

Copyshop Laakhaven



David Terrones van der Sman

Copyshop Laakhaven

Auteur : David Terrones van der Sman

Instelling : Haagse Hogeschool
Johanna Westerdijkplein 75
2521 EN Den Haag

Begeleider : Dhr. R. Brouwer MA

Medebeoordelaar : Mw. A. Eiffinger

Opdrachtgever : ROC Mondriaan
Leeghwaterplein 72
2521 DB Den Haag

Mentor : Mw. A. Dingemans

Periode onderzoek: Februari 2008 – mei 2008

Auteursreferaat

Onderzoek naar de realisatie van een nieuwe **copyshop** binnen het gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan, in de vorm van een leerwerkbedrijf voor de studenten van de opleiding facilitaire dienstverlening. Probleemstelling is: Op welke wijze dient voor het einde van het lopende schooljaar een **efficiënte** en **effectieve** copyshop opgezet en ingericht te worden op de nieuwe Mondriaan Campus, die tevens zal fungeren als **leerwerkbedrijf** voor de studenten facilitaire dienstverlening van het ROC Mondriaan. De knelpunten zijn gevormd door middel van literatuurstudie, interviews afnemen en door analyse van de knelpunten in de huidige situatie. De conclusies en aanbevelingen bevinden zich op **strategisch, tactisch en operationeel** niveau en zijn opgesteld naar aanleiding van de bestudering van de gewenste situatie en de knelpunten.

Samenvatting

Het ROC Mondriaan zal in het nieuwe gebouw Laakhaven, één van de nieuwe campussen, leerwerkbedrijven vestigen voor haar studenten. Er is besloten dat er een copyshop gevestigd zal worden in het gebouw Laakhaven dat als één van de leerwerkbedrijven zal fungeren. Deze zou diensten op het gebied van print en drukwerk moeten aanbieden aan de studenten en medewerkers van het gebouw Laakhaven. Hieruit is de volgende probleemstelling ontstaan:

Op welke wijze dient voor het einde van het lopende schooljaar een efficiënte en effectieve copyshop opgezet en ingericht te worden op de nieuwe Mondriaan Campus, die tevens zal fungeren als leerwerkbedrijf voor de leerlingen facilitaire dienstverlening van het ROC Mondriaan

Om deze probleemstelling te kunnen beantwoorden, is gestart met een oriëntatie binnen de organisatie van het ROC Mondriaan. Er is begonnen met interviews onder alle medewerkers die in de toekomst betrokken zouden zijn bij de copyshop. Vanuit deze interviews zijn de wensen en eisen van de medewerkers van het ROC Mondriaan ten aanzien van de copyshop opgesteld. Hiernaast is er een inventarisatie gemaakt van de print- en drukwerkopdrachten die in de huidige situatie uitbesteed werden.

Na de interviews is er een benchmark onderzoek gedaan.

Het onderzoek leverde de volgende conclusies op:

- Binnen de copyshop Laakhaven zal men een standaard dienstenpakket aanbieden dat gericht is op printwerk;
- Er dienen geen grote investeringen gedaan te worden, door het aangaan van een all-inclusive contract met de firma Océ;
- De copyshop dient gevestigd te worden op de begaande grond van het gebouw Laakhaven, in de ruimte van de leerwerkbedrijven, naast het leerwerkbedrijf voor kantoorartikelen;
- Door een scheidingsmuur te plaatsen kunnen de front en back office van de copyshop op dezelfde locatie gevestigd worden;
- Documenten dienen bij voorkeur digitaal aangeleverd te worden bij de copyshop. Dit verkort en vereenvoudigt het bedrijfsproces;
- Studenten kunnen ingezet worden om operationele activiteiten binnen de copyshop te vervullen.

De conclusies hebben tot de volgende aanbevelingen geleid:

- Om de doelgroep van de copyshop bekend te maken met de diensten die aangeboden zullen worden, dient er duidelijke communicatie met die doelgroep te zijn over deze diensten. Dit kan door middel van advertenties in Mondriaan tijdschriften voor medewerkers en studenten of het maken van flyers maken.
- Om de klant duidelijkheid te verschaffen over de mogelijkheden binnen de copyshop, dient er een PDC opgesteld te worden voor de copyshop dat makkelijk toegankelijk is voor de klant.
- Er dient een softwareaanpassing gemaakt te worden op de multifunctionals van het gebouw Laakhaven waardoor zij printopdrachten met een oplage groter dan 50, niet kunnen printen. Hierdoor raken deze machines minder belast.

Voorwoord

Na drieëneenhalf jaar de opleiding Facility Management gevolgd te hebben, werd het tijd om af te studeren. Mijn oriëntatiestage vond plaats bij de gemeente Den Haag, de managementstage werd afgerond bij de Tweede Kamer der Staten Generaal. Voor mijn afstudeerstage ging ik wederom op zoek naar een non-profit organisatie.

Na een lange zoektocht met weinig resultaat, werd ik door een medestudent geattendeerd op een opdracht bij de Dienst Middelen van het ROC Mondriaan. Deze opdracht sprak mij erg aan en na een enthousiast kennismakingsgesprek werd ik aangenomen voor deze opdracht.

Hier was ik erg gelukkig mee, omdat het een erg interessant onderwerp bleek te zijn waar ik veel affiniteit mee had. Door me volledig te storten op het onderwerp heb ik met gevarieerde personen gesproken die me ieder een waardevol stukje informatie konden meegeven.

Ik wil mevrouw Dingemans bedanken voor haar begeleiding tijdens de onderzoeksperiode en voor haar vertrouwen in mij. Daarnaast gaat mijn dank uit naar de heer Brouwer, die mij vanuit de Haagse Hogeschool met zijn eigen kritische blik heeft bijgestaan gedurende deze periode. Mijn dagelijkse collega's hebben gezorgd voor een prettige werksfeer en de nodige theepauzes. Zonder hen zou ik met een stuk minder plezier naar mijn stageadres toe zijn gegaan. Als laatste een speciaal dankwoord voor mijn vriendin, die heel wat stressvolle momenten met mij heeft moeten meemaken gedurende deze periode.

Den Haag, mei 2008

David Terrones van der Sman

Hoofdstuk 1: Het ROC Mondriaan	11
1.1 Organisatiegegevens	11
1.2 Organisatiestructuur	11
1.3 Motieven.....	13
1.4 Doelstellingen.....	13
Hoofdstuk 2: Océ	15
2.1 Océ N.V.....	15
2.2 Dienstverlening.....	17
2.3 Waarde klant	17
2.4 Océ en het ROC Mondriaan	19
Hoofdstuk 3: Onderzoek	20
3.1 Doel van het onderzoek	20
3.2 Stakeholderanalyse.....	21
3.3 Benchmarking	25
3.4 Interviews	28
Hoofdstuk 4: Gewenste situatie.....	29
4.1 Soll/ist.....	29
4.2 Wensen en eisen.....	30
Hoofdstuk 5 Marketingmix	32
5.1 Product.....	32
5.2 Prijs	33
5.3 Plaats	33
5.4 Promotie	34
Hoofdstuk 6: Personeel.....	35
6.1 Kernwaarden	35
6.2 Océ servicemedewerker.....	37
6.3 Studenten FD	38
Hoofdstuk 7 Klant	40
7.1 Klant.....	40
7.1.1 Profiel interne klant	40
7.1.2 Profiel externe klant	41
Hoofdstuk 8: Conclusies onderzoek	42
8.1 Conclusie.....	42
8.2 SLA's.....	45
8.2.1 Kwaliteitscontrole	46
8.2.2 Meten van de SLA	47
8.3 Managementrapportage	47
8.4 Ontwikkeling	48
8.4.1 Uitbreiding dienstenpakket.....	48
8.4.2 Decentrale front office.....	49
8.4.3 Studenten FD.....	49
8.5 Aanbevelingen.....	49
8.5.1 Communicatie	50
8.5.2 PDC	50
8.5.3 Software.....	50

Hoofdstuk 9: Implementatie	51
9.1 Achtergrond.....	51
9.2 Projectdoel	51
9.3 Randvoorwaarden	51
9.4 Personeel	52
9.5 Financieel.....	53
9.6 Aanpak/werkwijze.....	53
9.7 Fasering	53
9.8 Tijdspad.....	55
Hoofdstuk 10: Investeringsbegroting	57
10.1 All-in tarieven.....	57
10.2 Inrichting Copyshop.....	58
10.3 Kosten- en batenanalyse.....	59
10.4 Return On Investment	60
Literatuurlijst.....	62
Bijlagen	64

Inleiding

Ter afsluiting van de opleiding Facility Management aan de Haagse Hogeschool dient elke student een adviesrapport te schrijven over een facilitair beleidsprobleem dat de student, op systematische wijze, in opdracht van een organisatie, oplost. Het eindresultaat vormt een rapport, waarin er aanbevelingen gedaan worden ter oplossing van het probleem.

