluit niet aan bij de wens van de gebruiker.

Yammer is volgens Deloitte meer een middel voor [kennisdeling](#) met je collega's. Men gebruikt het daar met name voor het vragen naar bepaalde informatie/personen en voor tips bij bepaalde activiteiten die ze uitvoeren. Het volstaat niet als intranet, omdat je gewoon bepaalde zaken mist.

Voor het intranet met vaste informatie maken zij gebruik van een Microsoft Sharepoint omgeving, met een daarvoor ontworpen interface van TamTam. Yammer is voor hen een additioneel middel om je collega's makkelijker te kunnen bereiken.



Figuur 24: Klanten/Gebruikers van Yammer

6.3 Viadesk

Waarom Viadesk?

Viadesk lijkt heel erg op Yammer, alleen komt dat pakket af van een Nederlands bedrijf. Deze software werd mijn persoonlijk aangeraden door, door iemand van een ander bedrijf, met wie ik tijdens mijn onderzoek telefonisch contact had.



Wat is Viadesk?

Viadesk is opgericht in 1999 door Marc Leidner en Mujibor de Graaf. Toen al zagen zij - als student en als ondernemer - de behoefte om documenten te delen en online samen te werken. Na 12 jaar trouw te zijn gebleven aan dit idee, zijn zij op een laagdrempelige manier uitgegroeid tot wat Viadesk nu is: een volwassen, laagdrempelig en sociaal samenwerkplatform.

Met de betaalde versie van Viadesk, kan je projectmatig samenwerken in één of meerdere groepen. Ook biedt het de mogelijkheid om het tot een social intranet in te richten. Dat en meer kan in Viadesk, een omgeving voor documenten, organisatie en communicatie.

Viadesk voor EVO?

Viadesk werkt in feite hetzelfde als Yammer. Het biedt ongeveer dezelfde functionaliteiten. Zo werkt Viadesk ook met een timeline, waarin berichten geplaatst kunnen worden. Dit kunnen verschillende type berichten zijn. Zo kun je korte nieuwsberichten, discussies, vragen, polls en evenementen plaatsen.

Ook kan je via Viadesk documenten en afbeeldingen uploaden. Deze documenten kan je plaatsen en verschillende mappen. Zo zou het volgens Viadesk voor EVO het makkelijkst werken, als we gaan werken met een openbare ruimte, en met groepen.

Alles wat in de groep geplaatst wordt aan informatie, blijft binnen de groep. Dit geldt zowel voor de documenten, als voor de berichten. Deze documenten kunnen geplaatst worden in de verschillende mappen, die binnen een groep aangemaakt zijn. Alle algemene documenten, kunnen in de openbare ruimte geplaatst worden, die voor iedereen van EVO beschikbaar is. In deze openbare ruimte, kun je bijvoorbeeld van elke afdeling een map aanmaken, waar vervolgens elke afdeling zijn algemene/openbare documenten in plaatst.

Binnen de groepen, heb je weer allerlei middelen om samen te werken aan documenten, evenementen in te plannen en to-do-lijstjes op te stellen, net zoals Yammer dat biedt.

Een voordeel van Viadesk is dat je als beheerder op elke pagina kan bepalen welke functies aan staan, en waar se staan. Zo kan je ook de algemene timeline uit kan zetten, waardoor de hoofdpagina er een stuk overzichtelijker uitziet. Op deze manier kan je ervoor zorgen dat alleen de belangrijke berichten op de hoofdpagina verschijnen en dat je binnen een groep wel de mogelijkheid houdt om te discussieren of te overleggen.

Nog een voordeel van Viadesk is, dat je bij Viadesk wel eigenaar bent van je content. Alles wat er dus op wordt geplaatst, is van EVO. Dit geldt overigens voor alle Nederlandse bedrijven die dit soort software leveren.

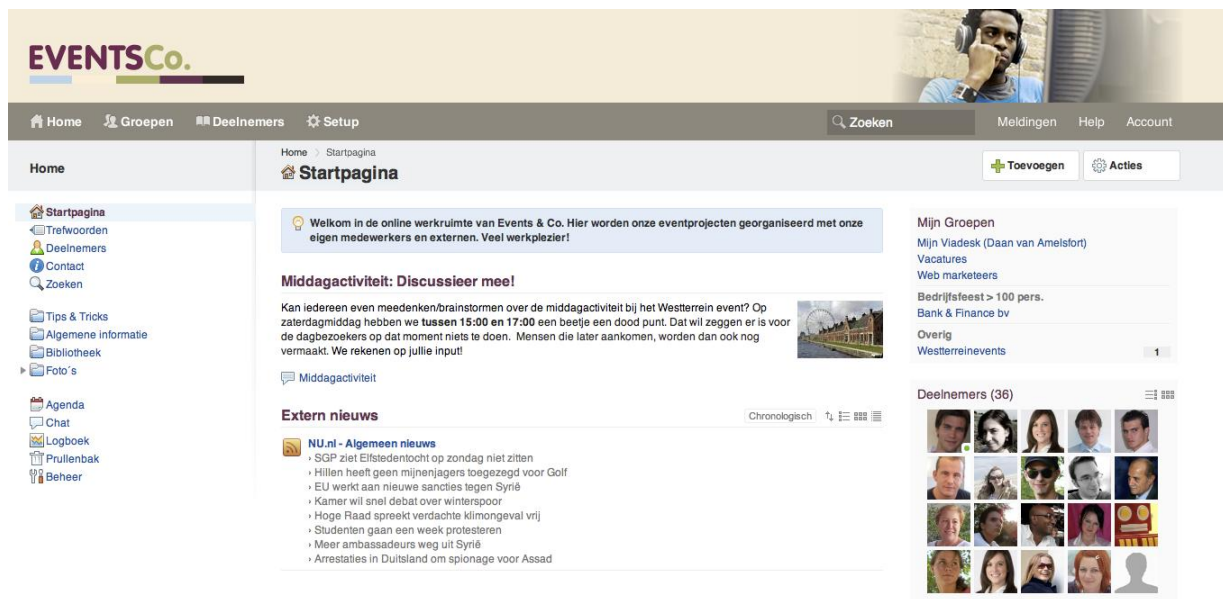
Kosten Viadesk

Tijdens mijn bezoek aan Viadesk, hebben we het ook gehad over de kosten. De kosten van Viadesk voor EVO zijn 500 euro exclusief BTW per maand. Voor dit bedrag krijgt EVO het pakket, de hosting, service en support en 300 licenties.

Voor het ontwikkelen van een EVO huisstijl vraagt Viadesk eenmalig 500 euro en voor het geven van Workshops bij EVO zelf, vraagt Viadesk 900 euro per dagdeel. Dat laatste is echter optioneel.

Impressie van Viadesk

Na afloop van de demonstratie en het gesprek dat ik bij Viadesk heb gehad, heb ik een aantal screenshots meegekregen. Deze screenshots zijn hieronder te zien, met uitleg.



Figuur 25: Homepage van ViaDesk

Zie hier de hoofdstartpagina, met een uitgeschakelde timeline. Zonder de timeline, ziet deze pagina er een stuk overzichtelijker uit. Voor het externe nieuws is hier nu.nl gebruikt, maar hier kan ook het EVO nieuws komen te staan. Dit kan gewoon via een RSS feed. Links staan een aantal quicklinks, bijvoorbeeld de mapjes naar alle openbare documenten, waar we het in dit hoofdstuk eerder over gehad hebben. Rechts zie de groepen staan, waar je zelf in zit. Tot slot zie je nog de deelnemers, oftewel, je collega's aan de rechterkant.

EVENTS Co.

Home Groepen Deelnemers Setup Zoeken Meldingen Help Account

Westerreinevents

Startpagina

Westerreinevents > Startpagina

Trefwoorden

acties activiteit advertentie afbeelding catering commercial contractafspraken definitief flyer goedgekeurd guerrilla stunt marketingplan programmaboekje security

Mijn taken (3)

- 14 apr Concept Communicatieplan klaar
- 22 apr Definitieve versie Communicatieplan in directie overleg bespreken
- 10 apr Kortsluiten wat te doen met artiesten

Deelnemers (31)

- Daan van Amelsfort** Events & Co
- Ismay Baas** Events & Co
- Julia van Bernaert** Van Bernaert Design
- Leo de Boer** Florijn Finance BV
- Harrie van den Boom** Events & Co
- Karel de Bruin**

Recente wijzigingen

- Projectplan.doc**
Feedback van laatste vergadering is verwerkt.
Versie verwijderd door Daan van Amelsfort, vandaag 13:58. 3 reacties
- overleg**
10 november 2011 13:00 - 14:00,
Bewerkt door Daan van Amelsfort, 3 november 2011 12:02.
- Vergadering project A**
28 oktober 2011 15:00 - 16:00, Kamer 3.07, Neem je iPad mee
Geplaatst door Daan van Amelsfort, 25 oktober 2011 14:48.
- Mujibor de Graaf**
Deelnemer geworden, 26 september 2011 13:31.
- Integreren communicatieplan in marketingplan?**
Hi collega's, Ik ben momenteel bezig met het marketingplan en het communicatieplan. In eerste instantie was het idee om hier twee afzonderlijke plannen van te maken. Maar ik merk steeds dat er toch behoorlijk wat overlap is...
Bewerkt door Daan van Amelsfort, 13 september 2011 14:17. 4 reacties

Figuur 26: Homepage binnen een groep in ViaDesk

Hierboven zie je de startpagina binnen een groep. Links staan net als op de normale homepage de mapjes met documenten. Deze documenten vallen echter binnen deze groep. en rechts staan de deelnemers uit de groep + de taken. In het midden staan de activiteiten binnen de groep.

EVENTS Co.

Home Groepen Deelnemers Setup Zoeken Meldingen Help Account

Home

Home > Beheer > Startpagina inrichten

Home – Startpagina

Indeling

Sleep de items in de gewenste volgorde.
U kunt de items ook slepen van of naar het gedeelte 'Niet zichtbaar'. Deze items worden niet meer getoond.

Home

- Nieuws
- Berichten
- Aankondigingen
- Nieuwsfeed
- Extern nieuws
- Startpagina items
- Mijn Groepen
- Deelnemers
- Trefwoorden
- Mijn Taken
- Mijn Vragen
- Mijn Agenda
- Mijn meldingen
- Berichten
- Mijn Inbox

Niet zichtbaar

- Recente wijzigingen
- Mappen
- Gerelat. items

Weergaveopties

Stel in hoe de items worden gepresenteerd op de Startpagina van deze groep. Deze instelling geldt voor alle deelnemers.
Tip: Voor 'Recente Wijzigingen' kunt u instellen welke items worden worden weergegeven via Beheer > Recent Wijzigingen/ Rapportage

Aankondigingen Toon maximaal: 3

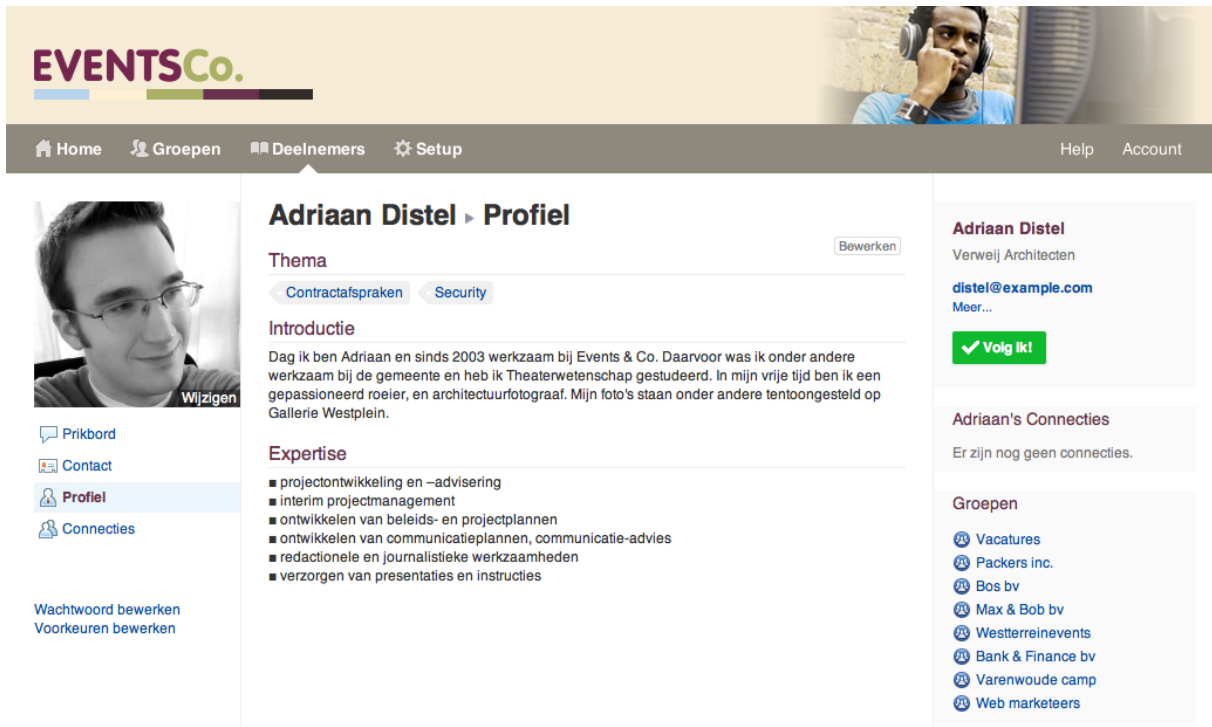
Mijn meldingen Toon maximaal: 3

Recente wijzigingen Weergave: Details Sorteren: Chronologisch Aflopend

Nieuwsfeed Weergave: Volledig

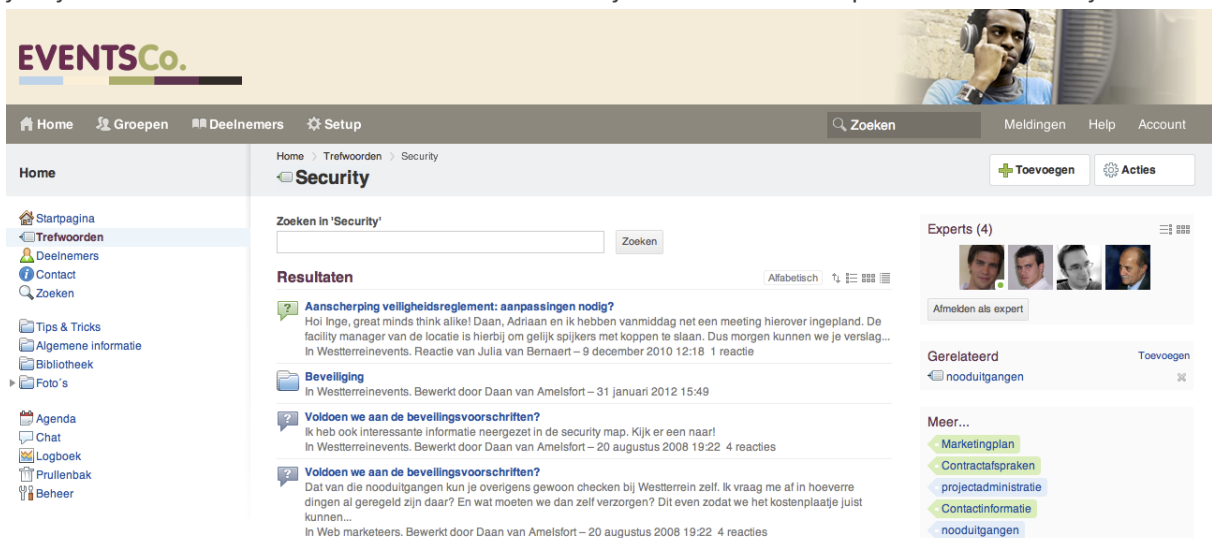
Figuur 25: Beheer in ViaDesk

Hierboven zie je het beheer, dat de beheerders per pagina hebben. Zoals je ziet kan je functies zichtbaar en niet zichtbaar maken en heb je keuze uit twee kolommen. Een voordeel hiervan is dat je als beheerder erg veel kan wijzigen aan de indeling.



Figuur 27: Profielpagina in ViaDesk

Hierboven zie je het profiel van een 'deelnemer'. Aan de linkerkant, zie je dat je bij deze persoon ook op algemene contactinformatie kan klikken. Daarnaast heb je nog een prikbord, waar je hem een berichtje kan sturen en je kan zijn connecties zien. Tot slot heb je nog zijn uitgebreidere profiel, waar je bijvoorbeeld een thema kan neerzetten. Dit kun je hierboven zien. Op deze thema's kan je zoeken.



Figuur 28: Zoekopdracht in ViaDesk

Bij deze screenshot je het resultaat, nadat je hebt gezocht op Security. Hier vind je alle relevante artikelen op het gebied van Security, maar ook alle personen (*Experts*) die hier wat van af weten. Bij het bovenste screenshot op deze pagina, heb je gezien dat 'Adriaan Distel', security aan zijn profiel heeft toegevoegd, bij thema.

6.4 WorkVoices

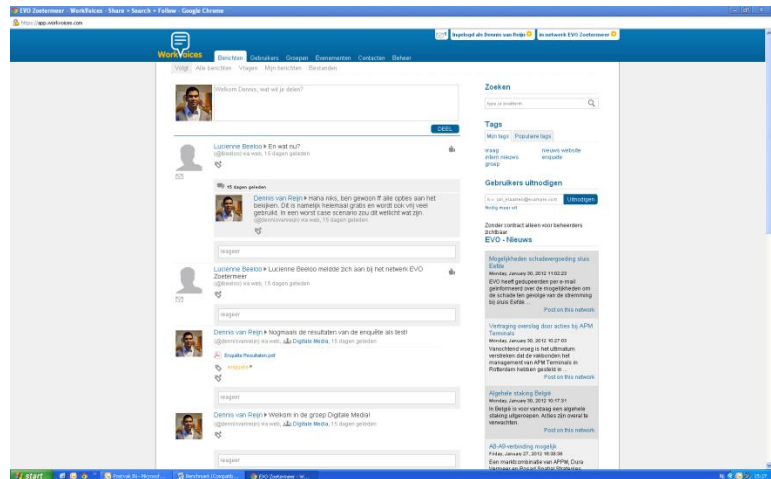


Waarom WorkVoices?

In eerste instantie wilde ik WorkVoices buiten dit rapport laten. In de beginfase van de benchmark hebben we dit programma getest en toen bleek al gauw dat het erg leek op Viadesk en Yammer, maar dat het zelfs iets beperkter was. Daarnaast was het design iets minder strak dan dat van Viadesk en daardoor hebben we niet meer naar Workvoices gekeken. Op de één na laatste dag van mijn stage, werd ik gebeld door Workvoices. Zij vertelde mij dat zij met een aantal vernieuwingen bezig waren en enkele van deze vernieuwingen spraken mij toch wel heel erg aan. Deze staan in dit subhoofdstuk vermeld.

Wat is WorkVoices?

WorkVoices is online software om binnen een bedrijf een sociaal netwerk op te zetten. Gebruikers kunnen op een makkelijke manier informatie en bestanden met elkaar delen. De Software as a Service (SaaS) van Nederlandse bodem is zo gemaakt dat de informatie die gedeeld wordt, alleen zichtbaar is voor mensen die worden toegevoegd aan het sociale netwerk.



Figuur 29: Homepage van Workvoices

Functies van WorkVoices

WorkVoices biedt je de mogelijkheid om eenvoudig snelle korte berichten uit te wisselen met je collega's en je collega's te volgen. Vragen, wie heeft wat gedaan, status van projecten, documenten en handige links worden eenvoudig en snel gedeeld. De berichten op WorkVoices worden alleen zichtbaar binnen je organisatie waardoor je informatie veilig en betrouwbaar is afgeschermd.

- Share > Deel je berichten met je collega's
 - Berichten of blog-entry delen
 - Reageer direct
 - Voeg een bestand toe
 - Tag je berichten
 - Geef je locatie aan
 - Plaats berichten via web en mobiel
- Search > Zoek op berichten en personen
 - Zoek op onderwerp
 - Zoek op personen
 - Tagcloud
 - Stel een vraag
- Connect > Volg je collega's altijd en overal
 - Volg je collega
 - Ontvang email alerts
 - Status update per mail
 - Geef een Thumbs up

Groepen WorkVoices

Medewerkers willen onderling communiceren over projecten, gedeelde interessegebieden en urgente veranderingen. WorkVoices maakt het mogelijk voor alle medewerkers om direct groepen (tribes) aan te maken. Deze groepen kunnen open of gesloten zijn. In deze groepen kunnen informatie, documenten, en vragen gedeeld worden. Zo ben je altijd op de hoogte waar de andere mensen uit je project team mee bezig zijn.