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het ROC Mondriaan en heeft plaats gevonden bij de Dienst Middelen van het ROC Mondriaan.

Het ROC Mondriaan is een Regionaal Opleidingen Centrum in de regio Haaglanden. Zij verzorgen middelbaar beroepsonderwijs, volwasseneneducatie en functiegerichte trainingen. Als ROC bevorderen zij de arbeidsmarkt -en/of maatschappelijke deelname van deelnemers. Binnen het onderwijs streeft het ROC Mondriaan naar een kwaliteit die gemiddeld beter is dan die van de belangrijkste concurrenten. Bij het ROC Mondriaan leren 30.000 studenten en werken 2.500 medewerkers.¹

Het ROC Mondriaan heeft momenteel ongeveer vijftig gebouwen. Dit aantal wordt de komende jaren sterk verminderd door de ontwikkeling van zes zogenoemde campussen voor het beroepsonderwijs. De eerste is gereed, voor de techniek opleidingen. De tweede campus aan het Leeghwaterplein in Laakhaven nadert zijn voltooiing. Voor de zomervakantie van 2008 worden de eerste opleidingen daar gehuisvest. De totale campus zal bestaan uit twee gebouwen die met een loopbrug over de Waldorpstraat met elkaar worden verbonden. Totale oppervlakte van de twee gebouwen samen is ongeveer 30.000 m². In het gebouw worden ook de centrale stafdiensten en het College van Bestuur gehuisvest. Zij zullen in april 2008 de eerste bewoners zijn. Een belangrijk onderdeel van de campus in Laakhaven vormt de zogenoemde leerwerkbedrijven. Dit zijn bedrijven waar deelnemers aan beroepsopleidingen in het kader van de BPV² praktijk ervaring kunnen opdoen door te werken in een echte bedrijfsomgeving. De leerbedrijven bieden door de landelijke kenniscentra geaccrediteerde stageplaatsen. Er komen leerwerkbedrijven op het gebied van Horeca, Mode & Uiterlijke Verzorging, Zorg en Welzijn, Administratie en op het gebied van Facilitaire Dienstverlening. Voor de laatst genoemde gaat het om een copyshop. Dit leerwerkbedrijf dient ivoor het begin van het nieuwe schooljaar operationeel te zijn

¹ Bron: www.mon3aan.nl

² Beroeps Praktijk Vorming, zie bijlage 1

Op basis van bovenstaande gegevens kan een probleemstelling voor het onderzoek naar de implementatie van de copyshop geformuleerd worden:
Op welke wijze dient voor het einde van het lopende schooljaar een efficiënte en effectieve copyshop opgezet en ingericht te worden op de nieuwe Mondriaan Campus, die tevens zal fungeren als leerwerkbedrijf voor de leerlingen Facilitaire dienstverlening van het ROC Mondriaan?

Het doel van het rapport is het uitbrengen van een bruikbaar advies voor de implementatie van de copyshop binnen het ROC Mondriaan. Het advies zal gedeeltelijk gebaseerd zijn op ervaringen van andere organisaties. Het advies wordt gegeven aan de hand van het beantwoorden van een aantal subprobleemstellingen. Deze zullen besproken worden in hoofdstuk 3.

De structuur van dit rapport is als volgt:

- Hoofdstuk 1 geeft een beschrijving van de organisatie Mondriaan;
- Hoofdstuk 2 geeft een beschrijving van de organisatie Océ;
- In hoofdstuk 3 wordt de opzet van het onderzoek nader uitgelegd;
- Hierop volgt de gewenste situatie in hoofdstuk 4;
- In hoofdstuk 5 is de marketingmix beschreven;
- Hierna wordt in hoofdstuk 6 het personeel nader beschreven;
- In hoofdstuk 7 is het personeel nader uitgelegd;
- Aan de hand van deze gegevens zijn er in hoofdstuk 7 conclusies opgesteld;
- Het implementatieplan volgt hierop in hoofdstuk 9.

Hoofdstuk 1: Het ROC Mondriaan

In dit hoofdstuk zal het ROC Mondriaan, als belangrijkste betrokken organisatie bij de copyshop uitgewerkt worden. Hierin wordt de organisatiestructuur verduidelijkt, met de daarbij horende missie, visie en doelstellingen.

1.1 Organisatiegegevens

Het ROC Mondriaan is een Regionaal Opleidingen Centrum in de regio Haaglanden. Het ROC Mondriaan verzorgt middelbaar beroepsonderwijs, volwasseneneducatie en functiegerichte trainingen. Als ROC bevordert zij de arbeidsmarkt- en/of maatschappelijke deelname van deelnemers. Binnen het onderwijs streeft zij naar een kwaliteit die gemiddeld beter is dan die van de belangrijkste concurrenten. Bij Mondriaan leren 30.000 deelnemers en werken 2.500 medewerkers.

Mondriaan stelt de deelnemer en zijn loopbaan centraal. Hierin kent Mondriaan de volgende sleutels tot succes³:

- Met succes naar school gaan;
- Met succes leren;
- Met succes deelnemen in de maatschappelijke omgeving;
- Een succesvolle leerloopbaan krijgen;
- Met succes naar het HBO/WO doorstromen;
- Met succes aan het werk gaan en blijven;
- Een succesvolle medewerker zijn en blijven;
- Met succes een leven lang leren

1.2 Organisatiestructuur

Management

ROC Mondriaan wordt bestuurd door een College van Bestuur, dat wordt gevormd door een voorzitter en een lid. Het Bestuursbureau zorgt voor ondersteuning van het college. ROC Mondriaan kent vier onderwijsdomeinen: Educatie, Mens & Maatschappij, Techniek & ICT en Zakelijke Dienstverlening. Deze domeinen hebben dezelfde organisatorische opbouw en directiestructuur: een directievoorzitter, een directeur Onderwijs en een directeur Beheer en Organisatie. Elk domein heeft een aantal onderwijsmanagers, die met de dagelijkse leiding van de verschillende opleidingen zijn belast.

De domeinen en het College van Bestuur worden ondersteund door vier stafdiensten: Middelen, Human Resource Management (HRM), het Strategisch Beleidscentrum en het Mondriaan Servicecentrum.