- Groep aanmaken
 - Groepen beheren
 - Gesloten of open groep creëren
 - Groepen zoeken
 - Groepen volgen

Een voordeel van WorkVoices

Wat bij Yammer mist en wat bij Viadesk beperkt is, is een duidelijke homepage, die eruit ziet als een normale website, waar je nieuws kunt delen. Bij de functionele specificaties en content eisen, heb je kunnen lezen dat het delen van intern nieuws binnen EVO erg belangrijk is.

Toen WorkVoices mij onlangs belde, vertelden ze mij over een nieuw netwerk dat zij hadden opgestart, waar zij WorkVoices aan een duidelijke homepage hadden gekoppeld.

Hiernaast ziet u het onlangs gelanceerde MyWorld, met een duidelijke homepage, waar we bijvoorbeeld nieuws van EVO kunnen plaatsen.

Als je in het menu rechtsboven naar community gaat, ga je naar workvoices zelf, waar je in groepen kan samenwerken, etc.

Zo'n homepage als deze past beter bij de eisen en wensen van EVO.

Verder is er een koppeling met sharepoint mogelijk.

Kosten WorkVoices

De kosten van WorkVoices, liggen een stuk lager dan die van de andere softwarepakketten.

De kostenbedragen 2 euro per maand per gebruiker. Uitgaande van 151 gebruikers die we nu hebben, is dat 304 euro per maand. Voor het opzetten van een homepage als deze, zijn geen kosten vast te stellen. Dat is afhankelijk van onze eisen. WorkVoices vraagt 85 euro per uur.



Figuur 30: Homepage van MyWorld door Workvoices

6.5 Winkwaves



Waarom Winkwaves?

Winkwaves noemt zichzelf completer dan Yammer en minder complex dan Microsoft Sharepoint. Dit maakte ons erg nieuwsgierig naar wat zij te bieden hebben. Daarnaast is dit weer een Nederlandse maatschappij, wat toch wel een leuk voordeel is en van wat wij op hun website hebben gezien, wijken zij erg af van de gebruikelijke interfaces, die Yammer, Viadesk en Workvoices gebruiken.

Wat is Winkwaves?

Winkwaves Kenniscaf  stelt de kracht van sociale media ten dienste van kennisdeling en samenwerking binnen en tussen organisaties. Registreren. Kijken. Meedoen. Samenwerken. Kennisdelen. En meer. Een Winkwaves Kenniscaf  is ontworpen met het oog op samenwerken en kennisdelen binnen en tussen organisaties. Dat betekent:

- Het is laagdrempelig om mee te doen en informatie toe te voegen.
- Mensen kunnen elkaar makkelijk vinden, ook als ze elkaar niet kennen.
- Mensen kunnen makkelijk een plek en een manier vinden om samen te werken.
- Het is eenvoudig om informatie terug te vinden en te gebruiken.
- Er is maatwerkintegratie mogelijk met (gebruikers)systemen van organisaties.
- De mogelijkheden van het Winkwaves Kenniscaf  hebben we ge llustreerd in deze kennismaking.

De keuken van een Winkwaves Kenniscaf  heeft een geheel eigen signatuur. Alhoewel we (veel) ingredi nten delen met Facebook, Twitter (en Yammer), Google Docs (en Plus), Microsoft Sharepoint, Lotus Connections en andere social network omgevingen voor kennisdelen en samenwerking, durven wij ons zonder meer ‘anders’ te noemen. Natuurlijk, in alle omgevingen vind je een blog-functionaliteit, de mogelijkheid om documenten te delen en berichten voor anderen achter te laten. Dergelijke ingredi nten bepalen echter slechts voor een deel de smaak. De bereidingswijze, de kwaliteit van de ingredi nten en de presentatie zijn minstens zo belangrijk voor de uiteindelijke smaak en het succes van een recept. Graag prikkelen we je fantasie met onze ingredi nten en onze manier van bereiden van het Winkwaves Kenniscaf . Lees erover in ons kookschrift.

Functies van Winkwaves

- Sociale mogelijkheden, zoals je die gewend bent van Facebook, LinkedIn, Twitter en Youtube. Met microbloggen, vragen & antwoorden, direct bekijken van video's, liken van artikelen, reageren op elkaar, organiseren van evenementen.
- Samenwerken in groepen, aan teksten (wiki/co-auteurs), aan documenten met versiebeheer. Samenwerken met iedereen op het platform of met mensen die je daartoe uitnodigt, inclusief klanten of experts van buiten, waarbij de toegang beperkt kan worden tot een groep.
- Kennismanagement, ondersteund met gebruik van trefwoorden, glossaries, structurering in groepen en zeer uitgebreide (full text, ook in documenten) zoek- en filteropties.
- Redactionele mogelijkheden, inclusief portalfuncties, voor gebruik als online magazine, nieuwsbrieven en uitgebreide moderatiemogelijkheden

Kosten Winkwaves

De kosten voor een Kenniscaf  zijn opgebouwd uit twee delen: de inrichtingskosten voor het eerste gebruik en een maandelijks bedrag per werkplek (bij gebruik als sociaal intranet of personeelsblad) of een prijs voor geactiveerde profielen (bij verenigingen en business-to-business). De prijs wordt altijd bepaald door het maatwerk dat Winkwaves verricht. Een exacte prijs is hierdoor niet duidelijk.

Er is wel telefonisch contact geweest met Winkwaves en daar hebben ze een indicatie kunnen geven van de kosten van het product.

- **Afhaalmenu:** Setup: 2500 euro, per maand: 250 euro
- **Huismenu:** Setup: 7500 euro, per maand: 500 euro
- **Business Delightmenu:** Setup: 20000 euro, per maand: 1000 euro

Op de website van winkwaves is te zien wat de exacte verschillen tussen deze pakketten zijn. Het pakket dat het best geschikt is voor EVO, is het huismenu.

Winkwaves in de praktijk

Tijdens het uitvoeren van de benchmark is er een bezoek geweest bij EnergieDirect. Deze afspraak is echter niet geheel als gewenst verlopen. Ik kreeg te zien hoe Winkwaves werkte, maar men kon niet antwoord geven op al mijn vragen.

Zo vroeg ik bijvoorbeeld waarom zij voor Winkwaves hadden gekozen. Hier konden zij geen antwoord op geven. Ook vroeg ik naar enkele nadelen of dingen waar ze tegenaan zijn gelopen bij het gebruik van winkwaves. Ook hier is geen tot weinig informatie uit naar voren gekomen. Het enige nadeel dat ze noemde is dat het lastig was om mensen binnen hun bedrijf te motiveren om met Winkwaves te gaan werken. Dit is meer een algemeen ‘probleem’, wat je bij de invoering van elk nieuw systeem aantreft, maar het zegt niks over het systeem zelf.

Van wat ik heb gezien, zag het er erg rommelig uit en verre van strak en overzichtelijk. Niet iets wat bij EVO past. Wellicht ligt dit ook aan de stijl die het bedrijf bij het pakket heeft gehanteerd en de functies die zij aan hebben gezet. Het kan ook aan de wijze van presenteren liggen, maar zoals het er nu voor staat, ben ik niet erg positief over Winkwaves.

Het is erg jammer dat EnergieDirect mij geen antwoord kon geven op mijn vragen. Hierdoor heb ik geen duidelijk beeld van wat winkwaves allemaal biedt. Ik raad EVO aan om nog een keer een afspraak te maken met Winkwaves zelf.

6.6 Sharepoint 2010

Wat is Sharepoint?

SharePoint 2010 is de laatste versie in de succesvolle volledig webbased oplossing van Microsoft en biedt één geïntegreerd platform voor zowel intranet-, extranet- als internettoepassingen en voorkomt dat u verschillende applicaties hoeft in te zetten voor 'Content Management', 'Search', 'Collaboration' en 'Business Intelligence'. Het stroomlijnt zowel de interne- als externe communicatie. Bedrijfsprocessen en –toepassingen worden volledig geïntegreerd dankzij één uniform platform. Sharepoint is de remedie om grip te houden op ongestructureerde- en gestructureerde bedrijfsprocessen.



Functies van Sharepoint

Met Microsoft Sharepoint Online kunnen bedrijven eenvoudig hun eigen intranet opzetten, zodat medewerkers gemakkelijk online kunnen samenwerken. Gegevens en bestanden kunnen worden gedeeld met specifieke collega's binnen een beveiligde omgeving. Voor afdelingen en groepen kunnen exclusieve teamsites worden opgezet.

Direct starten met online samenwerken

Met het administrator-menu is in één stap een Sharepoint aan te maken. Per Sharepoint kan worden ingesteld wie er toegang heeft en hoeveel gigabyte aan ruimte mag worden gebruikt.

Sharepoint-omgevingen en teamwebsites bieden de volgende mogelijkheden tot online samenwerken:

- **Afbeeldingenbibliotheek**, om fotoalbums in op te slaan
- **Documentenbibliotheek**, om documenten te delen en bewerken met collega's
- **Diatheek**, om Powerpoint presentatie's te delen en bewerken
- **Wiki pagina's**, om informatie over bedrijfsgegevens en vaktermen te delen
- **Agenda**, om gezamenlijke afspraken te delen
- **Takenlijst**, om taken vast te leggen (inclusief deadlines)
- **Formulierenbibliotheek**, om statusrapporten te koppelen aan Sharepoint (alleen via XML)

Microsoft Sharepoint Online gebruikt de standaard Microsoft huisstijl en werkwijze. Voor veel gebruikers zal deze online software daarom aanvoelen als bekend terrein. Zo werkt men binnen EVO ook met Microsoft Office. Het menu is logisch ingedeeld en bibliotheken zijn snel aan te maken. De revisiehistorie maakt overzichtelijk welke items zijn aangepast en door wie.

Veilig afgeschermd voor de buitenwereld

Microsoft Sharepoint Online goed beveiligd. De verbinding met de online software gaat over een beveiligde https-verbinding. Ieder bestand is (on)toegankelijk te maken per gebruiker en/of gebruikersgroep. Om een bestand aan te passen moet er eerst worden ingelogd om het bestand op te kunnen halen. Na het aanpassen dient er opnieuw te worden ingelogd om het bestand terug te kunnen plaatsen. Om dit continue inloggen te voorkomen, stelt Sharepoint Online een applicatie beschikbaar via het menu. Deze applicatie zorgt ervoor dat een gebruiker ingelogd blijft.

Kosten Microsoft Sharepoint Online

Microsoft Sharepoint Online zou EVO 4,95 euro per gebruiker per maand kosten. Voor de software geldt wel een minimale afname van vijf gebruikers. Dit komt uit op 748 euro per maand als je uitgaat van de 151 accounts, die we nu op het intranet hebben.

Naast het Microsoft Sharepoint pakket, zijn er ook nog meer mogelijk heden, wanneer men kiest voor een Business Productivity Online Standard Suite (BPOS). Hier zitten nog wat extra tools bij ter bevordering van de samenwerking :

- **Exchange Online** (e-mail, gedeelde agenda's en contactpersonen)
- **Office Livemeeting** (online vergaderen)
- **Office Communications Online** (chatten)

Dit complete Software as a Service pakket kost ongeveer 9 euro per gebruiker per maand

Sharepoint in de praktijk

Uit verschillende reviews komt naar voren dat Sharepoint een heel sterk programma is, maar dat de standaard interface niet altijd even gebruiksvriendelijk is. Dit is niet waar EVO naar op zoek is.

Zo heeft Deloitte mij een intranet laten zien, dat door TamTam is ontwikkeld op basis van Sharepoint. Dit intranet zag er erg indrukwekkend en modern uit. Het leek op een normale website, maar dan voor intern gebruik, met wat meer functies dan een gewone websites. Bij Deloitte maakt men wel gebruik, van de meest uitgebreide versie van Sharepoint. Dit is de Business Productivity Online Standard Suite die werd genoemd. Dit systeem zou ideaal voor EVO zijn, maar de kosten van zo'n oplossing zijn erg hoog.

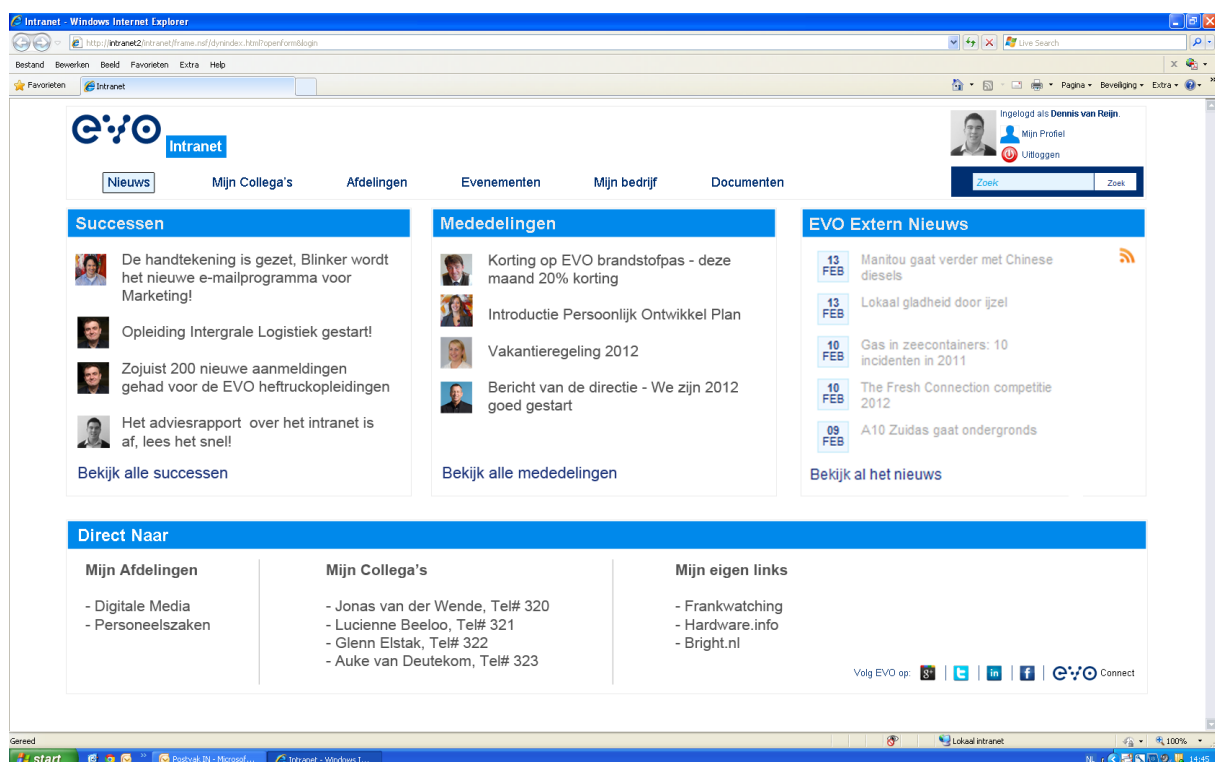
Wil je gebruik maken van Sharepoint, dan zal je er door een internetbedrijf een goede interface voor moeten laten bouwen. De prijzen hiervan zijn erg hoog. Als je het door TamTam laat doen, kost dit 30.000 euro voor het opstellen van het systeem en de koppeling met Sharepoint. Aanzienlijk hoger dan bij de andere systemen. Hier komen nog de maandelijkse kosten bij. Dit is veel, maar dan heb je ook wat.

6.7 Maatwerk

Mocht EVO kiezen voor maatwerk, dan zijn er verschillende mogelijkheden. De kosten van maatwerk zijn erg verschillend. Je kan dit bij een bedrijf als winkwaves zelf doen en gebruik van hun software of je kiest bijvoorbeeld voor TamTam die om een product als sharepoint heen een nieuwe interface maakt, exact naar wens van EVO. TamTam of een ander internetbedrijf, kan dat in principe met bijna elke softwarepakket, dus ook andere software dan sharepoint.

Ik heb zelf aan de hand van de eisen die genoemd werden door de doelgroep een aantal schetsen gemaakt. Dit is slechts een concept en geen definitief ontwerp. Dit schetsen geven een impressie van hoe een intranet er voor EVO uit zou kunnen zien.

Homepage

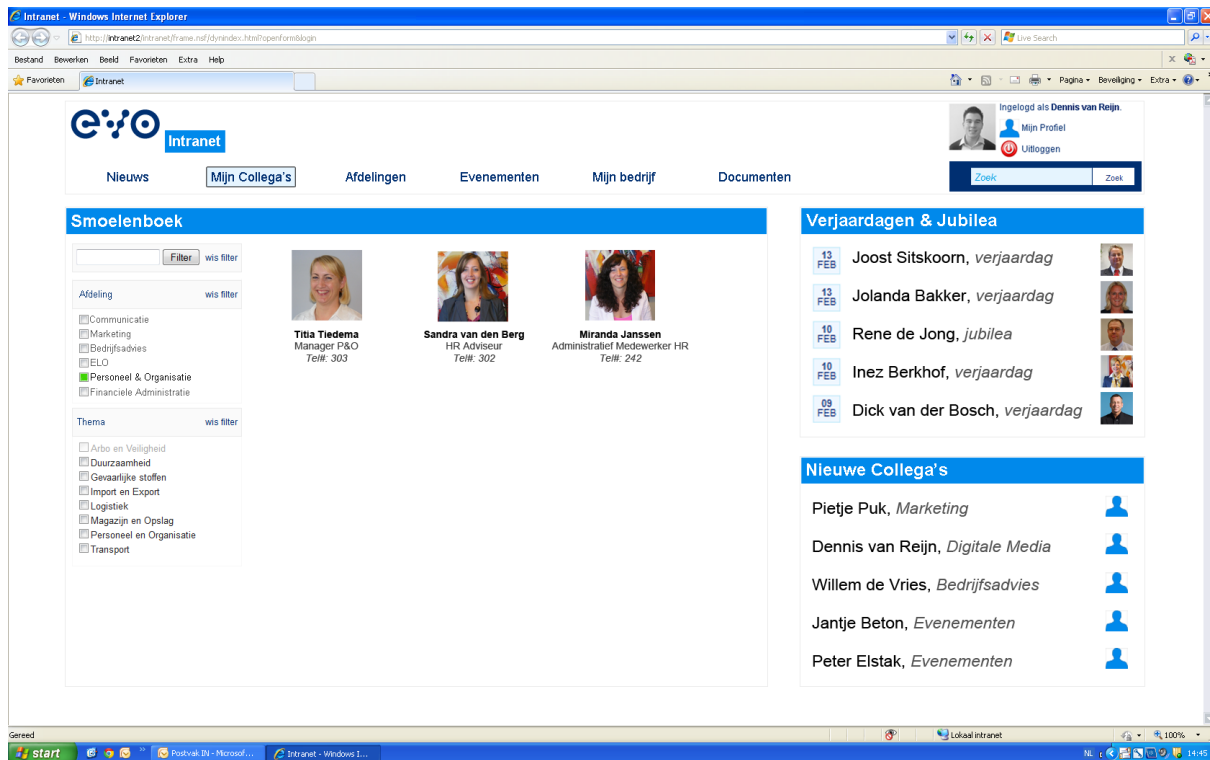


Figuur 31: Concept Homepage voor het EVO Intranet

Hierboven zie je een screenshot van een schets uit Photoshop, van de homepage van het intranet. Zoals je ziet is dat een centrale pagina, waar al het nieuws gepresenteerd kan worden. Zo heb je het externe nieuws, maar ook de successen en mededelingen waar bij de functionele eisen over gesproken werd.

Bovenin staat een menubalk. Via deze menubalk kan je door de verschillende delen van het intranet navigeren. Bij het huidige intranet is dit niet het geval. In deze menubalk, staat ook de zoekfunctie en je kan vanaf daar naar je eigen profiel. Het is gebruikelijk dat dit soort opties aan de rechterkant van de pagina staan en daarom heb ik ze hier ook aan deze kant verwerkt. Onderin staan belangrijke links naar de voor jou belangrijke delen van het intranet.