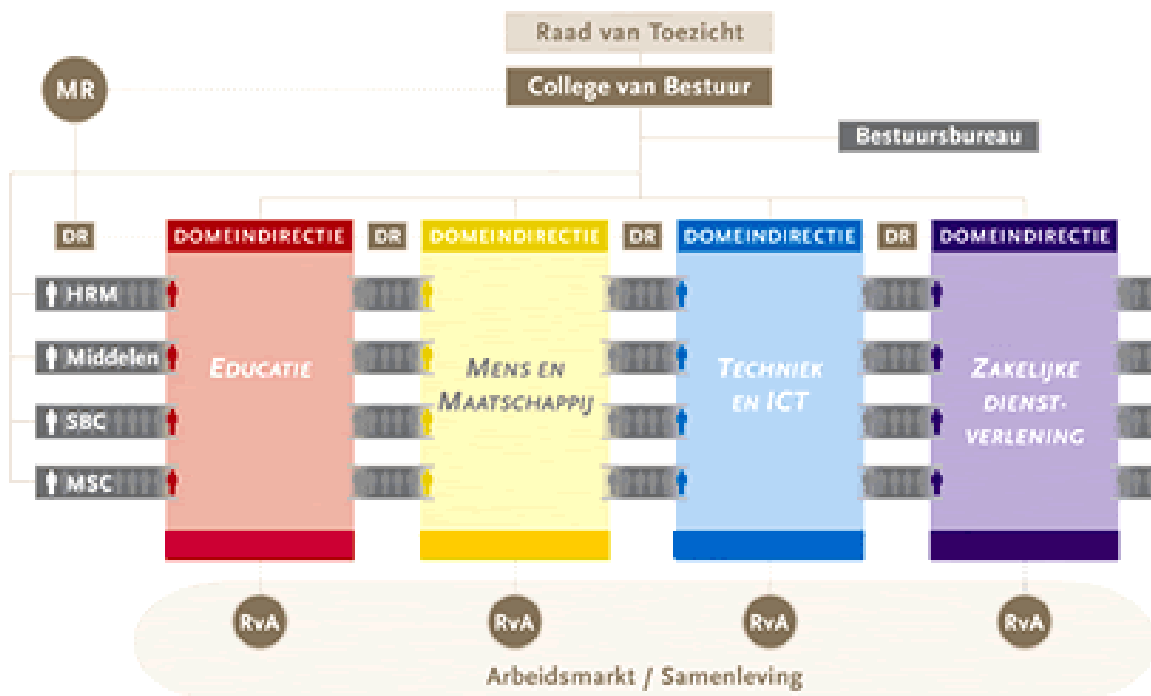
³ Bron: Handboek medewerker Mondriaan Onderwijsgroep 2006-2007

Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht moet erop toezien dat ROC Mondriaan op een heldere, transparante manier verantwoording aflegt over de activiteiten en de besteding van de aan het ROC toevertrouwde middelen. De taken van de raad zijn wettelijk en statutair vastgelegd.

Raden van Advies

Elk domein van ROC Mondriaan heeft een Raad van Advies. Per domein hebben gemiddeld acht deskundigen en professionals uit het bedrijfsleven zitting. Mondriaan wil met de instelling van deze raden de band met arbeidsmarkt verstevigen. Daarbij komt de vervlechting van het onderwijs met de beroepspraktijk en een goede kennisuitwisseling met het bedrijfsleven op de eerste plaats. In figuur 1.1 staat de organisatiestructuur van het ROC Mondriaan weergegeven.



Figuur 1.1 Organogram ROC Mondriaan

1.3 Motieven⁴

In het gebouw worden ook de centrale stafdiensten en het College van Bestuur gehuisvest. Zij zullen in april 2008 de eerste bewoners zijn. Een belangrijk onderdeel van de campus in Laakhaven vormen de zogenoemde leerwerkbedrijven. Dit zijn bedrijven waar studenten van beroepsopleidingen in het kader van de BPV praktijkervaring kunnen opdoen door te werken in een echte bedrijfsomgeving. De leerbedrijven bieden door de landelijke kenniscentra geaccrediteerde stageplaatsen. Er komen leerwerkbedrijven op het gebied van Horeca, Mode & Uiterlijke Verzorging, Zorg en Welzijn, Administratie en Facilitaire dienstverlening. Voor de laatst genoemde gaat het om een copyshop. Dit leerwerkbedrijf dient in mei 2008 operationeel te zijn. Binnen deze copy/reproshop zullen studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening aan operationele taken invulling geven.

1.4 Doelstellingen

Het ROC Mondriaan levert een actieve bijdrage aan de economische en sociale ontwikkeling in Den Haag en de regio en bevorderen de maatschappelijke deelname van onze studenten met een breed, samenhangend onderwijsaanbod: beroepsopleidingen, volwassenenonderwijs, bedrijfsopleidingen en functiegerichte trainingen.

De studenten en hun loopbaan staan bij Mondriaan centraal. Er wordt naar gestreefd om de studenten hun opleiding met een kwalificatie te laten beëindigen. Daarmee wordt er een centrale functie vervuld in de driehoek arbeidsmarkt-student-onderwijs. Een goede afstemming met bedrijven, overheden en maatschappelijke groeperingen is dan ook een absolute voorwaarde.

⁴ Bron: ROC Mondriaan Jaarverslag 2007

De kernwaarden van het ROC Mondriaan zijn⁵:

- Gemeenschapszin;
- Integriteit;
- Professionaliteit;
- Respect;
- Veiligheid;
- Verantwoordelijkheid;
- Vertrouwen

⁵ Bron: www.mon3aan.nl

Hoofdstuk 2: Océ

In dit hoofdstuk wordt de firma Océ, leverancier van printdiensten, nader uitgewerkt. De missie, visie, doelstellingen en bedrijfshandelingen worden hierin nader uitgelegd.

2.1 Océ N.V.

Océ is wereldwijd één van de leidende aanbieders van hoogwaardige producten en diensten, waaronder complete oplossingen op het gebied van print- en documentmanagement voor professionele gebruikers. De onderneming richt zich primair op professionele omgevingen waar grote hoeveelheden documenten worden verwerkt. Océ ontwikkelt daarvoor in eigen Research & Development centra geavanceerde apparaten en systemen voor productie, distributie en beheer van documenten. De producten en diensten van Océ staan bekend om de hoge kwaliteit. Deze berust op betrouwbaarheid, productiviteit, duurzaamheid, gebruiks- en milieuvriendelijkheid en een lage total cost of ownership. Océ ontwikkelt en vervaardigt zijn productassortiment grotendeels in eigen beheer. Océ's sterke en unieke technologiebasis is het resultaat van lange ervaring en consequente investeringsprogramma's in onderzoek en ontwikkeling, mensen en middelen.⁶

Océ is actief in tachtig landen, waarvan in een dertigtal landen met eigen verkoopmaatschappijen. Het hoofdkantoor van de Océ-Groep is gevestigd in Venlo. Daar is ook het grootste deel van de research, de productie en de internationale marketing geconcentreerd. De Océ-Groep heeft wereldwijd ruim 23.000 mensen in dienst (waarvan 4.000 in Nederland). Onderzoeks- en productiecentra van Océ zijn gevestigd in Nederland, Duitsland, België, Frankrijk, Tsjechië, de Verenigde Staten en Japan. In 2006 en 2007 realiseerde Océ een omzet van € 3,1 miljard.

Océ-Nederland B.V.

In 's-Hertogenbosch is Océ-Nederland B.V. gevestigd. Océ-Nederland B.V. is, met 1.317 medewerkers, verantwoordelijk voor de marketing, verkoop en service van de Océ producten en diensten voor de Nederlandse markt.

Océ Business Services

Océ Business Services is de businessgroep binnen Océ die zich richt op in-house outsourcing van documentprocessen bij klanten. Met Océ Business Services halen grotere organisaties specialistische documentexpertise in huis in combinatie met kennis en technologie die nodig zijn om documentgerelateerde informatie en processen te beheren.

⁶ Bron: Océ Business Services en de klant, 2007-2008

Océ Business Services is gespecialiseerd in veranderingstrajecten waarbij Océ organisatieonderdelen kan overnemen en ontwikkelen tot een marktconform, integraal dienstverleningsconcept. Parallel aan de realisatie van kostenbesparingen vult Océ voor u het Resource management, Klantmanagement, Leveranciermanagement, Financieel management en Verbetermanagement adequaat en concreet in.

Océ Business Services richt zich met name op grote “spelers” in het bedrijfsleven en op (semi-) overheidsorganisaties. Het hoofdkantoor van de organisatie staat in 's-Hertogenbosch, vanwaar centrale aansturing plaatsvindt van de circa 90 zogeheten ‘sites’ bij circa 60 klanten die hun document-processen aan Océ Business Services hebben uitbesteed.

Océ Business Services in Nederland is één van de toonaangevende partijen op het gebied van (in-house) outsourcing van documentdiensten. De omzet in Nederland bedroeg in 2007 € 3,1 miljard en werd gerealiseerd met ruim 500 medewerkers: Océ (80%) en gedetacheerd vanuit opdrachtgever (20%). De omzet “Business Services” wereldwijd bedroeg € 450 miljoen met circa 8.000 medewerkers op meer dan 1.250 sites.

De omzetgroei is zeer gunstig en bedraagt sinds een aantal jaren 10% tot 15%. Océ Business Services beschikt over een solide financieel fundament en is door Océ N.V. aangemerkt als de groeidivisie van de toekomst.

Outsourcing bij Océ Business Services

Océ Business Services kent de volgende waarden: De klant is altijd het uitgangspunt (customer intimacy)

- De klant eerst.
- Ondernemingszin.
- Sociale ethiek.

Missie/visie⁷: Océ Business Services wil Document Services verbeteren door: De kosten voor de klanten te reduceren en een brug te slaan tussen Facilitair Management, ICT, proceseigenaren en interne klanten.

Océ probeert in te spelen op de dagelijks wisselende gebruikerswensen, oplossingen voor acute problemen en wensen te realiseren, de opdrachtgever en eindgebruiker te ondersteunen bij complexe documenttaken inclusief het opstarten van nieuwe innovatieve trajecten op dit gebied.

In bijlage 2 zijn ondersteunende feiten over Océ te vinden.

⁷ Bron: www.oca.nl

2.2 Dienstverlening

Océ Business Services opereert hierbij onder eigen risico en verantwoordelijkheid op locatie, waar zij het personeel overnemen of detacheren. Daarnaast nemen zij de infrastructuur over van de voormalige interne afdelingen.

Océ Business Services optimaliseert de bedrijfsvoering en professionaliseert de dienstverlening.

- Vanuit de klant: heldere contracten, meedenken, ondernemingszin/bereid risico te delen;
- Gemotiveerde medewerkers: coaching, opleiding, job rotation;
- Professioneel: vakkennis, efficiënte processen, innovatie.

2.3 Waarde klant

Océ streeft naar structurele verhoging van de klantwaarde, door een continue focus op kwaliteit, marktconformiteit en uitbreiding van klantspecifieke dienstverlening, waardoor de klant kwaliteitsverbeteringen en vooraf aantoonbare kostenbesparingen kan behalen. Océ kan deze kostenbesparing aantonen door voorafgaande aan de dienstverlening een financiële begroting op te stellen in de huidige en de gewenste situatie.⁸

Focus op kwaliteit: Océ controleert constant de dienstverlening die zij levert. Zij doet dit in overleg met de klant. Aan de hand van deze bevindingen probeert Océ de dienstverlening te optimaliseren. Het leveren van een dienstverlening die voldoet aan de door de klant opgestelde specificaties staat hoog in het vaandel bij Océ. De criteria waaraan de kwaliteit van de dienst moet voldoen wordt opgenomen in de Service Level Agreements van de copyshop. Hierbij wordt er uitgegaan van de huidige kwaliteit en de gewenste kwaliteit. Zie hiervoor paragraaf 8.2.

⁸ Bron: Océ Business Services & de klant 2007-2008

Marktconformiteit: Océ volgt constant ontwikkelingen binnen de markt en speelt hier op in. Dit doen zij door ten alle tijden de concurrentie te monitoren en de prijzen van de dienstverlening van Océ aan te passen aan de marktconforme prijzen. Op deze manier zal een klant nooit duurder uit zijn bij Océ, als bij een andere aanbieder.

Klantspecifieke dienstverlening: In overleg met de klant levert Océ een dienst op maat. Deze is geheel af te stemmen op de wensen en eisen van de klant. Hierin kan Océ advies bieden aan de klant en in samenspraak tot een concept dienstverlening komen⁹.

Hierbij horen de volgende speerpunten:

- Kostenreductie en “geen zorgen”;
- Integratie IT in en digitalisering van documentprocessen;
- Procesaanpassing en ketenintegratie voor lagere kosten en nieuwe werkwijzen.

Strategische succesfactoren:

- Een voortdurende progressie in klanttevredenheid (opdrachtgever en eindgebruiker);
- Een voortdurende progressie in medewerkertevredenheid;
- Een voortdurende progressie in kennis en kunde medewerkers (opleiding, coaching, job rotation);
- Centrale rol van Operational Manager: dagelijkse aansturing van de site van de klant, exclusief voor de opdrachtgever en medewerkers, opzetten van innovatieve trajecten naar de wens van de klant. Verantwoordelijk voor:
 - Financiële performance;
 - Klanttevredenheid;
 - Medewerkertevredenheid;
- Sociaal imago: Hoge kwaliteit van sociale- en arbeidsrechtelijke intake van nieuwe klanten.

⁹ Bron: Océ Business Services & de klant 2007-2008

2.4 Océ en het ROC Mondriaan

Het ROC Mondriaan valt onder de Europese aanbesteding van de gemeente Den Haag¹⁰. Hierdoor kon het ROC Mondriaan gebruik maken van het mantelcontract dat de gemeente Den Haag met Océ afgesloten had. Het huidige contract tussen het ROC Mondriaan en Océ loopt al 3 jaar. Dit is een contract voor de levering en het onderhoud van printers binnen het ROC Mondriaan. Door dit lopende contract was de beslissing om met Océ Business Services in zee te gaan voor een nieuw op te richten copyshop snel gemaakt. Voor deze aparte dienstverlening vanuit Océ dient een apart contract opgesteld te worden. Ook dienen er voor deze aparte dienstverlening afzonderlijke Service Level Agreements opgesteld te worden.

¹⁰ Bron: Projectmap Europese aanbestedingen ten behoeve van de Mondriaan Onderwijsgroep met referentienummer 2007/S 133-163478

Hoofdstuk 3: Onderzoek

In dit hoofdstuk wordt de opbouw van het onderzoek nader uitgewerkt. De probleemstelling en subprobleemstellingen worden weergegeven, gevolgd door de opzet en uitwerking van het onderzoek dat gedaan is naar de implementatie van de copyshop.

3.1 Doel van het onderzoek

Gedurende het project van het opzetten en schrijven van een businessplan voor de copyshop van het ROC Mondriaan Laakhaven dient er onderzoek gedaan te worden naar de huidige en gewenste situatie omtrent de copyshop. Hierbij dient ook onderzocht te worden hoe de huidige situatie kan worden omgevormd tot de gewenste situatie. Verder moet het onderzoek uitwijzen wat de wensen en eisen van de klantgroepen zijn ten aanzien van de copyshop. Daarnaast moet het onderzoek een inventarisatie bevatten van druk- en printwerk dat momenteel uitbesteed wordt¹¹.

De hierbij horende probleemstelling is:

Op welke wijze dient voor het einde van het lopende schooljaar een efficiënte en effectieve copyshop opgezet en ingericht te worden op de nieuwe Mondriaan Campus, die tevens zal fungeren als leerwerkbedrijf voor de leerlingen Facilitaire dienstverlening van de Mondriaan Onderwijsgroep?

Bij deze probleemstelling horen de volgende sub-probleemstellingen:

Welke diensten dienen er aangeboden te worden in de copyshop van het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

Wat zijn hierin de wensen en eisen van de gebruikers van de copyshop. Dit dient onderzocht te worden door middel van interviews en benchmarking.

Welke investeringen dienen er gemaakt te worden voor de copyshop van het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

Een investeringsbegroting moet uitwijzen welke investeringen gedaan moeten worden voor de copyshop.

Op welke locatie in het gebouw dient de copyshop gevestigd te worden?

Het vlekkenplan en het gebouw Laakhaven dienen hiervoor onderzocht te worden.

¹¹ Bron: Dhr. Paul van Wegberg, Senior Beleidsmedewerker ROC Mondriaan

Op welke manier dienen de front- en backoffice ingedeeld te worden binnen de copyshop?

Door gebruik te maken van de informatie opgeleverd door referentiepunten kunnen hierover aanbevelingen gemaakt worden.

Op welke wijze dienen er documenten aangeleverd te worden binnen de copyshop?

Er dienen vaste procedures opgesteld te worden voor de copyshop. Onderzocht moet worden wat de meest effectieve en efficiënte procedures zijn om toe te passen.