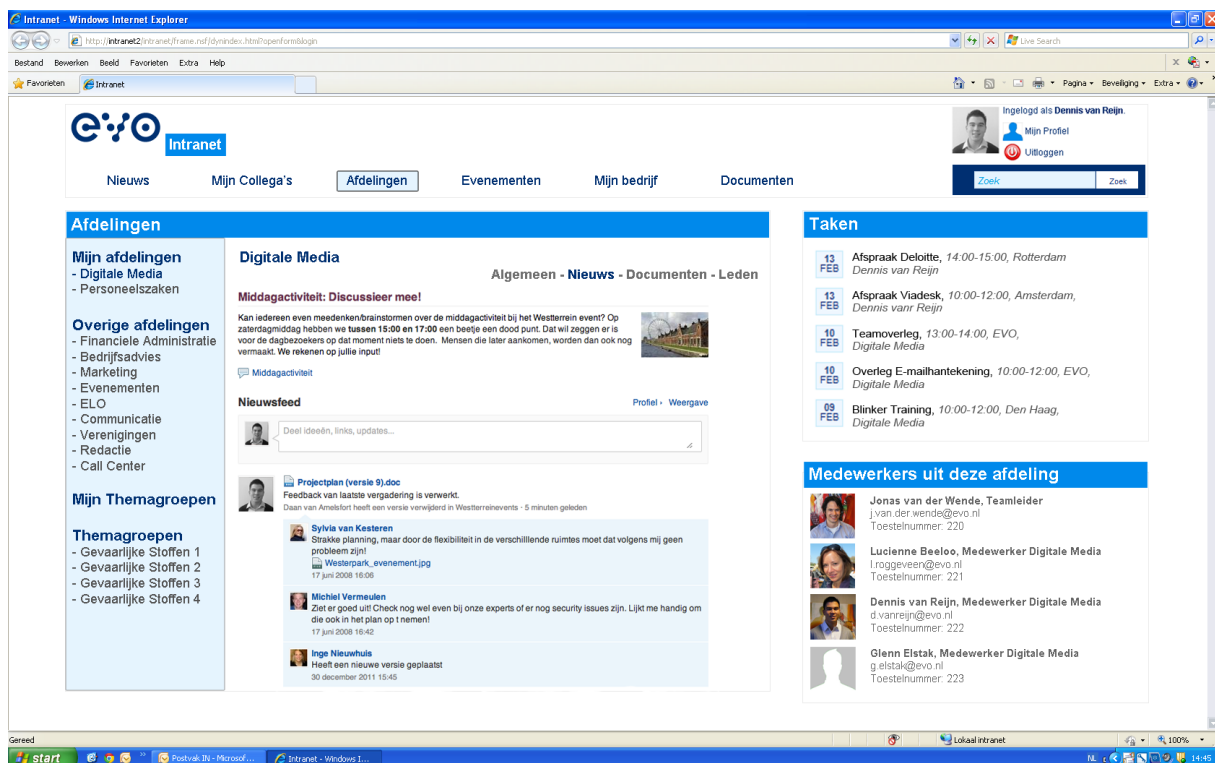
Mijn Collega's



Figuur 32: Concept 'Mijn Collega's'-pagina voor het EVO Intranet

Hierboven zie je een screenshot van het deel 'mijn collega's'. De verjaardagen & jubilea en de nieuwe collega's zijn net als in het huidige intranet, meegenomen. Bij het 'smoelenboek', dat in feite hetzelfde is als de 'wie is wie?' zie je je collega's. Echter zit hier ook aan de linkerkant een zoekfunctie en kan je bijvoorbeeld filteren per afdeling. Om het persoonlijker te maken zie je gelijk de gezichten van je collega's.

Afdelingen



Figuur 33: Concept 'Afdelingen'-pagina voor het EVO Intranet

Tot slot zie je hier nog een screenshot van een afdeling. Je bevindt je nu in de afdeling Digitale Media. Hier heb je wel duidelijk een timeline, in tegenstelling tot de homepage. Dit is dan ook het deel, waar je binnen je afdeling informatie en kennis kan delen.

Aan de linkerkant zit een menubalk, waar je kan navigeren door de verschillende groepen. Alleen tot je eigen afdelingen heb je het recht om alles te kunnen lezen en om wat neer te zetten. Aan de rechterkant zie je de medewerkers en de taken van de afdeling staan.

Overig

Van de volgende pagina's is geen screenshot ontworpen:

- Evenementen: Hier kan je alle evenementen terugvinden op een duidelijke en overzichtelijke pagina.
- Mijn Bedrijf: Hier staat algemene informatie over EVO. Zaken als Missie, Visie en Kernwaarden kunnen hierin terugkomen
- Documenten: In dit deel moet men alle documenten op het intranet kunnen beheren. Zowel je eigen documenten, als de documenten waar je toegang tot hebt.

6.8 Afgevalen Pakketten

Naast alle genoemde softwarepakketten uit dit hoofdstuk, waren er nog een aantal op de markt. Deze pakketten zijn hier niet in opgenomen, omdat deze minder geschikt waren voor EVO. De pakketten die buiten beschouwing zijn gelaten, zijn de volgende:

- **Attini**, Een toevoeging aan Sharepoint, om dit gebruikersvriendelijker te maken
 - Reden: Aanzienlijk hogere kosten dan andere pakketten; Er waren vrijwel geen ervaringen te vinden over het gebruik van dit product.
- **Podio**, valt in het rijtje van Yammer, Viadesk & Workvoices
 - Reden: hogere kosten dan Yammer, Viadesk en Workvoices. Daarnaast ook weer een de vraag of je wel eigenaar blijft van de content. Geen app voor de blackberry.
- **SpeakAp**, een nieuw softwarepakket, dat helaas nog niet officieel uit is op de markt.
 - Reden: Er valt nog geen ervaring uit de praktijk over dit product te vinden. Hoe het er exact uit ziet is ook nog niet duidelijk.

7. Het Advies

In dit hoofdstuk kunt u het uiteindelijke advies vinden. Dit advies is gebaseerd op de informatie uit de vorige hoofdstukken uit dit rapport.

7.1 Waar is EVO klaar voor?

Tijdens mijn gesprekken met de managers, stelde ik aan elk van hen de volgende vraag: waar is EVO klaar voor?

Op deze vraag kwamen verschillende antwoorden naar voren, maar er zit wel een lijn in. Een aspect dat vaker naar voren komt is dat men binnen EVO conservatief is. Het EVO-intranet mag dan ook niet drastisch worden omgegooid of worden veranderd. Less is more, het moet vooral simpel blijven.

Het intranet mag volgens de managers geen gezelligheidsplek a-la facebook worden, maar het moet voornamelijk draaien om werk gerelateerde zaken. Het intranet mag niet afhankelijk zijn van de communicatie van de medewerkers.

Communicatie

Wat wel duidelijk is, is dat er meer gecommuniceerd moet worden. Dit moet kunnen via het intranet. Op dit moment weet 87% niet wat er op de precies andere afdelingen speelt en kent 75% niet al zijn collega's persoonlijk. Uit de gesprekken, maar ook uit de enquête komt meerdere malen naar voren dat men zich binnen EVO niet bewust is van zijn plek binnen EVO; afdelingen zouden veel langs elkaar heen werken en men kijkt vaak niet verder dan zijn/haar eigen werkzaamheden. Er heerst binnen EVO dan ook heel sterk de gedachte dat afdelingen mijlenver van elkaar af staan.

Los van het feit of dit wel of niet zo is, is men wel geïnteresseerd in het werk dat hun collega's uitvoeren. Ruim 94% gaf dit aan in de enquête. Managers geven dan ook aan dat het leuk is als er met korte kernachtige boodschappen, successen of behaalde targets kunnen worden gecommuniceerd. Bijvoorbeeld wanneer er een bepaalde omzet wordt behaald, wanneer er een x aantal leden wordt binnengehaald, het winnen van een belangrijke zaak, maar ook zaken als een korting op een brandstofpas of een nieuwe opleiding binnen EVO zijn leuk om te communiceren. Dat wordt op dit moment niet gedaan.

Ondanks dat het intranet geen gezelligheidsplek mag worden, mag het volgens een aantal managers best wat persoonlijker worden dan het op dit moment is. Een uitgebreidere wie is wie, waar bijvoorbeeld ook staat waarvoor je verantwoordelijk bent binnen EVO, kan dit veranderen. Een aantal van hen vindt het ook leuk om wel is wat over hobby's of interesses van elkaar te lezen.

Knelpunten

Hetgeen wat volgens alle managers echt verandert mag (of zelf moet) worden is de look en feel van het intranet. Het huidige intranet met het verouderde uiterlijk is niet aantrekkelijk om mee te werken. Daarnaast is het intranet ook nog eens niet gebruiksvriendelijk en is het lastig om er informatie op te plaatsen. Dit soort zaken vormen een drempel om met het intranet te werken.

Een probleem is dat er bij bijna alle managers de gedachte heerst dat de zaken die op het intranet geplaatst worden, niet altijd gelezen worden. Het wordt geplaatst, omdat het geplaatst moet worden. Dit is dan ook de reden waarom men niet altijd op het intranet de informatie kan vinden die men nodig heeft. Op dit moment staat er op het intranet dan ook veel oude informatie, die niet meer relevant is. Met een aantrekkelijker en gebruiksvriendelijker intranet, zoals hierboven al werd genoemd, is dan kans groter dat de berichten alsnog geplaatst worden.

Doel van het intranet

Tot op heden was er geen duidelijk doel voor het intranet. Het is dan ook lastig om voor een intranet een doel op te stellen. Wel komt er uit de gesprekken met de managers het volgende duidelijk naar voren.

In de toekomst zal het intranet aan het volgende doel moeten voldoen:

Het intranet moet hoofdzakelijk dienen als middel voor informatieoverdracht en naslagwerk, maar daarnaast mag het intranet ondersteuning bieden op het gebied van samenwerking en communicatie binnen EVO.

Met een bijdrage op het gebied van samenwerking, wordt met name gedoeld op de themagroepen, die op dit moment nog geen podium hebben om gebruik van te maken. Het intranet zou hiervoor kunnen dienen.

7.2 Waar moet EVO voor kiezen?

Op de vraag waar EVO voor moet kiezen is er niet één advies mogelijk. Elke aanschaffing heeft zijn eigen voor- en nadelen. Het komt in feite op het gebruikelijke neer, hoe hoger het budget, hoe beter de mogelijke 'oplossing'. Bij het kijken naar de oplossing is *hoofdstuk 5 Designadvies & Systeemeisen* van grootste invloed geweest.

Hieronder staan er drie mogelijke 'oplossingen' genoemd, gerangschikt per budget. Bij elk oplossingen worden verschillende voor- en nadelen genoemd.

Oplossing 1: Viadesk	Het laagste budget: - Opstartkosten: 500 - 1.500 euro - Maandelijkse kosten: 500 euro
Als je gaat kijken naar het laagste budget en een nieuw intranet, dan kom je uit bij ViaDesk. Viadesk is een volwassen, laagdrempelig en sociaal samenwerkplatform. Het systeem ziet er strak en verzorgd uit. Voordelen van Viadesk zijn de volgende: - Nederlands bedrijf, EVO is eigenaar van de content - Lage kosten - Strak design en uiterlijk - Veel opties om binnen het beheer functies aan en uit te zetten - Veel tools om mee samen te werken Nadelen van Viadesk zijn de volgende: - Voor het communiceren van nieuwsberichten, zoals we die nu kennen is Viadesk minder geschikt. Dit is toch wel een hoge eis, binnen EVO. Alle belangrijke informatie komt wel terecht in mappen op het intranet, maar je kan men niet zo informeren als je dat nu doet. - Ondanks dat je veel kan doen in het beheer van de functies, zit je vast aan de indeling van Viadesk. Bij maatwerk zit je dat niet.	

Oplossing 2: Maatwerk - Workvoices + Maatwerk	Kosten middelste budget: • Opstartkosten: 7.000 - 10.000 euro • Maandelijkse kosten: 304 euro
Als je gaat kijken naar het middelste budget en een nieuw intranet, dan lijkt Workvoices + Maatwerk mij de beste optie. WorkVoices is online software om binnen een bedrijf een sociaal netwerk op te zetten. Met de toevoeging van een op maat gemaakte homepage, biedt dit de volgende voordelen: • Nederlands bedrijf, EVO is eigenaar van de content • Een deels op maat gemaakte oplossing qua design en uiterlijk voor EVO. • Zowel de mogelijkheid om nieuws te delen, als de mogelijkheid om online samen te werken. • Koppeling met Sharepoint mogelijk. Nadelen van Workvoices zijn de volgende: • De tot nu toe getoonde designs, waren niet heel strak. • Minder samenwerkingsmogelijkheden dan onderstaande oplossing.	

Oplossing 3: Maatwerk - Sharepoint + Maatwerk	Kosten hoogste budget: • Opstartkosten: vanaf 30.000 • Maandelijkse kosten: vanaf 748 euro
Als je niet kijkt naar een budget, is de beste oplossing Sharepoint + Maatwerk. SharePoint 2010 is de laatste versie in de succesvolle volledig webbased oplossing van Microsoft en biedt één geïntegreerd platform voor zowel intranet-, extranet- als internettoepassingen. Het maatwerk zou ik laten doen door Tam Tam. Tam Tam is een erg bekend en hoog aangeschreven bedrijf in de wereld website ontwikkelaars. Zij hebben veel ervaring met het ontwikkelen van intranetten. Zo heeft Tam Tam heeft een Dutch Interactive Award gewonnen voor "Beste Intranet". Voordelen van Microsoft Sharepoint zijn: • Een geheel op maat gemaakte oplossing qua design en uiterlijk voor EVO. • Voldoet aan alle eisen en wensen van de doelgroep. • Oneindig veel mogelijkheden aan samenwerkingstools. • Gebruikers zijn al bekend met Microsoft . • Genoeg uitbreidingsmogelijkheden voor de toekomst. • Tam Tam biedt ook oplossingen, met alternatieven voor Sharepoint. Nadelen van Workvoices zijn de volgende: • Niet zeker of je eigenaar bent van je eigen content. • Hogere kosten.	

Het is niet aan mij welke oplossing er uiteindelijk gekozen wordt. Dit is puur afhankelijk van het budget, maar deze kan natuurlijk niet alleen gebaseerd zijn op mijn mening. Wil je een intranet dat echt aan alle eisen voldoet, dan zit daar uiteraard het hoogste prijskaartje aan.

7.3 Waarom een nieuw (sociaal) Intranet?

Een nieuwe manier van werken

Een sociaal Intranet is niet alleen maar technologie of een specifieke set van functies. Een sociaal Intranet vertegenwoordigt een nieuwe kijk op hoe een organisatie zou moeten werken. Hoe medewerkers met elkaar samenwerken, communiceren, kennisdelen en uiteindelijk waarde creëren. De onderliggende filosofie van een sociaal Intranet omvat:

- Het besef dat organisaties bestaan uit mensen, met belangen, activiteiten en interacties.
- Het leveren van mensvriendelijke oplossingen die overeenkomen met de manier waarop mensen werken in het echte leven
- Ondersteuning van dialoog en interactie tussen medewerkers
- Vergemakkelijken afdeling overschrijdende communicatie en samenwerking
- Mogelijk maken dat de medewerkers actieve deelnemers en eigenaren zijn op het Social Intranet, en niet alleen passieve consumenten
- Erkennen dat groepen meer kunnen doen dan individuen. De kracht van het netwerk.
- Het verrijken van traditioneel zaken doen

Wat levert het op?

Tegenwoordig spenderen we één dag per week aan het zoeken van de juiste informatie; op netwerkschijven, websites, statische pagina's en door te mailen en bellen met collega's. En wat blijkt? Uiteindelijk is 80 tot 90 procent van die informatie niet te vinden.

Uit een onafhankelijk onderzoek van PWC blijkt dat je met een online werkomgeving tijd bespaart en efficiënter werkt. Concreet zijn de volgende besparingen gemeten:

- 30% - 60% tijdsbesparing aan communicatie binnen het projectteam;
- 5% reductie van de totale projectduur;
- 20% - 30% kostenbesparing op print-, verzend, koeriers- en reiskosten;
- 50% tijdsbesparing bij het zoeken en vinden van informatie.

7.4 Conclusie

Ik adviseer EVO om over te gaan op een nieuw intranet. Voor de aanvang van mijn afstudeerstage was er al het vermoeden dat het huidige intranet niet meer voldoet aan de eisen en wensen van de doelgroep, doordat het verouderd is. Tijdens dit onderzoek is dat bevestigd.

De keuze die uiteindelijk gemaakt zal worden, is niet aan mij. Deze keuze is voor een groot deel afhankelijk van het budget. Zolang EVO rekening houdt met de gegeven wensen en eisen in dit document, kan er haast geen foute keuze gemaakt worden.

BIJLAGE II

Enquête Resultaten

Enquête Resultaten

EVO

Academie voor ICT & Media
Communication & Multimedia Design
Blok CMD-Afstuderen
Hoofdfase 2011-2012



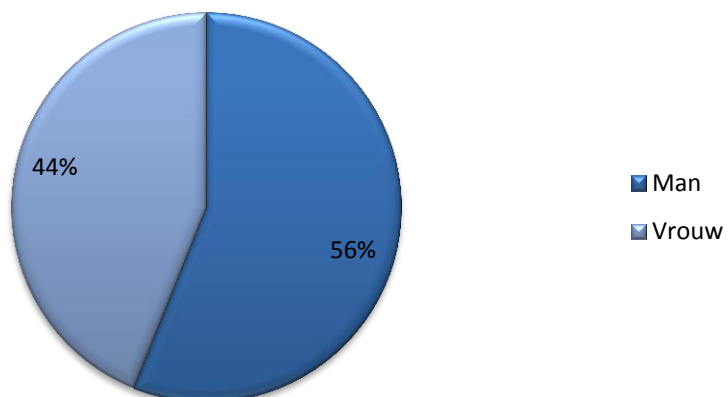
Document:	Enquête Resultaten
Versie:	1.0
Opleverdatum:	9 januari 2012
In opdracht van:	EVO
Student:	Dennis van Reijn
Studentnummer:	07060041

Inhoudsopgave

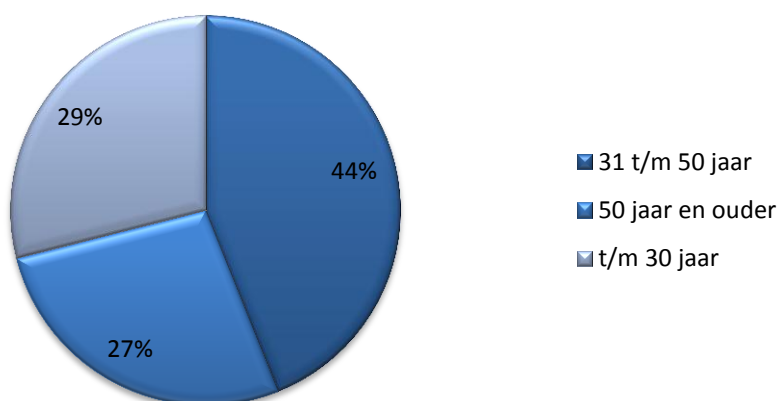
1. Algemene Vragen	3
2. EVO-intranet (1/2)	4
3. EVO-intranet (2/2)	8
4. Samenwerking	12
5. Bedrijfscultuur	14
6. Opmerkingen	18
6.1 Opmerkingen Intranet.....	18
6.2 Opmerkingen Samenwerking.....	19
6.3 Opmerkingen Bedrijfscultuur	19
6.4 Overige Opmerkingen	19

1. Algemene Vragen

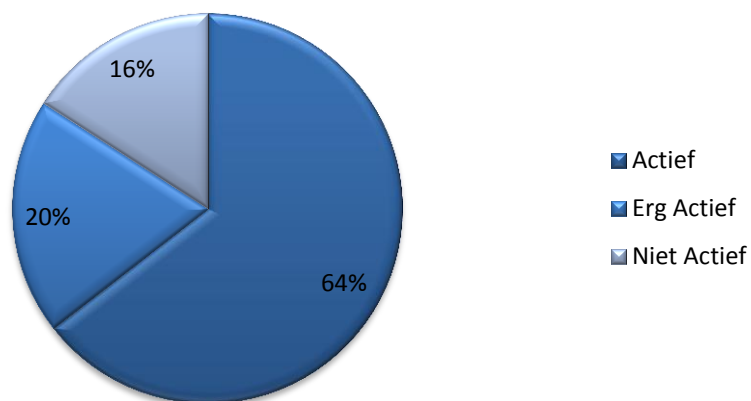
Ik ben een



Ik behoor tot de volgende leeftijdscategorie

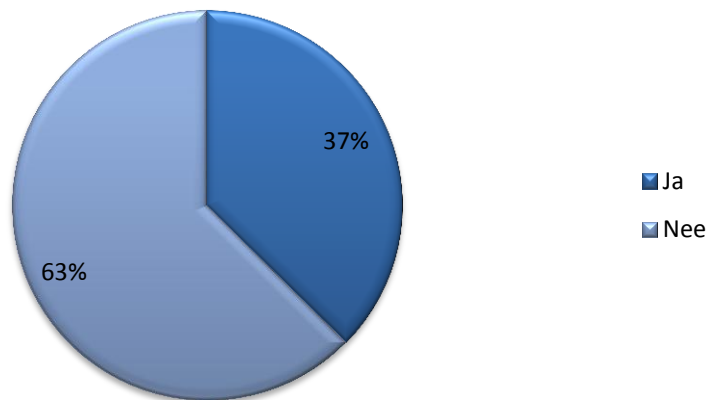


Op het gebied van Social Media ben ik

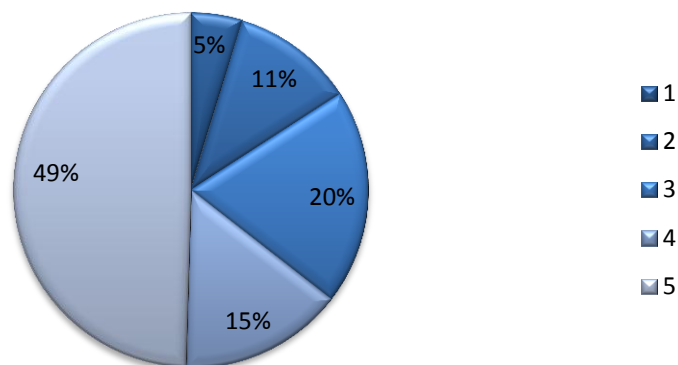


2. EVO-intranet (1/2)

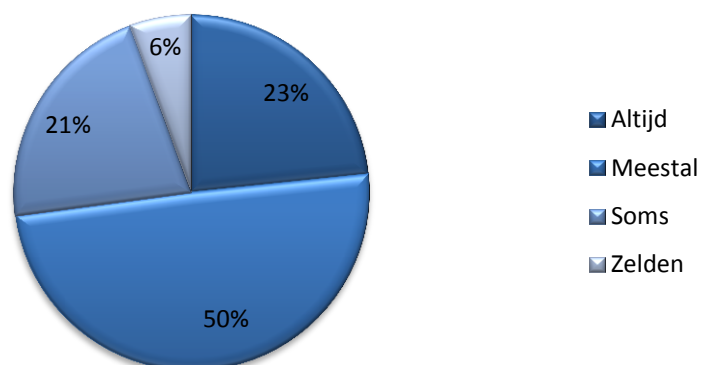
Ik ben bevoegd om iets te plaatsen op het EVO-intranet

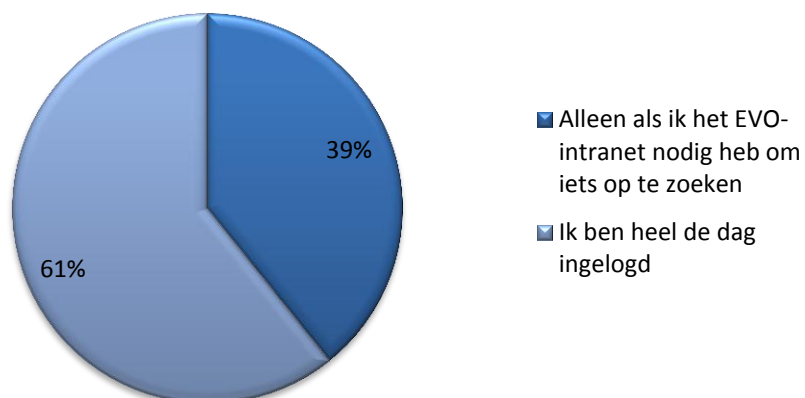
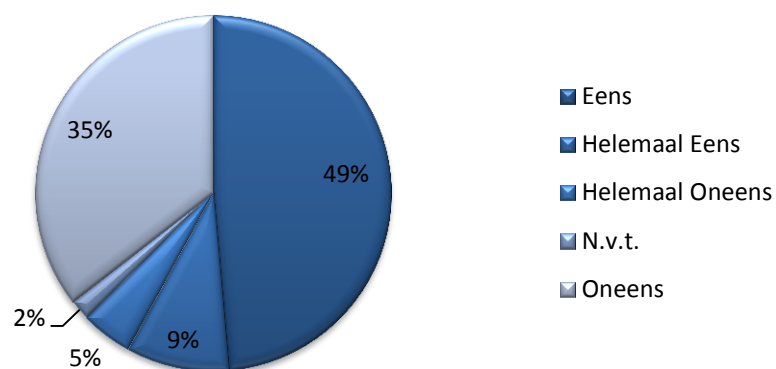
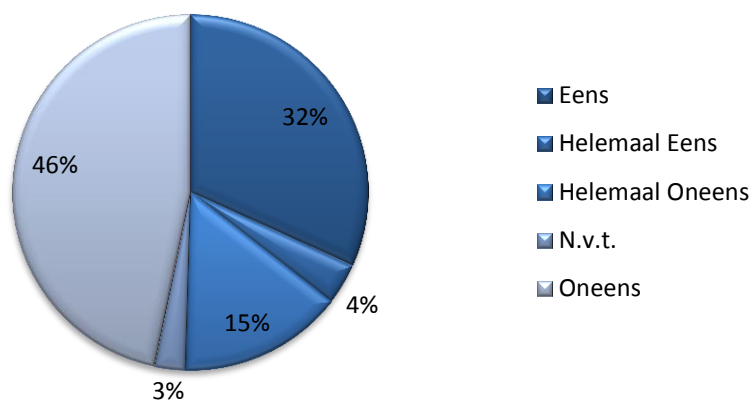


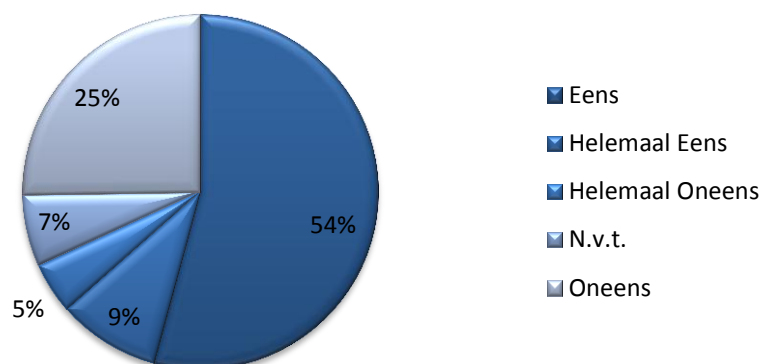
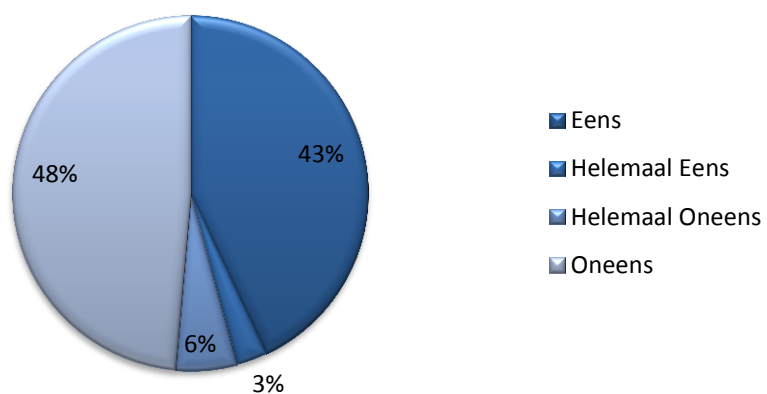
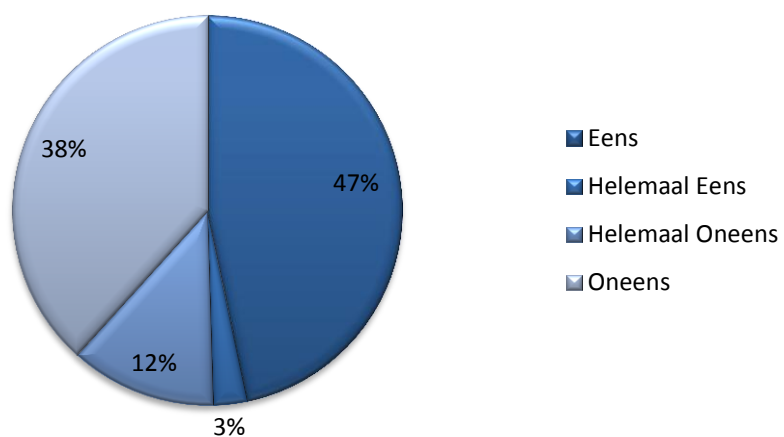
Hoeveel dagen per week bezoek je gemiddeld het EVO-intranet? (GEM 3,93)



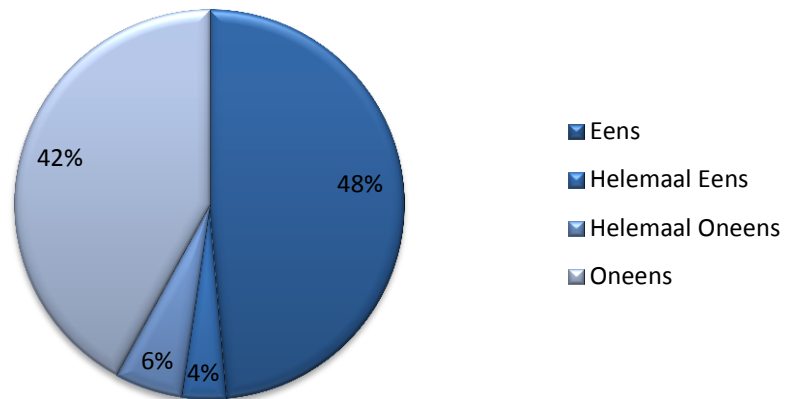
Ik lees dagelijks de informatie die op het EVO-intranet geplaatst wordt.



Wanneer log je in op het EVO-intranet?**Ik kan de informatie op het EVO-intranet gemakkelijk vinden.****De informatie die ik op het EVO-intranet vindt, is volledig en up-to-date.**

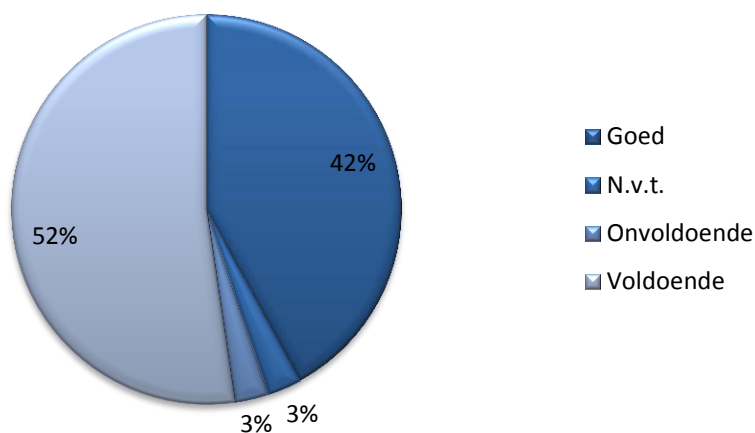
Het EVO-intranet ondersteunt mij bij het uitvoeren van mijn werkzaamheden.**De indeling van het EVO-intranet is op een logische en overzichtelijke manier samengesteld.****Ik ben tevreden over het uiterlijk van het EVO-intranet.**

Het EVO-intranet is prettig in gebruik.

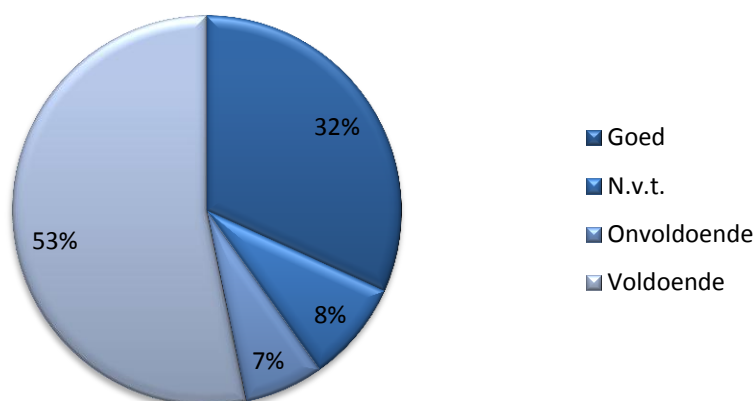


3. EVO-intranet (2/2)

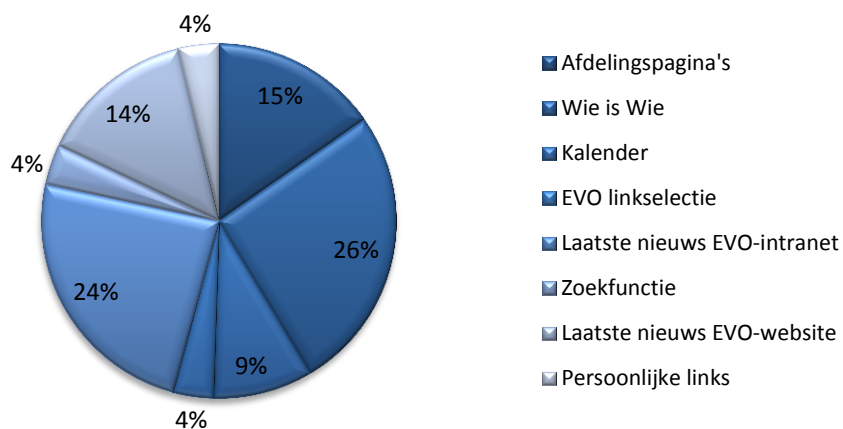
Laatste nieuws EVO-intranet

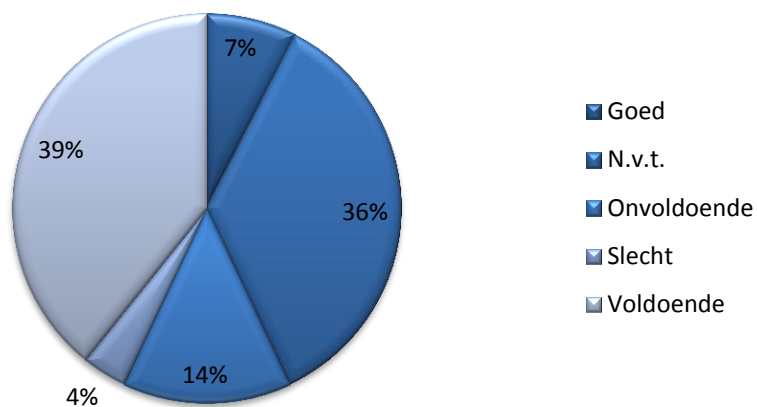
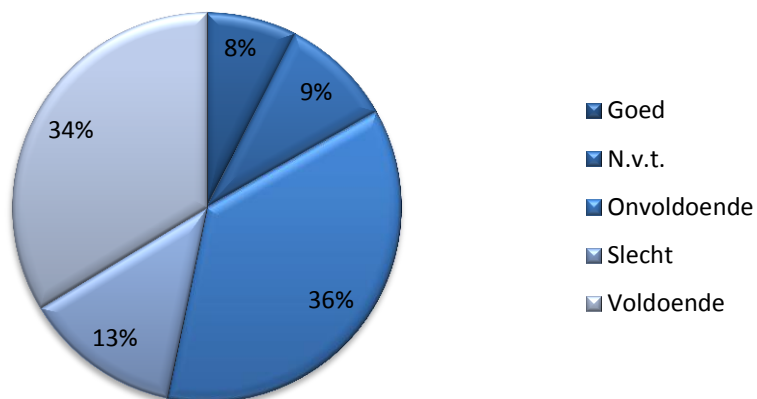
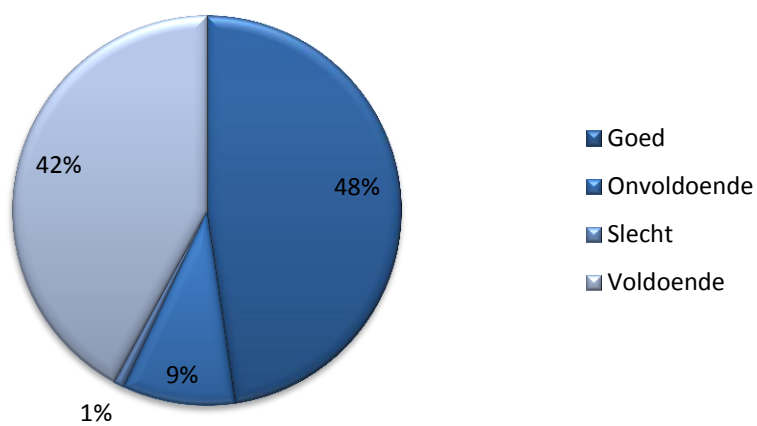


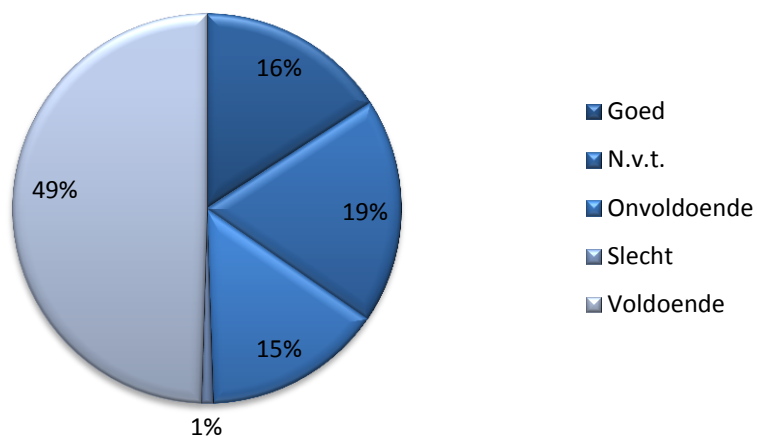
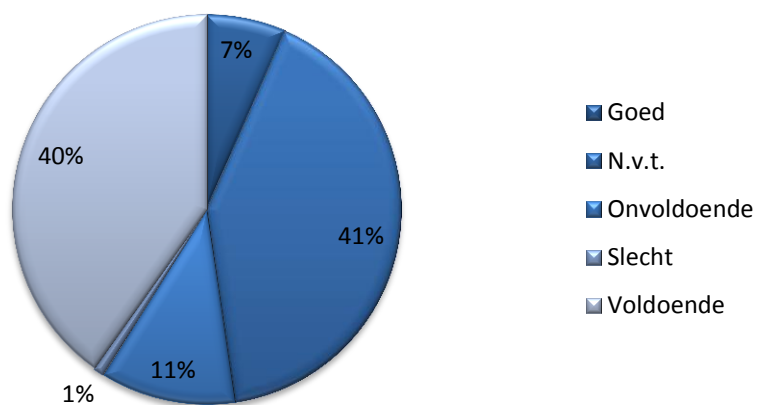
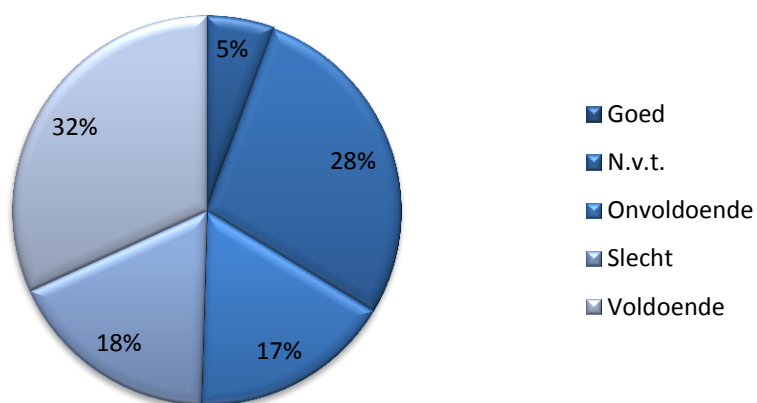
Laatste nieuws EVO-website