Op welke wijze kunnen er studenten ingezet worden in de copyshop?

Door onderzoek te doen binnen de branche van de copyshop en de opleiding Facilitaire dienstverlening dient dit duidelijk te worden.

Op welke wijze dient de copyshop geïmplementeerd te worden in het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

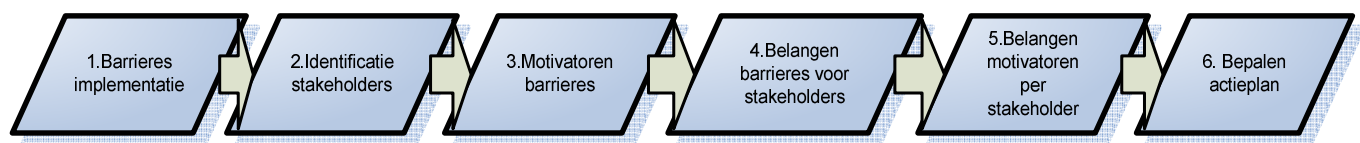
Er dient een implementatieplan te komen voor de copyshop waarin op deze sub-probleemstelling antwoord gegeven kan worden.

Op welke wijze kan er door middel van gebruik van de copyshop kosten bespaard worden binnen de organisatie van het ROC Mondriaan?

Onderzocht moet worden binnen welke onderdelen van de organisatie er een kostenbesparing kan plaatsvinden door een juiste implementatie van de copyshop.

3.2 Stakeholderanalyse

Om een goed beeld te krijgen van alle betrokken partijen bij de realisatie van de copyshop is een stakeholderanalyse opgesteld. Deze is met input zoals weergegeven in het onderstaande figuur 3.1 opgesteld.



Figuur 3.1 Stakeholderanalyse

Barrières implementatie

De volgende barrières kunnen optreden bij implementatie van de copyshop¹²:

- Een te klein oppervlakte voor de copyshop. Als de oppervlakte van de ruimte, toegewezen aan de copyshop, niet groot genoeg is, zal men slechts een beperkte copyshop kunnen realiseren;
- Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie. Als bekend is dat er slechts een beperkte afname van de diensten van de copyshop zal plaatsvinden, zal dit het bestaansrecht van de copyshop ontnemen;
- Investerings. Als er te veel (grote) investeringen gedaan moeten worden om de copyshop te realiseren, zal het College van Bestuur van het ROC Mondriaan hier niet mee akkoord gaan;
- Geen goede educatieve invulling van de copyshop. Studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening dienen op een juiste manier ondersteuning te krijgen binnen de copyshop om hun operationele activiteiten uit te voeren.

Identificatie stakeholders

Bij de realisatie van de copyshop zijn er de volgende stakeholders te identificeren:

- Het ROC Mondriaan, Dienst Middelen;
- Océ;
- Opleiding Facilitaire dienstverlening, ROC Mondriaan;
- Hoofd Facilitair Bedrijf Laakhaven, ROC Mondriaan

Motivatoren barrières

Een te klein oppervlakte voor de copyshop:

- Vlekkenplan;
- Normeringen leerwerkbedrijven;
- Toewijzing ruimtes.

Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie:

- Reputatie;
- Continuïteit;
- Respect;
- Overtuigingskracht.

¹² Bron: Mw van Luxemburg, Operational Manager Océ

Investeringsen:

- Prijsbewustzijn;
- Beheersing van de bedrijfsvoering;
- Budgettering.

Educatieve invulling copyshop:

- Reputatie;
- Onderwijs;
- Personeel.

Belangen barrières voor stakeholders:

De stakeholders hebben bij alle barrières verschillende belangen en motieven om te handelen. Deze kunnen ingedeeld worden volgens de gradaties 'belangrijkst', 'gemiddeld' en 'onbelangrijk'¹³. Bij de gradaties zijn de volgende criteria gebruikt¹⁴:

Primair proces

Welk primair proces hebben de stakeholders? Het primaire proces is de spil van de organisatie, waar andere, secundaire processen omheen hangen.

Wensen en eisen

Welke wensen en eisen hebben de stakeholders ten aanzien van de nieuwe copyshop? Op basis van wat zijn deze wensen en eisen opgesteld?

Bedrijfsvoering

Welke bedrijfsvoering hebben de stakeholders? Wat voor planning & control cyclus hebben de stakeholders?

Het ROC Mondriaan, Dienst Middelen:

Belangrijkst: Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie

Gemiddeld: Een te klein oppervlakte voor de copyshop

Onbelangrijk: Investeringsen

Océ

Belangrijkst: Een te klein oppervlakte voor de copyshop

Gemiddeld: Investeringsen

Onbelangrijk: Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie

¹³ Bron: www.12manage.nl

¹⁴ Bron: Svendsen, Ann: The Stakeholder Strategy. Berrett Koehler, ISBN-13 9781576750476

Opleiding facilitaire dienstverlening, ROC Mondriaan

Belangrijkst: Educatieve invulling copyshop

Gemiddeld: Een te klein oppervlakte voor de copyshop

Onbelangrijk: Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie

Hoofd Facilitair Bedrijf Laakhaven. ROC Mondriaan

Belangrijkst: Investerings

Gemiddeld: Een te klein oppervlakte voor de copyshop

Onbelangrijk: Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie

Belangen motivatoren per stakeholder

Per stakeholder is er ook een onderscheid te maken in de belangen die men heeft bij de motivatoren. Deze zijn weer ingedeeld in de gradaties 'belangrijkst', 'gemiddeld' en 'onbelangrijk'.

Het ROC Mondriaan, Dienst Middelen:

Belangrijkst: Beheersing van de bedrijfsvoering

Gemiddeld: Toewijzing ruimtes

Onbelangrijk: Overtuigingskracht

Océ

Belangrijkst: Budgettering

Gemiddeld: Toewijzing ruimtes

Onbelangrijk: Normeringen leerwerkbedrijven

Opleiding Facilitaire dienstverlening, ROC Mondriaan

Belangrijkst: Onderwijs

Gemiddeld: Personeel

Onbelangrijk: Reputatie

Hoofd Facilitair Bedrijf Laakhaven. ROC Mondriaan

Belangrijkst: Beheersing van de bedrijfsvoering

Gemiddeld: Budgettering

Onbelangrijk: Onderwijs

Bepalen actieplan

Het ROC Mondriaan, Dienst Middelen:

Belangrijkst: Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie

Oplossing: Door voorlichting te geven binnen de organisatie, zou men draagvlak kunnen creëren. Door de juiste personen te benaderen kan men meer inlichtingen over de toekomstige dienstverlening verschaffen.

Océ

Belangrijkst: Een te klein oppervlakte voor de copyshop

Oplossing: Voorbeelden tonen van andere copyshops en aan de hand daarvan de importantie van het vloeroppervlak aankaarten bij de organisatie. Verder kunnen er scenario's geschreven worden aan de hand van verschillende oppervlaktes van de copyshop.

Opleiding Facilitaire dienstverlening, ROC Mondriaan

Belangrijkst: Educatieve invulling copyshop

Oplossing: Er voor zorgen dat het wensen en eisenpakket van de opleiding facilitaire dienstverlening te allen tijde wordt meegenomen in de realisatie van de copyshop. Op deze manier wordt er tijdens de realisatiefase van de copyshop rekening gehouden met deze wensen en eisen en wordt er een correcte educatieve invulling gegeven aan de copyshop.

Hoofd Facilitair Bedrijf Laakhaven, ROC Mondriaan

Belangrijkst: Investerings

Oplossing: Door een duidelijke Return On Investment vast te stellen, kan men aantonen dat de investeringen die gedaan zullen worden, hun gewenste resultaat zullen brengen.

3.3 Benchmarking

Een benchmark¹⁵ is een techniek om de prestatie van verschillende systemen, apparaten of organisaties met elkaar te kunnen vergelijken. Benchmarking is een manier voor organisaties om van elkaar te leren, verantwoording af te leggen en toezicht te vergemakkelijken. De uitkomst van een benchmark is een soort maatgetal dat iets over de prestatie zegt¹⁶.