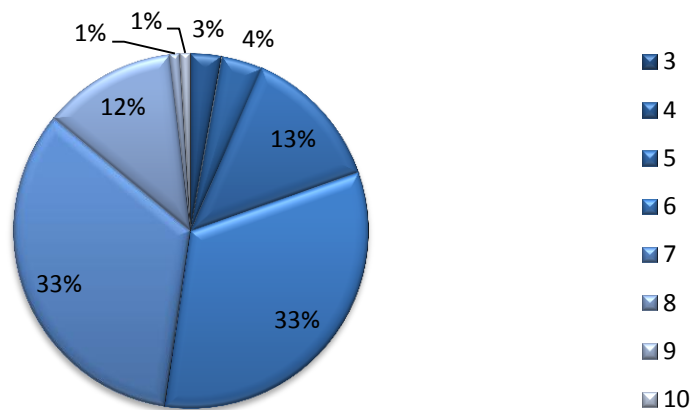
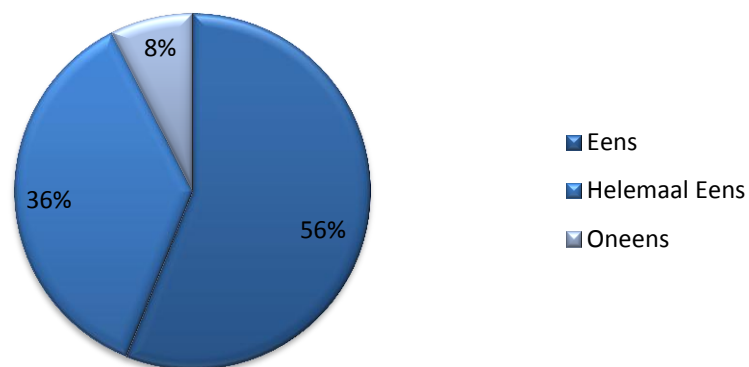


De volgende functies van het EVO-intranet gebruik/bekijk ik het meest



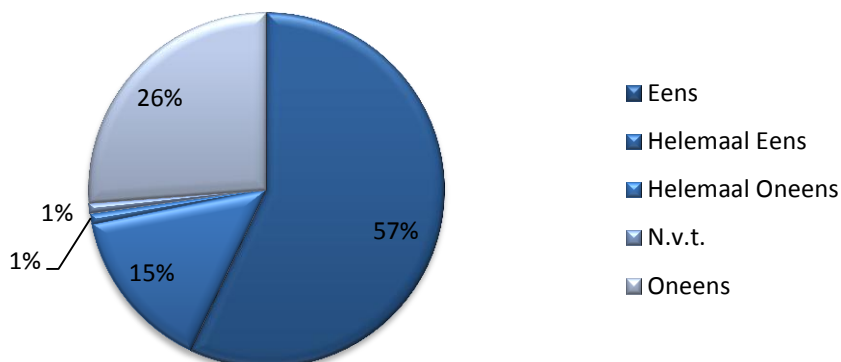
EVO Linkselectie**Afdelingspagina's****Wie is Wie?**

De Kalender (startpagina intranet)**Persoonlijke links****Zoekfunctie**

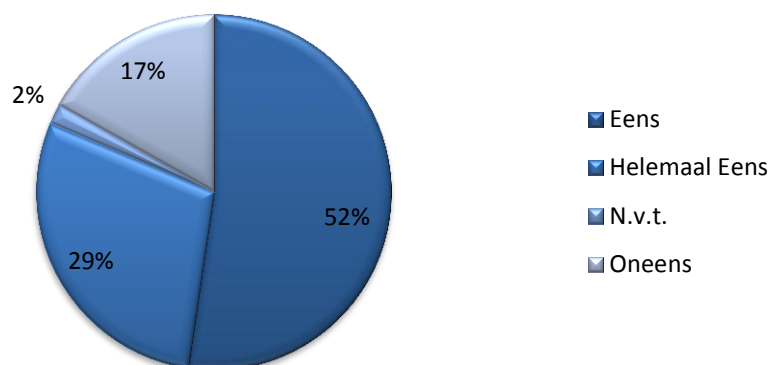
Ik geef het EVO-intranet het volgende rapportcijfer (GEM 6,36)**EVO doet er goed aan om het EVO-intranet te vernieuwen**

4. Samenwerking

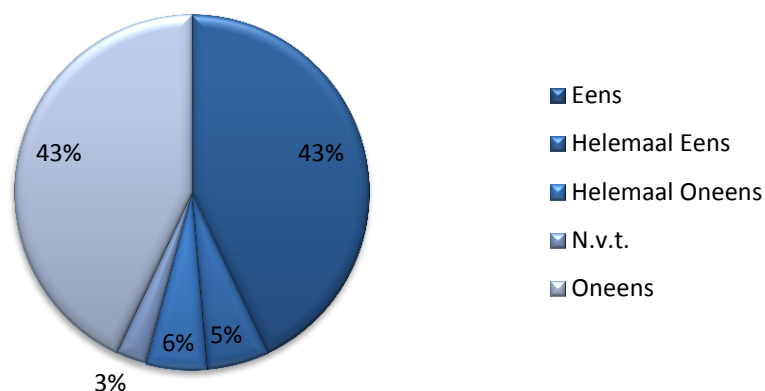
Ik heb binnen EVO toegang tot alle informatie die ik nodig heb om mijn werk te doen.



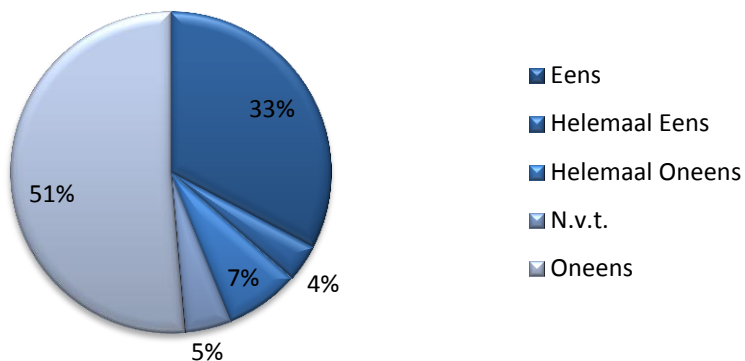
Ik ben tevreden over de samenwerking binnen mijn afdeling.



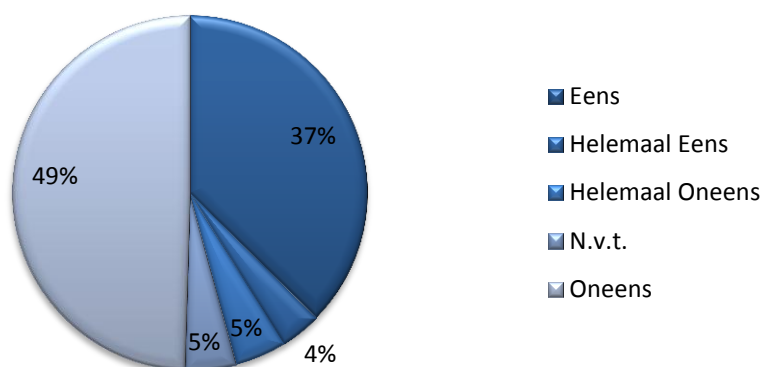
De communicatie tussen de verschillende afdelingen waar ik mee werk verloopt soepel en efficiënt.



De informatie-uitwisseling tussen de verschillende afdelingen waar ik mee werk, verloopt soepel en efficiënt.

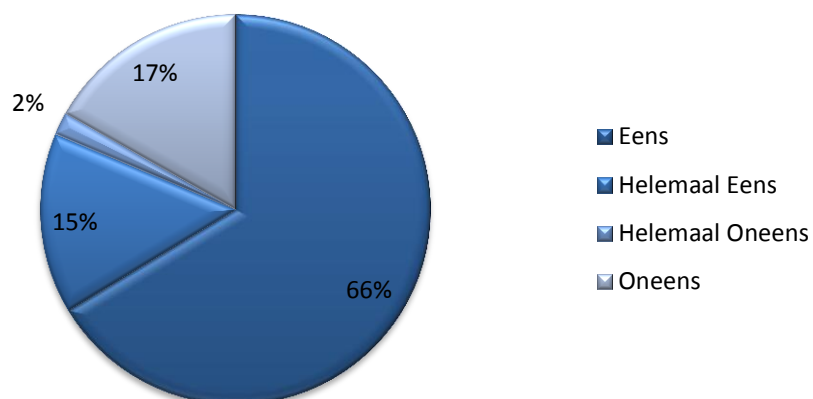


Ik ben tevreden over de samenwerking tussen de verschillende afdelingen binnen EVO.

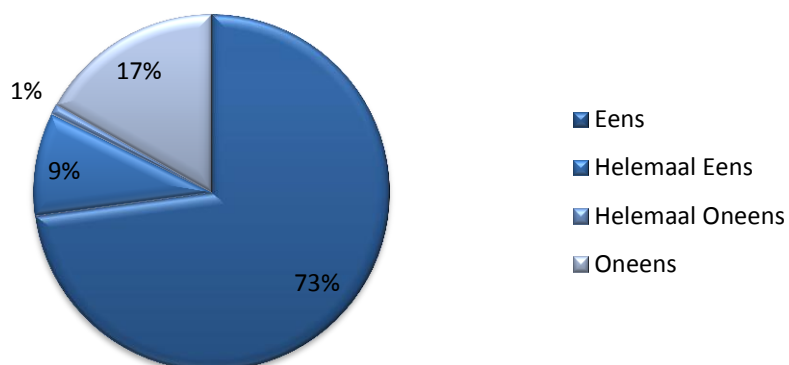


5. Bedrijfscultuur

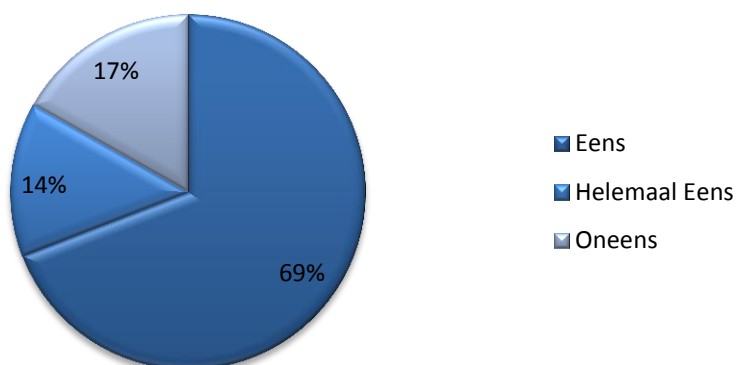
EVO is een bedrijf met een hiërarchische cultuur.



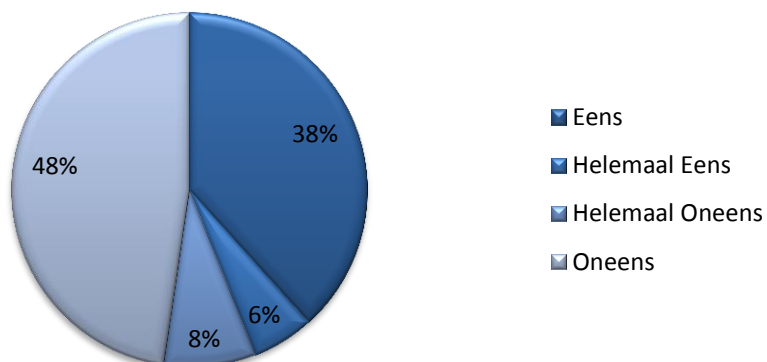
Ik ben binnen EVO in staat op mijn mening te geven over de zaken die zich afspelen.



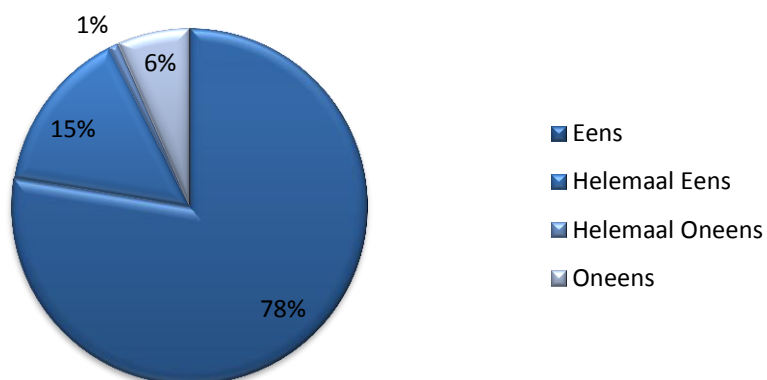
Ik geef graag mijn mening over zaken die zich binnen EVO afspelen.



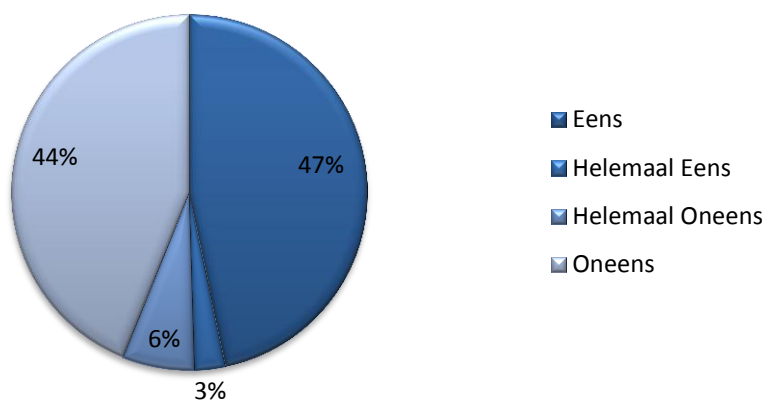
Binnen de alledaagse werkzaamheden telt mijn mening even zwaar mee als die van mijn leidinggevende(n).

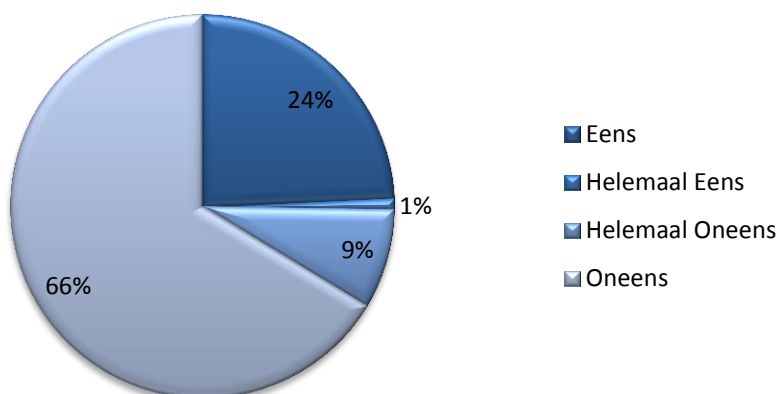
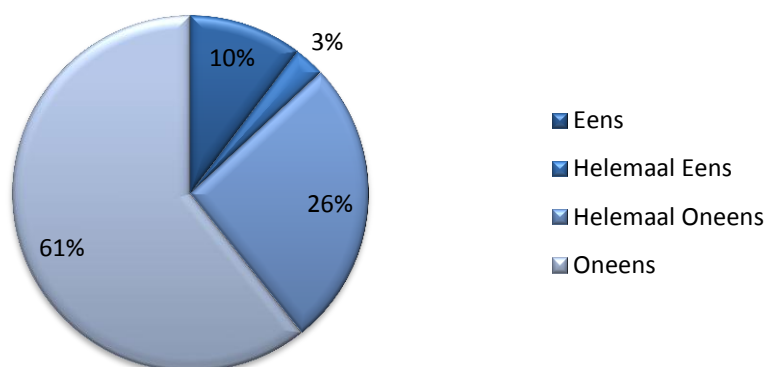
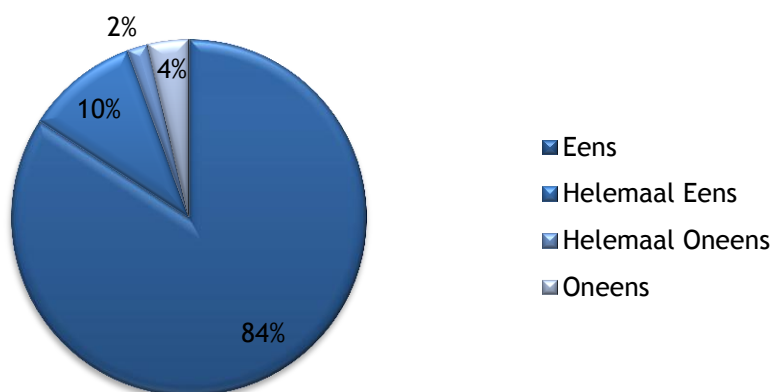


Binnen EVO heerst een aangename sfeer tussen de collega's.

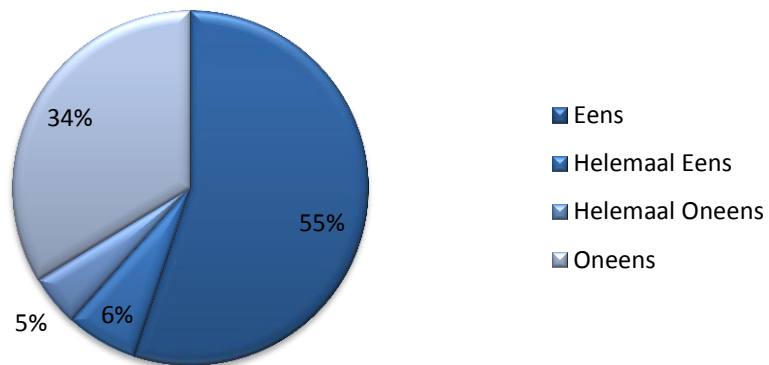


Ik heb behoefte aan sociaal (niet werkgerelateerd) contact met mijn collega's.



Ik ken al mijn collega's persoonlijk.**Ik kan van elke afdeling precies vertellen waar zij zich op dit moment mee bezig houden.****Ik ben geïnteresseerd in het werk dat mijn collega's binnen EVO uitvoeren**

Ik leer veel van al mijn collega's binnen EVO, door de kennis die we uitwisselen.



6. Opmerkingen

6.1 Opmerkingen Intranet

- Een intranet zou EVO moeten helpen om meer en efficiënter samen te werken, meer gevoel van collegialiteit te kweken en altijd de meest recente en betrouwbare informatie te verzamelen en te tonen
- De zoekfunctie is zwaar verouderd en werkt niet goed.
- Ik mis het bij de wie is wie om te kunnen filteren en goed te kunnen zoeken.
- Heel veel zaken met een link werken niet..
- In "wie is wie" de mogelijkheid om ook te zoeken op voornaam of per afdeling (meerdere filter-categoriën)
- Ik mis een actueel overzicht van de werkzaamheden/ aandachtgebieden van collegae
- Het zou erg schelen als afdelingspagina's worden bijgehouden, en als je bijvoorbeeld zou kunnen zien wie wat doet. Dat is makkelijk als je niet precies weet bij wie je moet zijn om informatie door te geven, of om iets te vragen.
- Zoekfunctie is slecht. Je kunt alleen oude documenten mee vinden. Of het ligt aan de verouderde database of aan de zoekfunctie. Maar zoeken op EVO_intranet naar documenten voor beleidswerk/lobby levert in principe alleen frustratie op.
- Overzichtelijker categorisering
- Meest gebruikte functies duidelijker vindbaar (zoals bijv. fie 'formulieren')
- Indeling eerste pagina onoverzichtelijk. Vooral de informatie die achter de afdelingen hangt vind ik ongestructureerd. Heb het gevoel dat vaak onbelangrijke info makkelijk te vinden is en dat je voor belangrijke informatie te veel door moet klikken.
- Ik zou graag alle artikelen die ooit in de EVO bladen hebben gestaan via intranet willen kunnen terugzoeken. Dit kon tot voorkort wel maar nu zit er een hyaat in de archivering. Volgens mij zijn de artikelen tot 2008 terug te vinden en daarna niet meer.
- Wat is de "EVO Linkselectie"?
- Erg gebruiksonvriendelijk als het gaat om het plaatsen van content. Lettertypes die verspringen, teksten die inspringen etc. Je bent lange tijd bezig voordat ene tekst echt goed staat.
- De interactie tussen informatie en mij zelf.
- Wie waarvoor verantwoordelijk is. Bij beleid vind ik dit moeilijk. en ook de marketeers: wie doet wat?
- wie doet wat toevoegen op onderwerp, bijvoorbeeld: wie moet ik hebben voor wegvervoer vragen van beleid, dienstverlening, opleidingen of advies
- ik mis de historie van de activiteitenkalender. In verband met mijn werkzaamheden heb ik info nodig buiten de lopende maand, dus ook van vorige maanden.
- Bij het plaatsen van nieuws van de EVO Website gaat de introductie verloren op intranet. Misschien kan dat worden aangepast?
- Ik mis nog een makkelijke doorverwijzing + zoekfunctie naar kennisbank.
- Zoekfunctie kan beter, afdelingspagina's worden niet of nauwelijks onderhouden.
- Misschien een betere zoekfunctie.. en dat je oude informatie ook nog kan terug vinden.
- Wie is wie is af en toe aan aanpassing van nieuwe gegevens toevoegen.
- Bewaar enkele gegevens van ex-/medewerkers in een aparte link, die hebben ook hun bijdragen aan EVO gedaan.
- Veel vragen kun je alleen met (helemaal) eens of (helemaal) oneens beantwoorden, nvt vind ik dan te vlak, maar ik had weleens willen antwoorden met 'het gaat wel'
- Het duurt (duurde) soms vrij lang voordat informatie word (werd) geactualiseerd.
- Wellicht ook de vakdossiers , waarnaar gelinkt wordt, eens opschonen/actualiseren.
- De lay-out mag wat beter.
- Het zou een toegevoegde waarde hebben als er 'buttons' op komen te staan
- Kalender op intranet is alleen actueel voor de lopende maand. Activiteiten verder in het jaar moet je van internet af halen. terwijl juist intranet bedoelt is als interne communicatie.
- Aanwezigheid wizzerd van het personeel
- Terug vinden van oudere berichten
- Mogelijkheid om cursus/artikel-nummer met omschrijving te vinden mis ik
- Ik heb nog wel eens problemen met het zoeken van iets. Als ik dan meerdere malen zoekwoorden invoer, kom ik er wel uit.

6.2 Opmerkingen Samenwerking

- Hoort dit onderdeel bij een enquête over intranet?
- Bij de laatste 3 zou ik liever 'kan beter' invullen ipv oneens.
- Samenwerking tussen sales, beleid en ledenservice kan beter. Het gaat om informatie-uitwisseling om kansen te benutten.
- Samenwerking tussen verschillende afdelingen kan veel beter. Naar mijn mening zijn we te veel bezig met onze eigen taken binnen de afdeling en vergeten we het algemeen belang van EVO.
- Misschien handig om middels intranet meer inzicht te tonen in wat een afdeling doet, wat de verantwoordelijkheden zijn en wat ze drijft. Een persoonlijke touch eraan geven zou denk ik ook toegevoegde waarde geven.
- Ook hier is weer de interactie met informatie te beperkt. Ik of de ontvanger kan alleen maar lezen, maar niets toevoegen.
- Mensen kijken vaak niet verder dan de eigen werkzaamheden en zijn niet voldoende op de hoogte welke consequenties hun werkzaamheden (het niet goed uitvoeren/communiceren/informereren) voor een andere afdeling heeft
- Alle afdelingen binnen EVO zouden zich meer bewust moeten zijn van hun positie binnen de organisatie en de wijze waarop zij andere informeren.
- Nee, houden zo! :)
- Teveel individualisme. Teamgeest levert uiteindelijk het beste resultaat.
- Binnen het nieuwe intranet zouden de themagroepen wat meer tot uiting kunnen komen gezien hun integrale aanpak.
- De insteek is er wel om goed samen te werken binnen diverse afdelingen, toch merk ik dat er vaak zaken langs elkaar heen lopen
- Een stuk communicatie en informatie kan nóg beter. We hebben al heel wat slagen gemaakt, maar dit is van cruciaal belang!

6.3 Opmerkingen Bedrijfscultuur

- Afdelingen zouden meer samen moeten werken en beter moeten communiceren. Op dit moment houdt ieder zich bezig met zijn eigen werk en werken we meer langs elkaar heen dan samen.
- Mijn antwoorden op vraag 2, 3 en 5 en 6 wil ik nuanceren: ligt eraan met wie en waar.
- heel belangrijk om samen informatie uit te wisselen. Open en eerlijke cultuur is ook debet daaraan.
- EVO is zo divers en complex dat er altijd wat te leren is of dat je wat nieuws te horen krijgt. Maar alles weten waar iedereen mee bezig is? Nee, dat lukt mij ook niet.
- De leiding heeft nog wel eens last van een top - down benadering en dit heeft mede tot gevolg dat er een zekere verkokering tussen afdelingen blijft bestaan voor wat communicatie en samenwerking betreft.
- In de loop der tijd zijn er veel nieuwe medewerkers bij gekomen die ik niet allemaal persoonlijk ken. Verder zou ik het interessant vinden een beter inzicht te krijgen in de werkzaamheden van diverse afdelingen.

6.4 Overige Opmerkingen

- De Sint heeft lang moeten denken, over wat hij EVO ging schenken, "een nieuw intranet!", zei Piet met de pet "bedient die lui op hun wenken"
- ik vind dat er wel erg veel nadruk op de organisatie ligt in verhouding tot je onderzoeksvraag over het intranet. De organisatie heeft net een MTO achter de rug waar we al een en ander in hebben uitgesproken. Dit voelt een beetje als dubbel op.
- succes met je onderzoek dennis!!!
- De mogelijkheid om persoonlijke links te verzamelen, vind ik heel erg handig! Als het kan, graag handhaven dus.
- Succes met het onderzoek, ik hoop dat er nuttige zaken uitkomen waarmee EVO verder kan groeien naar de perfecte organisatie.
- Ik mis de optie 'neutraal' (oid) bij sommige vragen, sommige zaken kan ik geen eens of oneens geven.
- Tu est un Hero! Andy

BIJLAGE III

Bedrijfsanalyse

Bedrijfsanalyse

EVO

Academie voor ICT & Media
Communication & Multimedia Design
Blok CMD-Afstuderen
Hoofdfase 2011-2012



Document:	Bedrijfsanalyse
Versie:	1.0
Opleverdatum:	4 November 2011
In opdracht van:	Dennis van Reijn
Student:	Dennis van Reijn
Studentnummer:	07060041

Voorwoord

Voor u ligt de bedrijfsanalyse die geschreven is in het kader van mijn afstudeerstage. Ik heb onderzoek gedaan naar het bedrijf EVO waar ik 17 weken stage loop. Met deze oriëntatie krijg ik een bredere kijk op het bedrijf. Graag wil ik EVO bedanken voor de bijdrage aan deze oriëntatie.

Zoetermeer, 4 November 2011

Dennis van Reijn

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. De ontstaansgeschiedenis	4
3. Het bedrijf in het kort	5
4. Missie, visie en doelstellingen	6
5. De interne organisatie	8
6. De personele bezetting	13
7. De cultuur van het bedrijf	14
8. Het financieel-economisch beleid	15
9. Toekomstperspectief.....	16

1. Inleiding

Deze bedrijfsanalyse is geschreven in het kader van mijn afstudeerstage. Vanaf 24 oktober 2011 t/m 10 februari 2012 loop ik stage bij EVO, een ondernemersorganisatie voor logistiek en transport, gevestigd in Zoetermeer.

Het doel van mijn uiteindelijke afstudeerstage is om voor EVO een adviesrapport en een eventueel concept voor een nieuw intranet of andere oplossing op te leveren. Dit intranet zal onderdeel uiteindelijk een onderdeel moeten worden in de werkwijze van EVO.

Het doel van deze bedrijfsoriëntatie is dan ook inzicht krijgen in de werkwijze van EVO een bredere kijk krijgen van het bedrijf in zijn geheel. Zo kan ik mij beter inleven in de situatie en zal ik uiteindelijk een beter advies kunnen geven.

In hoofdstuk 2 vindt u de ontstaansgeschiedenis van EVO. In hoofdstuk 3 kunt u kort wat informatie over het bedrijf vinden. In hoofdstuk 4 staan de missie, visie en doelstellingen van EVO. In hoofdstuk 5 kunt u meer lezen over de interne organisatie. Hier kunt u onder andere een Organigram meer informatie over de afdelingen vinden. In hoofdstuk 6 vindt u informatie over de personele bezetting. In hoofdstuk 7 kunt u meer lezen over de cultuur van EVO. In hoofdstuk 8 vindt u meer informatie over het financieel-economisch beleid. Tot slot kunt u in hoofdstuk 9 meer vinden over het toekomstperspectief van EVO.

2. De ontstaansgeschiedenis

De oprichting van EVO was een initiatief van een aantal grote bedrijven en de overkoepelende werkgeversverenigingen in de land- en tuinbouw, groothandel en industrie. In 1940 verenigden zij zich in de Eigen Vervoerders Organisatie, kortweg E.V.O. De organisatie stelde de functie van de logistiek binnen ondernemingen centraal en opereerde daarbij brancheoverschrijdend. E.V.O. was daarmee de eerste logistieke belangenbehartiger. Eerst alleen voor eigen vervoerders, al vrij snel ook voor verladers.

De naam EVO bestaat sinds de oprichting. Door de toetreding van verladers in de verschillende modaliteiten in het goederenvervoer veranderde de samenstelling van het ledenbestand en op 1 januari 1946 veranderde de officiële naam in Algemene Verladers en Eigen Vervoerders Organisatie, met behoud van de afkorting E.V.O. In 1968 werd EVO een acroniem, een woord dat samengesteld is uit de beginletters van andere woorden, en in 1986 volgde de toevoeging van de aanduiding Ondernemersorganisatie voor Logistiek en Transport.

EVO heeft op verschillende locaties gezeten. Op 3 juni 2005 ging de eerste paal de grond in voor de nieuwbouw van EVO aan het Signaalrood in de Zoetermeerse wijk Rokkeveen.

Aan het Signaalrood is een modern gebouw verrezen waarin zowel het hoofdkantoor als het opleidingscentrum dat voorheen in Woerden was gevestigd, zijn gehuisvest. De verhuizing van de Kadelaan naar het Signaalrood heeft op 14 en 15 september 2006 plaatsgevonden.

3. Het bedrijf in het kort

EVO behartigt de logistieke belangen van 20.000 bedrijven die goederen te vervoeren hebben. Met elkaar zijn de leden van EVO verantwoordelijk voor 1,3 miljoen banen en meer dan 70 procent van alle goederenverplaatsingen in Nederland inclusief import en export, over weg, water rails en door de lucht.

Eén vuist

EVO maakt samen met haar leden een vuist voor ondernemend Nederland. Files? Onnodig strenge regels? Onvoldoende marktwerking? Wij zorgen ervoor dat uw belangen op het netvlies staan van beleidsmakers. Vanuit Den Haag, maar ook in de regio en in Brussel.

Meer advies, méér rendement

De specialisten van EVO's Ondernemersservice helpen leden verder met al hun vragen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving in het vervoer, milieu, internationale leveringscondities en fiscale zaken. Onze bedrijfsadviseurs staan leden bij met complexere vraagstukken op het gebied van onder andere vervoer, magazijninrichting, ketenlogistiek en kostenontwikkeling. Met hun adviezen zorgen zij ervoor dat bedrijven meer rendement uit hun logistieke organisatie halen.

Marktleider

EVO is marktleider als het gaat om opleidingen intern transport. Behalve opleidingen op vmbo- en mbo-niveau is er de EVO-Hogeschool met studieprogramma's op (post)hbo-niveau voor ambitieuze logistieke medewerkers en leidinggevenden. Onze docenten komen uit de praktijk.

Hallo collega?

EVO heeft ambities en dat merk je! We zijn altijd op zoek naar nieuwe collega's met passie, energie en initiatief om een unieke bijdrage te leveren aan onze groei en doelstellingen. Wat je functie bij EVO ook is, je hebt een afwisselend pakket aan werkzaamheden en verantwoordelijkheden. Bovendien krijg je de ruimte nieuwe ideeën aan te dragen.

4. Missie, visie en doelstellingen

Missie & Doel

EVO heeft als [doel](#) het rendement van bedrijven te verhogen door hun te helpen bij het besparen van (logistieke) kosten en gebruik te maken van de inkoopkracht van een ondernemersorganisatie met 30.000 leden.

EVO's belangenbehartiging bespaart bedrijven duizenden euro's

Ondernemersorganisatie EVO behartigt de logistieke belangen van 20.000 bedrijven die goederen te vervoeren hebben. Met elkaar zijn de leden van EVO verantwoordelijk voor 1,3 miljoen banen en meer dan 70 procent van alle goederenverplaatsingen in Nederland, inclusief import en export, over weg, water rails en door de lucht.

EVO maakt samen met haar leden een vuist voor ondernemend Nederland. Files? Onnodig strenge regels? Onvoldoende marktwerking? EVO zorgt ervoor dat hun belangen op het netvlies staan van beleidsmakers. In Den Haag, de regio en in Brussel. Dankzij EVO's invloed houden overheden rekening met ondernemend Nederland. Daardoor bespaart iedere ondernemer duizenden euro's per jaar.

EVO's specialisten maken het werk voor leden gemakkelijker

De specialisten van EVO's ondernemersservice helpen leden verder met al hun vragen over wet- en regelgeving. Of het nu gaat om vervoer, milieu, internationale leveringscondities en fiscale zaken. Bovendien beschikken leden over hun persoonlijke juridische afdeling. Gratis. Deskundig. En thuis in vele rechtsgebieden.

EVO's bedrijfsadviseurs staan leden bij met complexere vraagstukken op het gebied van onder andere vervoer, magazijninrichting, ketenlogistiek en kostenontwikkeling. Met hun adviezen zorgen zij ervoor dat bedrijven meer rendement uit hun logistieke organisatie halen.

EVO-opleidingen staan garant voor kwaliteit en verdienen zich vanzelf terug

EVO is marktleider als het gaat om logistieke opleidingen intern transport. Ook heeft EVO het meest complete aanbod voor opleidingen intern transport.

Dankzij de combinaties die EVO kan maken met eigen professionele lobbyisten en bedrijfsadviseurs is EVO ook koploper voor opleidingen op het gebied van internationale handel, gevaarlijke stoffen en magazijnen.

Verder is er de EVO-Hogeschool met studieprogramma's op (post)hbo-niveau voor ambitieuze logistiek medewerkers en leidinggevenden. Cursisten doen hun werk efficiënter na een opleiding bij EVO, waardoor zij meer rendement leveren op de werkvloer en hun opleiding dubbel en dwars terugverdienen.

EVO's producten en diensten leveren leden voordeel op

Als collectieve belangenbehartiger staat EVO voor besparing op logistieke en andere bedrijfskosten voor haar achterban. EVO biedt inkoopvoordeel door kortingen te bedingen op tal van producten en diensten. Of het nu gaat om financiële dienstverlening, zorgverzekeringen of brandstof.

Visie/kernwaarden

Waar wilt EVO naar toe?

EVO is het meest dynamische collectief voor het Nederlandse bedrijfsleven. Dit blijkt uit het voordeel dat ze realiseren voor leden, de producten en diensten die ze leveren en de grote omvang van de belangen die ze vertegenwoordigen.

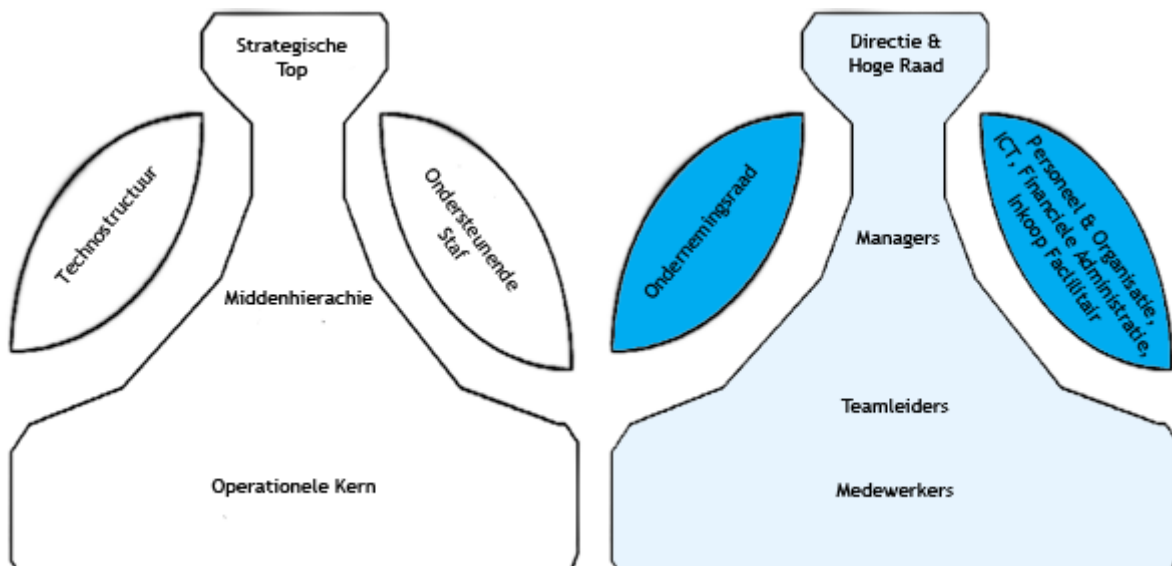
Dit betekent dat wij de volgende kernwaarden als uitgangspunt hanteren bij ons dagelijkse handelen:

- 1. Betrouwbaar**
Leden kunnen er op vertrouwen dat EVO-medewerkers hun belangen zorgvuldig en integer behartigen. Om dat goed te kunnen doen, is het essentieel dat medewerkers afspraken met leden en collega's nakomen.
- 2. Servicegericht**
De wensen van de leden staan centraal. Op hun behoeften spelen medewerkers van EVO in. Uitgangspunt: snelle, hoogwaardige service bieden. Dat doen zij vanuit de behoefte van leden waarbij zij altijd op zoek zijn naar kansen voor leden om extra voordeel te behalen.
- 3. Betrokken**
Medewerkers voelen zich verantwoordelijk voor wat er leeft bij de leden. Zij strijden vanuit een diep gevoel van betrokkenheid voor hun belangen.
- 4. Transparant**
Om voordeel te behalen voor leden, zijn duidelijkheid en open communicatie tussen alle afdelingen en alle niveaus cruciaal. Daarbij staat het belang van leden boven het individueel belang van de medewerker.
- 5. Slagvaardig**
EVO is een dynamische, actieve en ondernemende organisatie. De continuïteit van EVO is afhankelijk van het vermogen om snel op maatschappelijke ontwikkelingen in te spelen en daarbij te anticiperen op kansen voor leden. Medewerkers zoeken zelfstandig naar innovaties en staan positief tegenover een constant veranderende omgeving.

5. De interne organisatie

5.1 De Organisatie Structuur

Hieronder vindt u de organisatiestructuur, opgesteld volgende het Mintzberg-model. Aan de linker kant kunt u een ongevuld model vinden en rechts vindt u het model met betrekking tot EVO.



Figuur 1: Mintzberg-model

Strategische Top

De directie bij EVO bestaat uit twee directeuren. De hoge raad (HR) bestaat uit de directie (de twee directeuren), samen met de 3 Senior Managers van EVO. In *Figuur 2: Organigram EVO Managers* op pagina 10 kunt u een zelfgemaakte organigram vinden. De directeuren en de senior managers zijn met donkerder blauw dan de andere managers aangegeven.

De HR en de directie dragen de algehele verantwoordelijkheid binnen EVO. Zij hebben de belangrijkste rol bij het bepalen bij de strategie van de organisatie. Tevens zijn zij verantwoordelijk voor het aansturen en coördineren van het bedrijf. Binnen EVO nemen zij de beslissingen.

Middenhiërarchie

Naast de directie en senior zijn er nog een aantal andere managers bij EVO. Zij vormen de middenhiërarchie van EVO.

Naast de managers zijn er nog een aantal teamleiders. Deze staan niet in de organigram uit *Figuur 2: Organigram EVO Managers* op pagina 10. De functie van de teamleiders is het ondersteunen van de managers bij het runnen van hun afdeling. De teamleiders zijn een soort voorman van de medewerkers. De teamleiders zweven daardoor tussen de middenhiërarchie en de operationele kern.

Operationele Kern

De operationele kern bestaat uit de medewerkers van EVO, zij voeren uiteindelijk de werkzaamheden uit.