Er zijn verschillende soorten benchmarking:

Externe/competitieve benchmarking; Het vergelijken van de performance en activiteiten van de eigen organisatie met die van de concurrentie. Wordt gebruikt voor de vergelijking van producten, diensten en activiteiten. Is primair gericht op de impact hiervan op de waarde voor afnemers.

Best in class benchmarking; De beste op een bepaald deelgebied, onafhankelijk van een bepaalde tak of branche. Zo zou een organisatie uit de voedingsindustrie zich op het gebied van schoonmaak kunnen benchmarken met een ziekenhuis.

¹⁵ Bron: Maas, drs G.W.A. en Pleunis, drs J.W.: Facility Management. Tweede druk Alphen aan de Rijn, Kluwer, 2001. ISBN 90 14077947

¹⁶ Zie bijlage 3

Interne benchmarking: Het vergelijken van gelijke functies in verschillende divisies of business units binnen één onderneming. Wordt gebruikt voor de vergelijking van functies, de performance van de organisatie. Is primair gericht op efficiency- en productiviteitsverbetering.

Bij het onderzoek is er gekozen voor externe/competatieve benchmarking. Hier is voor gekozen, omdat er intern geen vergelijkbare divisies of business units zijn binnen het ROC Mondriaan. Verder zal de copyshop geen winstoogmerk hebben, waardoor vergelijking met 'best in class' niet haalbaar was. Deze organisaties kennen namelijk wel een winstoogmerk en hebben daardoor een andere organisatiestructuur.

Bij deze benchmark zijn de volgende kengetallen gebruikt:

- Opleidingsniveau doelgroep;
- Aantal studenten binnen de organisatie;
- Oppervlakte van de copyshop;
- Locatie van de copyshop;
- Aantal medewerkers in de copyshop;
- Soort medewerkers in de copyshop;
- Kosten van de medewerkers van de copyshop;
- Prijzen van de copyshop;

Deze kengetallen zijn gebruikt op basis van NEN 2748. Zie hiervoor bijlage 3. Hierna is er met de beide organisaties van de benchmark besproken wat de kritische succesfactoren zijn van de copyshop binnen hun organisatie.

Als benchmark is in het onderzoek gebruik gemaakt van twee andere copyshops, die zich binnen een soortgelijke organisatie als die van het ROC Mondriaan bevinden. Er is hierbij gekozen voor de copyshop van de Haagse Hogeschool in Den Haag en de copyshop van het Da Vinci college in Dordrecht.

Aan de hand van bevindingen gedaan bij de andere copyshops kunnen er kritische succesfactoren opgesteld worden.

Haagse Hogeschool, Den Haag

Opleidingsniveau doelgroep: HBO

Aantal studenten binnen de organisatie: 17.000

Oppervlakte van de copyshop: 150 m²

Aantal medewerkers in de copyshop: 7 Fte's

Soort medewerkers in de copyshop: 4 full-time, 6 part-time, geen studenten

Kosten van de medewerkers van de copyshop: onbekend

Prijzen van de copyshop: zie bijlage 5

Omschrijving: De copyshop van de Haagse Hogeschool werkt niet met studenten in het kader van een leerwerkbedrijf, maar met vaste krachten.

Als doelgroep hebben zij de studenten en medewerkers van de Haagse Hogeschool. Sporadisch wordt er ook een externe opdracht aangenomen. Dit gebeurt als de planning dit toelaat. De copyshop is een combinatie van repro en kopieerwerk, hetgeen voorheen gescheiden was.

Kritische succesfactoren:

- Bij de copyshop van de Haagse Hogeschool is er sprake van een onvolledige benutting van de capaciteit. Dit is te wijten aan het volume opdrachten dat de copyshop momenteel binnenhaalt vanuit de Haagse Hogeschool. Het is dus erg belangrijk om binnen de organisatie een gedwongen winkelnering voor de copyshop opstelt. Op deze manier zullen er meer opdrachten binnenkomen bij de copyshop, waardoor de capaciteit optimaal benut zal worden;
- Door een te krappe opslagruimte is er momenteel voorraad opgeslagen in de copyshop zelf. Hierdoor oogt de copyshop enigszins rommelig. Om een meer professionele uitstraling te krijgen, zou men deze voorraad in de opslagruimte kwijt moeten kunnen;
- Er is voor de copyshop van de Haagse Hogeschool geen PDC aanwezig. Hierdoor weten de klanten niet goed welke diensten zij leveren en wat voor consequenties hieraan verbonden zijn. Een groot gedeelte van de doelgroep van de copyshop Haagse Hogeschool is niet bekend met de mogelijkheden die de copyshop voor hun kan bieden.

Da Vinci college, Dordrecht¹⁷

Opleidingsniveau doelgroep: MBO

Aantal studenten binnen de organisatie: 4.000

Oppervlakte van de copyshop: 140 m²

Locatie van de copyshop: Begaande grond, gebouw Bianchi

Aantal medewerkers in de copyshop: 12

Soort medewerkers in de copyshop: Océ servicemedewerkers en studenten

Kosten van de medewerkers van de copyshop: kosten servicemedewerkers zitten verwerkt in all-inclusive pakket van Océ business services en zijn niet hiervan te distantiëren. De studenten werken kosteloos.

Prijzen van de copyshop: De copyshop heeft nog geen prijzenlijst. Momenteel zijn de diensten die zij aanbieden nog gratis. Dit proberen zij zo snel mogelijk om te zetten met een doorbelasting naar verschillende kostenplaatsen.

¹⁷ Bron: www.davinci.nl

Omschrijving: Het Da Vinci college in Dordrecht heeft een copyshop in de vorm van een leerwerkbedrijf. Binnen dit leerwerkbedrijf zijn er constant 10 studenten en 2 servicemedewerkers van Océ operationeel. De copyshop wordt gecombineerd met de postkamer. Hierdoor vervullen de studenten diverse functies en zijn de werkzaamheden erg divers. De studenten die binnen dit leerwerkbedrijf werkzaam zijn, volgen een opleiding MBO niveau 1.

Kritische succesfactoren:

- Doordat er met een groot aantal studenten wordt gewerkt, is er geen continue proces van werkzaamheden aanwezig voor hen. Hierdoor oogt het voor de klant alsof de studenten niets te doen hebben. Dit komt de professionele uitstraling van de copyshop niet ten goede;
- De capaciteit van de copyshop wordt niet optimaal benut. Dit zou geoptimaliseerd kunnen worden door meer opdrachten binnen te halen binnen het Da Vinci College. Momenteel doet men weinig aan promotie van de copyshop binnen het Da Vinci College;
- De copyshop van het Da Vinci College heeft geen prijslijst en voor levering van diensten wordt er momenteel niet betaald. Hierdoor lopen de kosten van de copyshop te hoog op, omdat de dienstverlening niet wordt terugbetaald, door middel van facturering;
- De copyshop van het Da Vinci heeft nog geen PDC. Hierdoor weten de meeste studenten van het Da Vinci niet dat zij met hun printopdrachten bij de copyshop terecht kunnen.

3.4 Interviews

Het begin van het empirisch onderzoek lag bij het onderzoeken van de organisatie. Hierbij ging het om een indruk te krijgen van de huidige gang van zaken binnen de organisatie. De methode om hier meer informatie over te verkrijgen was gebruik maken van individuele interviews. Het doel van deze individuele interviews was om informatie te verzamelen over de volgende zaken:

- De huidige gang van zaken omtrent kopieer- en drukwerk;
- De wensen en eisen van de klant ten aanzien van de nieuwe copyshop;
- Een globale inventarisatie van de uitbesteding van kopieer- en drukwerk bij de diverse domeinen.

De interviews zijn gehouden met de decentrale facility managers van de diverse domeinen. Deze personen hebben namelijk per domein het beste inzicht in de gang van zaken omtrent print- en kopieerwerk. Met de informatie die gegenereerd wordt vanuit de interviews kan er een huidige en gewenste toekomstige situatie geschetst worden. Deze kunnen gedefinieerd worden als de *soll* en de *ist* situatie.