Je kan de teamleiders deels toevoegen aan de operationele kern hebben, aangezien zij niet heel hoog in de hiërarchie staan en een soort voormannen zijn van de medewerkers uit de operationele kern.

Technostructuur

De technostructuur wordt gevormd door de ondernemingsraad. De ondernemingsraad (OR) is het inspraak- en medezeggenschapsorgaan binnen EVO. De OR bestaat uit werknemers die namens het personeel overleg voeren met de werkgever (management, HR, directie) over het ondernemingsbeleid en de personeelsbelangen. Bij EVO bestaat de ondernemingsraad uit 7 medewerkers, elk van verschillende afdelingen.

Ondersteunende Staf

Onder de ondersteunende staf vallen de afdelingen ICT, Financiële Administratie, Inkoop & Facilitair Diensten en uiteraard Personeel en Organisatie.

Automatisering is in het hedendaagse bedrijfsleven gemeengoed en zelfs noodzakelijk voor betrouwbare en efficiënte administratieve processen. De afdeling ICT is hier verantwoordelijk voor.

Uiteraard dienen de financiën binnen EVO verzorgd te worden. De afdeling Financiële Administratie is daar verantwoordelijk voor.

De afdeling Inkoop & Facilitair Diensten is verantwoordelijk voor onder andere de receptie, de kantine, de post, de inkoop en allerlei andere zaken waar het personeel van EVO gebruikt van maakt.

De afdeling Personeel & Organisatie zorgt voor alles wat met het personeel binnen EVO te maken heeft. Ze zorgen ervoor dat medewerkers binnen EVO optimaal kunnen functioneren. Zij zorgen voor de juiste afstemming tussen het bedrijf en het personeel.

5.2 De Samenwerking & Communicatie

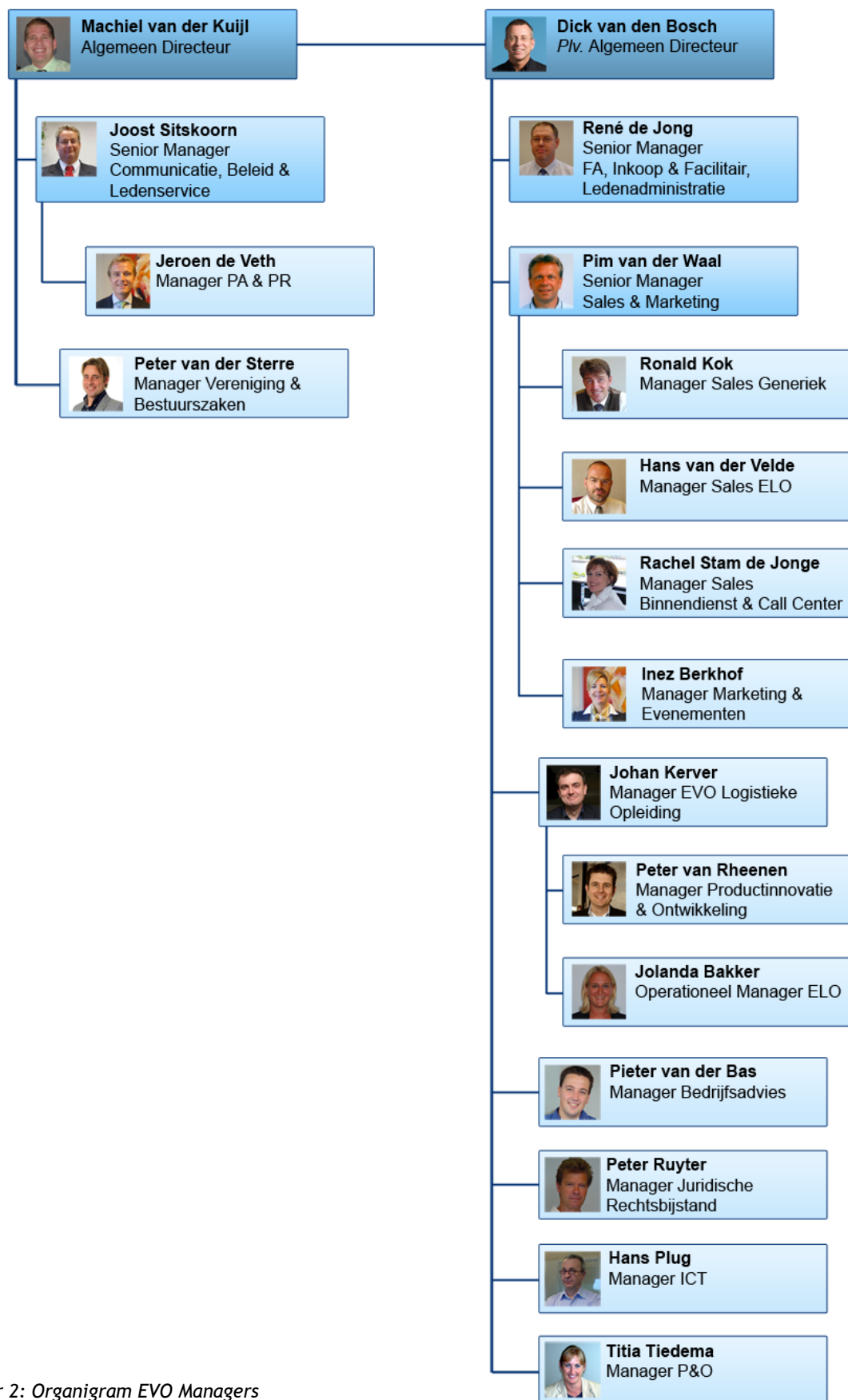
Over de samenwerking en communicatie tussen het personeel en de verschillende afdelingen kan ik op dit moment nog weinig zeggen. In een later stadium van mijn onderzoek ga ik hier meer onderzoek naar doen.

Uit mijn gesprek met Sandra van den Berg, *Adviseur HR*, van de afdeling Personeel & Organisatie, is naar voren gekomen dat iedereen binnen EVO met elkaar samenwerkt. Ze hebben elkaar nodig om bepaalde doeleinden te bereiken. De directie en de HR bepalen uiteindelijk welke zaken daadwerkelijk uitgevoerd mogen worden en welke dat niet mogen.

Op wat voor manier die communicatie plaatsvindt is mij momenteel nog niet bekend. Wat ik wel weet is dat de medewerkers elk beschikken over een eigen e-mailaccount & telefoon. Daarnaast kan iedereen bij elkaar 'naar binnen lopen'.

Verder is er nog het intranet, dat zou moeten dienen als intern informatiepunt, maar het is me nu al gebleken dat dit het niet doet. De echte cijfers moeten nog volgen uit mijn enquête aan de medewerkers, die ik in een later stadium zal rondsturen. Uit de eerste reacties en uit wat ik gezien heb blijkt wel al dat de informatie op het intranet erg verouderd is en dat men er niet erg actief op bezig is.

Daarnaast komt ook naar voren dat men wel ongeveer weet 'wat de verschillende afdelingen doen', maar er wordt niet gecommuniceerd waar ze precies mee bezig zijn en wat ze bereikt hebben en op wat voor manier dat bereikt is. Dit moet echter ook nog nader onderzocht worden.



Figuur 2: Organigram EVO Managers

5.3 De Afdelingen

Mijn afdeling

Afdeling Digitale Media

De afdeling waar ik werk is de afdeling Digitale Media. De afdeling Digitale Media bestaat uit 7 medewerkers. De teamleider van de afdeling Digitale Media is Sofieda Hoebdar. Naast Sofieda en mijzelf als stagiair, zijn er 5 vaste medewerkers in dienst bij de Afdeling Digitale Media.

De afdeling Digitale Media is verantwoordelijk voor het intranet en zij zijn dan ook het aanspreekpunt voor vragen. Zij verzorgen het intranet door het nieuws op het intranet te plaatsen en updaten zij regelmatig de wie-is-wie's van het intranet.

Daarnaast is de afdeling Digitale Media verantwoordelijk voor verschillende websites, zoals de EVO website, maar ook externe websites. Zij verzorgen o.a. de content en daarbij kan je denken aan zowel tekst als foto's. Zo bewerken zij ook foto's. Dit gebeurt met name voor banners van websites.

Voor het verzorgen van hun websites gebruiken zij Google Analytics en doen zij aan search engine optimization. Dit gebruiken zij om hoger te scoren in de zoekresultaten en om inzicht te krijgen in het gedrag van de bezoekers op hun websites.

De Social Media platvormen van EVO vallen ook onder de afdeling Digitale Media. Zo onderhouden zij bijvoorbeeld het EVO-connect, een nieuw Social Media platvorm van EVO dat leden bij elkaar moet brengen, maar ook de Twitter-, Youtube-, LinkedIn- en Facebook-account van EVO.

Voor vragen over applicaties, zoals Axapta, kan je ook bij de afdeling Digitale Media terecht.

Overige afdelingen

Afdeling Communicatie, Beleid & Ledenservice

Een krachtige EVO-lobby voor ondernemend Nederland, dat is wat leden van EVO verwachten en krijgen. In Brussel, Den Haag en in de regio. EVO wordt door alle lagen van de overheid, van Tweede Kamerlid en minister tot ambtenaar van een gemeente, opgezocht als logistiek kenniscentrum en belangenbehartiger van 30.000 bedrijven.

Andersom zoekt EVO zelf vaker de overheid op. Dit doet met name de Afdeling Beleid. Zij voorkomen politieke besluitvorming die nadelig uitpakken voor EVO's leden. Daarnaast komen zij zelf met creatieve ideeën - bijvoorbeeld om de doorstroming op snelwegen te verbeteren of overbodige regels af te schaffen. De Afdeling Beleid van EVO is dus een bruggenbouwer tussen politiek en bedrijfsleven. En daardoor bespaart EVO haar leden ieder jaar opnieuw veel geld.

Verder verzorgt deze afdeling de bladen van EVO. Zo is er EVO Magazine en EVO Logistiek. EVO Magazine is het officieel orgaan van EVO en EVO Logistiek is het tweemaandelijkse verschijnend vakblad voor specialisten en management.

Afdeling Public Affairs & Public Relations

De afdeling Public Affairs & Mediarelaties verkoopt EVO-standpunten aan de omgeving. Dat wil zeggen aan de beleidsmakers (politiek en overheid) en de publieke opinie (de pers). Maar bovenal verkopen we onze lobbysuccessen aan onze leden. Zij moeten inzien waarom het lidmaatschap van EVO meerwaarde biedt. Dit doen zij door middel van monitoren, netwerken en communicatie.

Afdeling Verenigingen & Bestuurszaken

De afdeling Verenigingen laat EVO als collectief optimaal functioneren, in het bijzonder de Regiobesturen en Raden. Speciale aandacht heeft de afdeling voor het verstevigen van de binding met de leden die het 'vertegenwoordigend belang' vormen.

De afdeling faciliteert de Raden en Regiobesturen, ontwikkelt nieuwe verenigingsgerelateerde activiteiten (voorbeelden zijn Jaarcongres en Jaarboek) en verstevigt de binding door kennisontwikkeling van logistiek bij EVO.

Afdeling Financiële Administratie

De afdeling Financiële Administratie verzorgt de financiële administratie binnen EVO.

Afdeling Facilitaire Diensten & Inkoop

Onder de afdeling Facilitaire Diensten & Inkoop vallen: de receptie, de postkamer, de huismeester, het bedrijfsrestaurant en de inkoop.

Afdeling Sales & Marketing

Marketing is afstemming op de markt met behulp van instrumenten zoals product, prijs, promotie, plaats en personeel, ook wel de marketingmix geheten. De afdeling Marketing verzorgt deze marketingmix bij EVO.

Het outbound callcenter is onderdeel van de Sales binnendienst en wordt ingezet ter ondersteuning van Marketing activiteiten om onze producten en diensten (waaronder ELO) onder de aandacht van onze leden brengen. Het callcenter is gespecialiseerd in het maken van afspraken, updaten van CRM gegevens het genereren van leads.

Verder valt de afdeling evenementen ook onder de sales & marketing. Met z'n allen zorgen zij voor de totale organisatie van een bijeenkomsten. Dit kunnen voorlichtingsbijeenkomsten zijn, maar ook seminars, workshops, masterclasses, congressen en praktijknetwerken (PNW).

Afdeling EVO Logistieke Opleidingen (ELO)

De afdeling EVO Logistieke opleidingen bestaat uit de afdelingen Productinnovatie en Ontwikkeling en de Opleidingscentra Venlo en Zoetermeer. Zijn verzorgen tezamen de logistieke opleidingen bij EVO. Zo houden zij zich bezig met E-Learning.

Kennisuitwisseling via E-Learning heeft de toekomst. Internet en cd-roms hebben het onderwijs een nieuwe dimensie gegeven, maar blijven vaak beperkt tot eenrichtingsverkeer. Voor e-learning is een virtuele leeromgeving nodig, waarmee zowel studenten/cursisten als docenten beschikken over alle voordelen van een vorm van leren waarin samenwerking en informatie-uitwisseling centraal staat. De afdeling E-Learning zorgt dat dit tot zo'n recht komt.

Afdeling Bedrijfsadvies

EVO-Bedrijfsadvies wordt gezien als een van kerncompetenties van EVO. Door middel van individuele, betaalde advisering wordt een rendementsverbetering bij leden behaald.

Afdeling Juridische Rechtsbijstand

De afdeling Juridische Bijstand richt zich op vrijwel al die zaken waar een ondernemer tegenaan loopt. Onze juristen adviseren niet alleen, maar staan ook leden bij in een juridisch conflict. Indien deze kwesties in redelijkheid buiten de rechter om kunnen worden opgelost, is deze juridische service voor leden kosteloos!

EVO Juridische Bijstand biedt praktische juridische informatie en direct toepasbaar juridisch advies aan ondernemers op het gebied van o.a.: vervoersrecht, arbeid- en ontslagrecht, handelsrecht/contractenrecht (koop/verkoop, distributie, agentuur, Incoterms) en bestuursrecht.

Afdeling IT

De afdeling IT is verantwoordelijk voor het EVO-netwerk en daarop gebruikte toepassingen. Automatisering is in het hedendaagse bedrijfsleven gemeengoed en zelfs noodzakelijk voor betrouwbare en efficiënte administratieve processen. Het netwerk dat EVO gebruikt is van Tarq, dat ook voor het beheer zorgt. Tot het netwerk behoort ook bijna alle apparatuur waar EVO mee werkt.

Afdeling Personeel & Organisatie

De afdeling Personeel & Organisatie zorgt voor alles wat met het personeel binnen EVO te maken heeft. Ze zorgen ervoor dat medewerkers binnen EVO optimaal kunnen functioneren. Zij zorgen voor de juiste afstemming tussen het bedrijf en het personeel.

6. De personele bezetting

Over de personele bezetting van EVO is niet heel veel bekend. EVO bestaat uit 150 medewerkers verdeeld over verschillende afdelingen. Er werken evenveel mannen als vrouwen.

De leeftijd van de medewerkers is erg variërend. Voornamelijk bij het callcenter, maar ook elders in het bedrijf werken jonge mensen, maar de gemiddelde leeftijd ligt rond de 40.

Over het algemeen blijft men lang in dienst bij EVO. Het niveau ligt op MBO+.

In een later stadium van mijn onderzoek zal ik meer onderzoek doen naar de personele bezetting van EVO. Zij zijn de doelgroep waar mijn project van op toepassing is.

7. De cultuur van het bedrijf

Binnen EVO hangt een informele sfeer. Je kunt bij iedereen binnenlopen en er kan veel gezegd worden. Voorwaarde hiervan is dat iedereen eerlijk is en eventuele problemen op tafel gelegd. Aan gerommel in de wandelgangen wordt niet gedaan.

Naar buiten toe hebben zij een formele uitstraling en willen zij gezien worden als professioneel bedrijf. Ondanks dat de werksfeer informeel is, dient men zich wel aan een aantal regels te houden, zodat de uitstraling naar buiten toe professioneel is.

Enkele voorbeelden van deze regels zijn de volgende:

Buren

EVO is een betrouwbare en goede buur. Werk daaraan mee en houd rekening met de buren. Ook als het gaat om parkeren, lawaai en erf afscheidingen.

Clean desk

EVO hanteert een Clean Desk Policy. Van de werknemer wordt verwacht aan het eind van de werkdag zijn/haar bureau leeg te maken.

Radio's en muziek

Gezien de grote transparante ruimten in het gebouw wordt iedereen gevraagd uiterst terughoudend te zijn met muziek en het gebruik van geluidsapparatuur. Collega's en bezoekers mogen nooit last hebben van de muziek van anderen. Eigen radio's zijn niet toegestaan in verband met de dan verschuldigde afdracht van muziekrechten. Bij twijfel treden managers regulerend op.

Taalgebruik

EVO is een Nederlandse ondernemersorganisatie waar in de omgang met bedrijven en collega's ABN (Algemeen Beschaafd Nederlands) wordt gesproken.

Kleding

Dient verzorgd en representatief te zijn. In contacten met derden zakelijk representatief.

Deze regels sluiten allemaal aan bij de formele uitstraling die EVO naar buiten wilt hebben.

8. Het financieel-economisch beleid

De afdeling Financiële Administratie verzorgt de financiële administratie van EVO. Zij ondersteunen heel het bedrijf op financieel gebied. De afdeling doet dit onder leiding van René de Jong, Senior Manager Financiële Administratie, Inkoop & Facilitair.

Hieronder kunt u de geconsolideerde staat van baten en lasten over 2010 vinden:

	2010	2009
	€	€
Som der baten	16.376.144	16.792.544
Lasten		
Kosten uitbesteed werk en andere externe kosten	2.505.626	2.371.492
Lonen en salarissen	7.109.776	7.422.032
Sociale lasten	1.908.321	1.985.022
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	707.408	588.648
Overige bedrijfskosten	3.688.864	4.113.002
Som der lasten	15.919.995	16.480.196
Bedrijfsresultaat	456.149	312.348
Aandeel in resultaat deelnemingen	226.401	96.742
Financiële baten en lasten	-269.432	-279.923
	-43.031	-183.181
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	413.118	129.167
Belastingen	-86.728	-61.923
Resultaat na belastingen	326.390	67.244

EVO is geen profit organisatie, maar ook geen non-profit organisatie. Zij hebben telkens een klein budget te besteden en moeten daarom creatief met dit budget omgaan, in tegenstelling tot grote profit organisaties.

9. Toekomstperspectief

9.1 Externe Toekomstperspectief

Over het externe toekomstperspectief van EVO kan ik nog weinig zeggen. Ik heb hier nog met niemand over gesproken en hier is ook geen informatie over te vinden op het intranet.

Wat ik wel weet is dat EVO momenteel marktleider is op het gebied van logistieke opleidingen en intern transport. Deze positie willen zij graag blijven behouden. Echter is de afgelopen jaren het aantal leden flink afgenomen. Dit komt met name door de crisis.

Verder staan bij EVO de leden centraal. EVO biedt vele voordelen voor hun leden en komt op voor hun belangen door middel van bijvoorbeeld lobbyen. Dit zal altijd zo blijven.

9.2 Interne Toekomstperspectief

Over het toekomstperspectief van EVO intern ik nog weinig zeggen. Ik weet wel dat de ondernemingsraad hier zich mee bezig houdt. Zo hebben zij dit jaar een medewerkers tevredenheid onderzoek gedaan.

Verder is een groot onderdeel van mijn onderzoek, om achter de behoefte van een nieuw intranet of een eventueel ander middel bij EVO te komen. Dit intranet of dit andere middel zal van grote invloed zijn op de interne manier van communiceren binnen EVO. Aangezien dit onderzoek nog in volle gang is, valt hier op dit moment weinig over te zeggen.

BIJLAGE IV

Plan van Aanpak

Plan van Aanpak

EVO

Academie voor ICT & Media
Communication & Multimedia Design
Blok CMD-Afstuderen
Hoofdfase 2011-2012



Document:	Plan van Aanpak
Versie:	1.0
Opleverdatum:	11 november 2011
In opdracht van:	Dennis van Reijn
Student:	Dennis van Reijn
Studentnummer:	07060041

Inhoudsopgave

1. Achtergronden.....	3
2. Projectopdracht	5
3. Projectactiviteiten	7
4. Producten.....	8
5. Kwaliteit	9
6. Planning.....	10
7. Risico's.....	11

1. Achtergronden

1.1 Het bedrijf

Over EVO

EVO behartigt de logistieke belangen van 20.000 bedrijven die goederen te vervoeren hebben. Met elkaar zijn de leden van EVO verantwoordelijk voor 1,3 miljoen banen en meer dan 70 procent van alle goederenverplaatsingen in Nederland inclusief import en export, over weg, water rails en door de lucht.