Hoofdstuk 4: Gewenste situatie

In dit hoofdstuk zal de doelstelling van het project, de implementatie van een copyshop in het gebouw Laakhaven, uitgewerkt worden. Dit zal gedaan worden aan de hand van de soll en de ist situatie.

4.1 Soll/ist

In het onderzoek is het belangrijk om vast te stellen wat de huidige situatie is en de gewenste situatie. Dit kan gedaan worden door een soll en een ist situatie vast te stellen. De ist situatie geeft de huidige situatie weer, met daarbij alle factoren die op dat moment op de situatie van toepassing zijn. Vanuit die ist situatie kan men opmaken naar welke situatie men toe wil. De gewenste situatie wordt als de soll situatie beschouwd. De soll situatie is dus de situatie waar naartoe gewerkt dient te worden en wordt als gewenste uitkomst van het project gezien.

Door middel van het onderzoek binnen de organisatie kan men de volgende situaties vaststellen.

Soll: Momenteel is er geen dienst aanwezig binnen het ROC Mondriaan die vergelijkbaar is met de diensten van een copyshop. Men maakt veelvuldig gebruik van de multifunctionals¹⁸. Hierdoor raken deze overbelast en kan men de beschikbaarheid van deze machines voor andere gebruikers niet continue garanderen. Verder worden er erg veel opdrachten uitbesteed bij de firma Sieca en de firma Lifoka. Globaal wordt hier voor € 500.000 aan print- en drukwerk uitbesteedt.¹⁹ Een specifiekere berekening van deze kosten wordt bemoeilijkt door het apart opereren van de verschillende domeinen onder de verschillende budgethouders. Een inventarisatie van meest voorkomende opdrachten op het gebied van print-/kopieerwerk dat in de huidige situatie uitbesteed wordt is te vinden in bijlage 12. Bij de inventarisatie is rekening gehouden met het verschil tussen print-/kopieer- en reprowerk. Reprowerk is van meer professionele aard en niet van toepassing op dit onderzoek. De inventarisatie is daarom gebaseerd op print – en kopieeropdrachten.

Ist: De gewenste situatie is een situatie waarin er efficiency en kostenbesparing optreedt door optimale benutting van de diensten van de copyshop in het gebouw Laakhaven. Hierdoor zullen de multifunctionals, die over de diverse afdelingen verdeeld zijn, minder belast raken en daardoor het gebruikersgemak toenemen.

¹⁸ Multifunctionele kopieer/printmachines

¹⁹ Bron: Afdeling Financiële administratie ROC Mondriaan

Hiernaast zullen opdrachten die in het verleden uitbesteedt werden op het gebied van print en kopieerwerk, verzorgd worden door de copyshop.

Door de aanwezigheid van een copyshop dient het gebruikersgemak van het gebouw vergroot te worden. De gebruikers van het gebouw hebben namelijk meer diensten tot hun beschikking dan voorheen het geval was.

Na de implementatie van de copyshop, dient er in de nazorgfase de ist situatie getoetst te worden aan de soll situatie die vooraf opgesteld was.

4.2 Wensen en eisen

Om de wensen en eisen van de klant/gebruiker ten aanzien van de copyshop vast te stellen spelen de volgende factoren een rol:

- Inventarisatie uitbesteding print-/kopieeropdrachten;
- Informatie gegenereerd vanuit individuele interviews²⁰;
- Benchmarking vergelijkbare copyshops.

Vanuit deze factoren zijn de volgende wensen en eisen vast te stellen:

Diensten: De volgende diensten dienen aangeboden te worden:

- Het inbinden van documenten op A4-formaat;
- Het nieten van documenten;
- Het snijden van documenten;
- Het lamineren van documenten;
- Het vouwen van documenten;
- Het boren van gaten voor ringmappen.

Flexibiliteit: De copyshop dient zich erg flexibel op te stellen. Op deze manier kan men beter insprijgen op de wens van de klanten door middel van betere afhandeling van ad hoc opdrachten. Door zich flexibel op te stellen zal de doorlooptijd van opdrachten, indien noodzakelijk, verkleind worden.

Gradaties: Bij het aanleveren van opdrachten bij de copyshop dient er met verschillende gradaties gewerkt te worden. Hierbij kan het volume van de opdrachten als stramien genomen worden. Hierdoor weet de klant/gebruiker vooraf waar hij aan toe is bij het gebruikmaken van die diensten van de copyshop.

Overzicht: Voor de klant moet duidelijk zijn wat voor diensten er precies aangeboden worden en op welke manier die diensten aangeboden worden. Alle processen dienen dus helder te zijn voor de afnemers van de diensten. Hierdoor zullen zij eerder gebruik maken van de diensten.

²⁰ Zie bijlage 8

Er dient dus op een duidelijke manier gecommuniceerd te worden over de copyshop met de klant/gebruiker.

Arbo²¹: De studenten die aan de slag gaan in het leerwerkbedrijf moeten dit doen op een goede werkvloer, die voldoet aan de daarvoor gestelde Arbo-eisen. Hierdoor wordt de veiligheid van de student gewaarborgd, waardoor het leerproces binnen het leerwerkbedrijf bevorderd wordt.

²¹ Zie bijlage 9

Hoofdstuk 5 Marketingmix

In dit hoofdstuk zal de marketingmix uitgewerkt worden voor de copyshop. Hierbij is er gebruik gemaakt van de vier p's; product, prijs, plaats en promotie. Het onderdeel personeel is separaat, in hoofdstuk 6 uitgewerkt.

5.1 Product

Het concept dat gehanteerd wordt bij de oprichting van de copyshop is gebaseerd op de ISO-9001 norm²², die eisen stelt aan het kwaliteitssysteem van een organisatie en de manier waarop de organisatie met het kwaliteitsbeleid om gaat. Zo moet bijvoorbeeld het kwaliteitsbeleid op papier staan en moet het gecommuniceerd worden naar alle medewerkers. De organisatie moet zorgen voor klantentevredenheid door te voldoen aan de eisen van de klanten en aan de van toepassing zijnde wettelijke voorschriften. Daarnaast moeten de bedrijfsprocessen vastgelegd worden in een kwaliteitshandboek en moet daadwerkelijk volgens deze processen gewerkt worden.

Océ is ISO-9001 gecertificeerd²³ en voldoet dus aan de eisen om de copyshop invulling te geven.

Aan de hand van het onderzoek dat is gedaan naar de uitbesteding van print-/kopieerwerk en de wensen en eisen die opgesteld zijn kan men vaststellen welke diensten men precies wil aanbieden in de copyshop. Dit zijn globaal gezien de volgende diensten:

- Het inbinden van documenten op A4-formaat;
- Het nieten van documenten;
- Het snijden van documenten;
- Het lamineren van documenten;
- Het vouwen van documenten;
- Het boren van gaten voor ringmappen.

Deze diensten zijn gespecificeerd verwerkt in een producten- en dienstenlijst. Zie hiervoor bijlage 13.

²² zie bijlage 10

²³ Bron: www.oce.nl

5.2 Prijs

De copyshop zal geen winstoogmerk hebben. Daardoor zal er geen winstopslag op de dienstverleningsprijzen komen.

In overleg met Océ, die de kennis bezit over marktconforme prijzen binnen de branche (zie hoofdstuk 2), en de uitkomsten van het benchmarkonderzoek²⁴ kan men een prijslijst opstellen voor de producten en diensten die de copyshop gaat leveren. Dit is erg belangrijk om er voor te zorgen dat de juiste prijzen worden doorberekend naar de diverse kostenplaatsen.

In principe zullen de prijzen van de copyshop op een lager niveau liggen dan dat van een commerciële aanbieder. Hierdoor zal men binnen de organisatie van het ROC Mondriaan kostenbesparing kunnen realiseren door opdrachten die in de huidige situatie uitbesteedt worden, binnen de copyshop van het gebouw Laakhaven te plaatsen.

5.3 Plaats

In het gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan zijn de leerwerkbedrijven gevestigd op de begane grond²⁵. Op deze manier zijn deze leerwerkbedrijven makkelijk toegankelijk voor de studenten en klanten. De drempel om gebruik te maken van één van deze leerwerkbedrijven wordt hierdoor ook verlaagd.