Eén vuist

EVO maakt samen met haar leden een vuist voor ondernemend Nederland. Files? Onnodig strenge regels? Onvoldoende marktwerking? Wij zorgen ervoor dat uw belangen op het netvlies staan van beleidsmakers. Vanuit Den Haag, maar ook in de regio en in Brussel. Meer advies, méér rendement

De specialisten van EVO's Ondernemersservice helpen leden verder met al hun vragen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving in het vervoer, milieu, internationale leveringscondities en fiscale zaken. Onze bedrijfsadviseurs staan leden bij met complexere vraagstukken op het gebied van onder andere vervoer, magazijninrichting, ketenlogistiek en kostenontwikkeling. Met hun adviezen zorgen zij ervoor dat bedrijven meer rendement uit hun logistieke organisatie halen.

Marktleider

EVO is marktleider als het gaat om opleidingen intern transport. Behalve opleidingen op vmbo- en mbo-niveau is er de EVO-Hogeschool met studieprogramma's op (post)hbo-niveau voor ambitieuze logistieke medewerkers en leidinggevenden. Onze docenten komen uit de praktijk.

Hallo collega?

EVO heeft ambities en dat merk je! We zijn altijd op zoek naar nieuwe collega's met passie, energie en initiatief om een unieke bijdrage te leveren aan onze groei en doelstellingen. Wat je functie bij EVO ook is, je hebt een afwisselend pakket aan werkzaamheden en verantwoordelijkheden. Bovendien krijg je de ruimte nieuwe ideeën aan te dragen.

1.2 De Afdelingen

Mijn afdeling

De afdeling waar ik werk is de afdeling Digitale Media. De afdeling Digitale Media bestaat uit 7 medewerkers. De teamleider van de afdeling Digitale Media is Sofieda Hoebdar. Naast Sofieda en mijzelf als stagair, zijn er 5 vaste medewerkers in dienst bij de Afdeling Digitale Media.

De afdeling Digitale Media is verantwoordelijk voor het intranet en zij zijn dan ook het aanspreekpunt voor vragen. Zij verzorgen het intranet door het nieuws op het intranet te plaatsen en updaten zij regelmatig de wie-is-wie's van het intranet.

Daarnaast is de afdeling Digitale Media verantwoordelijk voor verschillende websites, zoals de EVO website, maar ook externe websites. Zij verzorgen o.a. de content en daarbij kan je denken aan zowel tekst als foto's. Zo bewerken zij ook foto's. Dit gebeurt met name voor banners van websites.

Voor het verzorgen van hun websites gebruiken zij Google Analytics en doen zij aan search engine optimization. Dit gebruiken zij om hoger te scoren in de zoekresultaten en om inzicht te krijgen in het gedrag van de bezoekers op hun websites.

De Social Media platvormen van EVO vallen ook onder de afdeling Digitale Media. Zo onderhouden zij bijvoorbeeld het EVO-connect, een nieuw Social Media platvorm van EVO dat leden bij elkaar moet brengen, maar ook de Twitter-, Youtube-, LinkedIn- en Facebook-account van EVO.

Voor vragen over applicaties, zoals Axapta, kan je ook bij de afdeling Digitale Media terecht.

Overige afdelingen

Naast de afdeling Digitale Media zijn er uiteraard tal van andere afdelingen binnen EVO. Dit zijn de volgende afdelingen, gebaseerd op de groepen van EVO op het intranet.

- Afdeling Activiteitencommissie
- Afdeling Bedrijfsadvies
- Afdeling Beleid
- Afdeling Media
- Afdeling Public Affairs & Mediarelaties
- Afdeling E-Learning
- Afdeling ELO
- Afdeling Evenementen
- Afdeling Financiële Administratie
- Afdeling Facilitaire Diensten & Inkoop
- Afdeling IT
- Afdeling Ondernemersraad
- Afdeling P&O
- Afdeling Rechtsbijstand
- Afdeling Sales & Marketing
- Afdeling Service and Support
- Afdeling Subsidies
- Afdeling Verenigingen

Al deze afdelingen bij elkaar, inclusief de afdeling Digitale Media, bestaan bij elkaar uit ongeveer 150 medewerkers, zonder de call center medewerkers.

2. Projectopdracht

2.1 Probleemstelling

Sinds 1 januari 2011 beschikt EVO over een afdeling Digitale Media. Sinds die datum houdt EVO zich bezig met digitale vernieuwingen binnen het bedrijf. Zo hebben ze sinds mei 2011 een vernieuwde website en houden ze zich bezig met verschillende Social Media platvormen.

Binnen EVO, wordt gewerkt met een vrij groot intranet dat door ongeveer 18 afdelingen wordt gebruikt. Het is vrij een complex intranet en het is sinds 2003 niet meer vernieuwd.

Het intranet is “*helemaal niet van nu*” en moet volgens de opdrachtgever vernieuwd worden. Het verouderde intranet dat nu gebruikt wordt heeft beperkte functionaliteiten en een oud CMS systeem, waardoor niet altijd aan verzoeken vanuit het personeel kan worden voldaan.

Het hoofdprobleem van het huidige intranet van EVO, is dat het een verouderd intranet is met beperkte functionaliteiten, dat het intranet niet altijd kan voldoen aan de wensen van de organisatie.

Een sub probleem van het huidige intranet van EVO, is dat de wensen en behoeften van de organisatie m.b.t. het intranet niet bekend zijn en dat er geen doel gedefinieerd is voor het intranet.

2.2 Doelstelling van de afstudeeropdracht

De doelstelling van de opdracht is dat EVO na mijn afstudeerstage van 17 weken, op basis van een adviesrapport, met daarin de wensen en behoeften van de doelgroep, en op basis van een concept van een nieuw intranet, een nieuw intranet kan realiseren.

2.3. Resultaat

In de probleemstelling wordt aangegeven dat het intranet niet altijd kan voldoen aan de wensen van de organisatie. Dit komt doordat de wensen en behoeften van de organisatie niet bekend zijn.

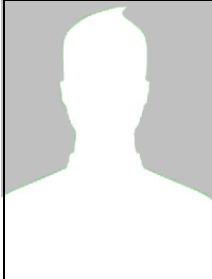
Aan het eind van mijn afstudeer traject verwacht EVO van mij een adviesrapport, waarin een de volgende zaken staan:

- Concreet de wensen en behoeften van de doelgroep met betrekking tot het intranet, bestaande uit drie niveaus, namelijk:
 - Medewerkerniveau
 - Managementniveau
 - Directieniveau
- De functies waar het nieuwe intranet over moet beschikken, gebaseerd op de eisen en wensen van de doelgroep.
- Een duidelijk doel van het nieuwe intranet
- Een advies over hoe het nieuwe intranet eruit zal moeten zien.

Naast het adviesrapport, zal er om het advies te versterken een concept van een nieuw intranet opgeleverd moeten worden. Dit concept zal gebaseerd zijn op het adviesrapport en dus ook op de wensen en behoeften van de doelgroep.

2.4 Berokkenen bij het Project

Hieronder vindt u de verschillende betrokkenen bij het project.

	Sofieda Hoebdar <i>Teamleider Digitale Media</i> Sofieda Hoebdar functioneert tijdens de afstudeerstage als <u>opdrachtgever</u>. Zij zal tevreden moeten zijn over het proces/mijn werkwijze, dat tot het uiteindelijke resultaat zal leiden. Telefoonnummer: 079 - 346 73 46 E-mailadres: s.hoebdar@evo.nl
	Lucienne Beeloo <i>Medewerker Digitale Media</i> Lucienne Beelo functioneert tijdens de afstudeerstage als <u>bedrijfsmentor</u>. Zij zal mij begeleiden bij het proces. Met haar zal ik het meeste contact hebben binnen EVO. Telefoonnummer: 079 – 346 73 57 E-mailadres: l.roggeveen@evo.nl
	Dennis van Reijn <i>Afstudeerstagiair</i> Dennis van Reijn is de stagiair die het project uiteindelijk zal moeten uitvoeren. Telefoonnummer: 079 - 346 73 44 E-mailadres: d.vanreijn@evo.nl
	Personeel van EVO <i>Directie/Managers/Medewerkers</i> Het uiteindelijke resultaat zal afgestemd moeten zijn op al het personeel dat bij EVO werkt. Hun behoeften en wensen zijn van groot belang. Telefoonnummer: 079 - 346 73 46 E-mailadres: alias.achternaam@evo.nl

2.5 Projectgrenzen

- Startdatum: Maandag 24 Oktober 2011
- Einddatum: Vrijdag 10 Februari 2012
- Gedurende deze periode wordt 5 dagen per week gewerkt en wordt er minimaal 38 uur aan werk geleverd.
- Het project wordt uitgevoerd door 1 stagiair.
- Kosten en baten zijn niet van toepassing bij dit project.

3. Projectactiviteiten

Hieronder kunt u de verschillende fases en de belangrijkste momenten van mijn project vinden. Voor meer detail kunt in hoofdstuk 8 de planning vinden.

Fase 1: Voorbereidingsfase

- Plan van aanpak schrijven
- Planning maken

Plan van Aanpak
Plan van Aanpak

Fase 2: Analysefase

- Het bedrijf analyseren door middel van desk- en fieldresearch
- Analyse van het intranet:
 - Deskresearch: Bronnen onderzoeken over het intranet
 - Deskresearch: Quickscan van het intranet uitvoeren
 - Field research: Interviewen van de doelgroep 1**
 - Field research: Enquêteren van de doelgroep 1**
 - SWOT analyse gevormd door: Desk en Fieldresearch
 - Current Reality Tree opstellen
- Benchmarken van andere intranetten
- Analyse Doelgroep/Organisatie:
 - Deskresearch: Bronnen onderzoeken over de doelgroep
 - Fieldresearch: Interviewen van de doelgroep 2***
 - Field research: Enquêteren van de doelgroep 2***
 - Krachtenveldanalyse maken
 - Computervaardigheden van de doelgroep onderzoeken
 - Bepalen van de inhoudelijke elementen voor op de website
 - Persona's opstellen

Bedrijfsanalyse

Onderzoeksrapport

Benchmarkanalyse

Doelgroepanalyse

Fase 3: Ontwerpfase

- Analyse omzetten in een ontwerp
 - Systeemeisen samenstellen
 - Systeemeisen structuren aan de hand van MoSCoW
 - Ontwerp in Photoshop
 - Wireframe/Prototype ontwikkelen

Systeemeisen
Systeemeisen
Schetsen in Photoshop
Wireframe

Fase 4: Testfase

- Testplan samenstellen
- Test uitvoeren

Testplan

Fase 5: Opleverfase

- Het definitieve concept opleveren
 - Testresultatenverwerken
 - Wireframe aanpassen
 - Definitieve schetsen maken in photoshop
- Adviesrapport schrijven

Concept

Adviesrapport

**** Bij moment 1 van de interviews en enquêtes met de doelgroep zal vooral gekeken worden naar de werkwijze, interne communicatie en behoefte aan verandering binnen EVO.**

***** Bij moment 2 van de interviews en enquêtes met de doelgroep zal vooral gekeken worden naar functionaliteiten en wensen, gebaseerd op de werkwijze, interne communicatie en behoefte aan verandering binnen EVO uit moment 1.**

4. Producten

De belangrijkste producten die tijdens dit project opgeleverd zullen worden zijn de volgende producten:

- Plan van Aanpak
- Planning
- Bedrijfsanalyse
- Onderzoeksrapport
- Doelgroepanalyse
- Benchmarkanalyse
- Systeemeisen
- Schetsen in Photoshop
- Wireframes
- Testplan
- Adviesrapport
- Concept (Schetsen + Wireframes, met toelichting als toelichting het adviesrapport)
- Powerpoint Presentatie

Uiteraard zijn er ook andere producten die niet opgeleverd hoeven te worden, maar die wel belangrijk zijn tijdens de uitvoering van het project. Dit zijn de volgende producten:

- Gespreksagenda's
- Notulen
- Interviews
- Enquêtes

5. Kwaliteit

5.1 Hulpmiddelen

Tijdens de uitvoering zal ik gebruik maken van de volgende literatuur:

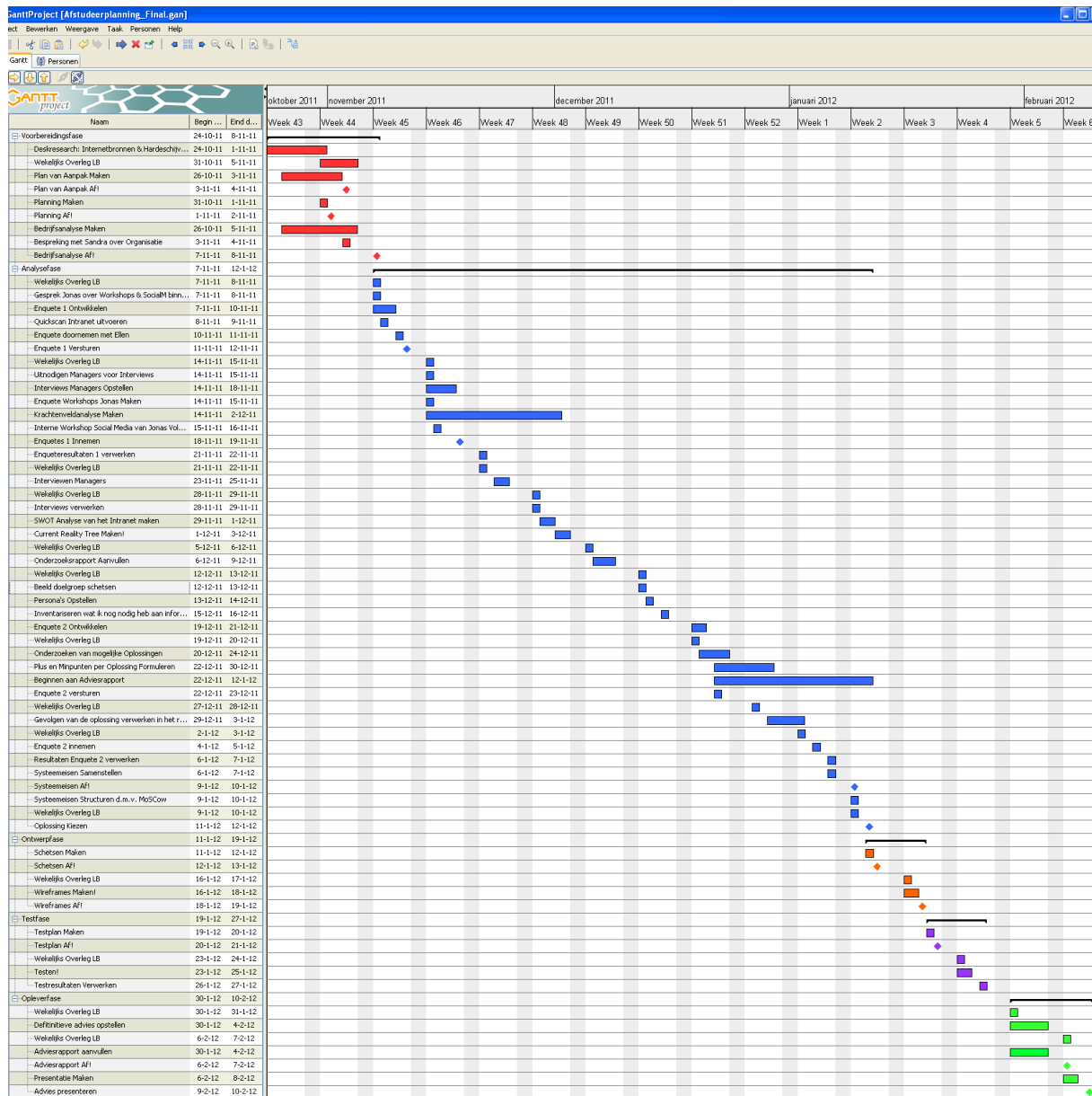
- The Elements of User Experience, *Jesse James Garrett*
 - Omdat een goed proces de garantie op een goed product vergroot, wil ik een aantal fases uit Jesse James Garrett behandelen. Ik hoef dan geen prototype op te leveren, maar zeker de beginfases uit dit boek kan ik goed toepassen op mijn project.
- Een Goed Advies, *Godelieve Kodde*
 - Ik zal uiteindelijk een advies moeten opleveren aan EVO. Dit boek zal mij erbij helpen om zo'n goed mogelijk advies op te leveren en dat ook op een goede manier over te dragen aan EVO.
- User Interface Design and Evaluation, *Debbie Stone*
 - In dit boek kan ik veel informatie vinden over het ontwerpen van een vriendelijke Graphical User Interface. Hier zal ik veel aan hebben tijdens mijn opdracht.
- Wat is onderzoek?, *Nel Verhoeven*
 - Dit boek zal ik vooral nodig hebben tijdens de analysefase van mijn project. Hoe kom ik aan informatie? In dit boek staat het allemaal uitgelegd.
- Informatief Communiceren, *Fokkelien von Meyenfeldt*
 - Ter ondersteuning wil ik dit boek gebruiken tijdens mijn project. Dit boek zal mij helpen bij het uitvoeren van de interviews en de gehele communicatie met EVO tijdens mijn opdracht.
- Generatie Einstein 3.0, *Jeroen Boschma & Inez Groen*
 - Een intranet moet passen binnen de werkwijze bij een bedrijf. Op school is duidelijk geworden dat de werkwijze binnen bedrijven voortdurend verandert. Dit komt doordat de generatie van medewerkers ook continue verandert. Het boek 'Generatie Einstein' vertelt over de generatie die momenteel, maar met name in de toekomst meer zal toetreden tot de arbeidsmarkt.
- Binnen EVO werken 150 medewerkers, met elk verschillende kennis en vaardigheden. Ik zal regelmatig met collega's gaan zitten om te vragen om feedback op wat ik op dat moment aan het doen ben.

5.2 Afspraken

- Ter ondersteuning van het proces vindt er elke maandag vindt er een overleg plaats tussen de bedrijfsmentor Lucienne Beeloo en de stagiair Dennis van Reijn.
 - Bij elk overleg levert de stagiair een uur van te voren een gespreksagenda op.
 - Aan het eind van elk overleg wordt er een actielijstje gemaakt.
- Om de kwaliteit de producten hoog te houden zal er aan het eind van elke fase en/of elk (tussen)product gerapporteerd worden aan de bedrijfsmentor Lucienne Beeloo en de opdrachtgever Sofieda Hoebdar. Zij kunnen vervolgens feedback geven.
- Iedereen dient gemaakte afspraken na te komen.
- Iedereen komt op tijd bij een afspraak of vergadering.
- Iedereen vervult de taken die aan hem zijn toegekend naar behoren.
- Wanneer de stagiair zijn werk niet op tijd af lijkt te krijgen dient hij de bedrijfsmentor tijdig op de hoogte te brengen.

6. Planning

Hieronder kunt u de een gedetailleerde planning vinden. Elke fase is aangegeven met een andere kleur.



7. Risico's

Overall waar mensen zijn worden fouten gemaakt en dat brengt risico's met zich mee. Daarom is het belangrijk deze risico's van te voren te bespreken waardoor we er meer op bedacht zijn. Waardoor er uiteindelijk minder fouten, of zelfs geen fouten worden gemaakt.

Risico	Hoe te herkennen?	Hoe te voorkomen?	Maatregel
Medewerkers van EVO willen niet meewerken.	Medewerkers hebben geen tijd/zin voor een interview/enquête.	Hen ruim van te voren op de juiste manier benaderen.	Hulp vragen van een collega of het interview/enquête later afnemen.
Het verliezen van belangrijke producten.	Belangrijke producten zijn nergens meer te vinden.	De belangrijke producten op een centrale plek opslaan.	Gebruik maken van de H schijf en een back-up maken op een USB.
Tijdgebrek	Achterlopen met het opleveren van de producten.	Goed plannen. Planning dagelijks controleren.	De verloren tijd inhalen op een ander tijdstip.
Ziekte/ Afwezigheid	Melding, afwezigheid	Niet	Duidelijk melden dat je afwezig bent.
Gebrekkige communicatie	Slechte afspraken, te weinig informatie om het project voort te zetten.	Regelmatig afspreken, evalueren en communiceren.	Elke week minimaal twee keer afspreken.