De copyshop is gevestigd in het gebouw van het Mondriaan ROC aan het Leeghwaterplein in Den Haag, in het gebied nieuw Laakhaven. Binnen een straal van 2 km van deze locatie zitten de volgende andere aanbieders van print-/kopieerdiensten:

Happy copy

Locatie: Rijswijkseweg 308-310, 2516 ER, Den Haag

Beschrijving: Dit is een commerciële aanbieder van professioneel drukwerk. Opgericht in 1997, zij zijn gespecialiseerd in divers print- en drukwerk op maat. De opdrachten die hier worden aangeleverd hebben over het algemeen een volume van meer dan 10.000 oplagen. Sporadisch komen hier studenten van de Haagse Hogeschool voor schoolopdrachten.

²⁴ Zie bijlage 3

²⁵ Zie bijlage 15

Copyshop Haagse Hogeschool

Locatie Johanna Westerdijkplein 75, 2521 EN, Den Haag

Beschrijving: Dit is een copyshop zonder winstoogmerk, voor studenten en medewerkers van de Haagse Hogeschool. Heeft de capaciteit aanwezig om bulkproductie²⁶ te draaien. Het personeel is all-round en vervult basis printwerkzaamheden voor de klant.

Voor een plattegrond met de ligging van de 3 copyshops, zie bijlage 14.

5.4 Promotie

Het ROC Mondriaan heeft met de Gemeente Den Haag de afspraak dat er buiten de gebouwen geen reclame gemaakt mag worden voor de leerwerkbedrijven²⁷. Dit om oneerlijke concurrentie tegen commerciële aanbieders van diensten tegen te gaan. Deze afspraak met de gemeente is gemaakt, omdat het gebouw Laakhaven binnen een winkelgebied valt. Winkelcentrum Megastores zit naast het gebouw Laakhaven gevestigd en men wil oneerlijke concurrentie tegen dit winkelcentrum tegengaan. Het ROC Mondriaan mag dus wel reclame maken binnen het eigen gebouw, maar daarbuiten niet. Wel is het toegestaan om externe klanten de dienstverlening aan te bieden.

²⁶ Bulkproductie: Oplages van meer dan 10.000

²⁷ Bron: Projectmap Europese aanbestedingen ten behoeve van de Mondriaan Onderwijsgroep met referentienummer 2007/S 133-163478

Hoofdstuk 6: Personeel

In dit hoofdstuk is de P van Personeel van de marketingmix van hoofdstuk 5 uitgewerkt. Dit is het belangrijkste onderdeel van de marketingmix voor de copyshop. De studenten en de medewerker van Océ zijn hier apart uitgewerkt.

6.1 Kernwaarden

Binnen de copyshop zal er gehandeld worden aan de hand van een aantal vooraf opgestelde kernwaarden. Aan de hand van deze kernwaarden wordt het juiste concept binnen de copyshop opgezet, dat perfect aansluit op de wensen en eisen die gesteld worden vanuit de organisatie waarbinnen geopereerd wordt. Dit zijn de volgende kernwaarden²⁸:

Een continue bezetting tijdens openingstijden

Om het primaire proces, het verstrekken van onderwijs optimaal te ondersteunen, zijn er openingstijden nodig die afgestemd zijn op dit proces. Hierdoor kunnen de studenten en medewerkers van het ROC Mondriaan optimaal gebruik maken van de diensten van de copyshop als ondersteuning voor het onderwijs dat zij volgen of geven. Océ zal ten aanzien van continue bezetting een vaste servicemedewerker plaatsen in de copyshop, hetgeen normaal gesproken toereikend is voor het werkaanbod. Daarnaast biedt Océ een netwerk van sites waar binnen personeel kan worden uitgewisseld. In het kader van vertrouwelijkheid zal Océ met vast back-up personeel gaan werken voor de copyshop.

Competentiebekwame personele bezetting

Met betrekking tot het personeel van de copyshop zijn er de volgende competenties opgesteld:

Klantgerichtheid:

Herkent behoeften en belangen van de klant en houdt hiermee in het handelen rekening. Gedragsbeschrijvingen:

- Herkent behoeften en belangen van de (interne of externe) klanten;
- Houdt in het handelen rekening met de behoeften en belangen van de klant;
- Toont respect voor de wensen van de klant en doet moeite om behoeften en belangen van de klant te onderzoeken;
- Komt met voorstellen waarin nadrukkelijk rekening is gehouden met de belangen van de klant.

²⁸ Bron: Kwalificatiedossier Facilitair Medewerker 2006-2007 cv 3.0

Stressbestendigheid:

Effectief blijven presteren onder tijdsdruk, bij complicaties, tegenslag, teleurstelling of tegenspel. Gedragsbeschrijvingen:

- Blijft onder tijdsdruk gelijkmatig presteren;
- Blijft effectief presteren, ook als het tegenzit;
- Laat zich niet uit het lood slaan.

Beheersing operaties:

Op effectieve wijze, binnen gegeven doelen, prioriteiten bepalen. Benodigde acties, tijd en middelen aangeven om deze doelen te kunnen bereiken en het (doen) bewaken van de voortgang. Gedragsbeschrijvingen:

- Stelt prioriteiten in voorgenomen activiteiten;
- Deelt tijd, mensen en middelen toe aan voorgenomen activiteiten;
- Bewaakt de voortgang in activiteiten door regelmatig tussentijds te (laten) controleren, stuurt zo nodig bij.

Flexibel gedrag:

Indien zich problemen of kansen voordoen de eigen gedragsstijl veranderen teneinde een gesteld doel te bereiken. Gedragsbeschrijvingen:

- Verandert in geval van kansen of problemen de eigen gedragsstijl om gesteld doel te bereiken;
- Schakelt bij weerstand over op een aanpak die wél tot het gestelde doel leidt;
- Bewandelt zo nodig andere wegen om het doel te bereiken;
- Weet, al naar gelang de situatie, variatie in de eigen gedragsstijl aan te brengen.

Met betrekking tot de competenties van het personeel zorgt Océ voor medewerkers die aan het gestelde profiel voldoen. De dienstverlening zal geleid worden door een Operational Manager die fungeert als spil tussen het ROC Mondriaan, de medewerkers en de eigen interne organisatie, waardoor hij/zij uitstekend inzicht heeft in de specifieke klantwensen en hierdoor in staat is om de competenties optimaal hierop af te stemmen.

Flexibiliteit

Ondanks SLA's en dienstbeschrijvingen is het van belang dat de dienstverlener voldoende flexibel is om ook in noodsituaties de klant van dienst te zijn.

Hierbij kan gedacht worden aan extra bezetting in piektijden of openstelling buiten de normale tijden. Het beheersen van de competentie 'flexibel gedrag' wordt hierdoor erg belangrijk binnen de copyshop. Op deze manier wordt de dienstverlening zo veel mogelijk aangepast aan de klant, om op de juiste manier in te springen op de wensen en eisen die door die klant gesteld worden.

Gebruiksgemak

Bij succesvolle dienstverlening is er sprake van gebruiksgemak van de dienstverlening. Gebruiksgemak wordt bewerkstelligd door simpele bestelformulieren (die desgewenst met hulp van een copyshopmedewerker kunnen worden ingevuld) en heldere procedures. Deze worden dan ook in samenspraak met Océ vormgegeven.

Door het vergroten van het gebruiksgemak van het afnemen van diensten van de copyshop zal de drempel verlaagd worden voor de klanten om gebruik te maken van de diensten.

6.2 Océ servicemedewerker

Vanuit Océ Business Services zal er in de copyshop een vaste medewerker gepositioneerd worden. Deze medewerker zal de volgende werkzaamheden en taken krijgen:

- Het begeleiden van de studenten FD;
- Het verlenen van eerstelijns servicediensten;
- Fungeren als aanspreekpunt voor klanten;
- Het controleren van werkzaamheden.

Begeleiding studenten

Met de servicemedewerker van Océ is de benodigde kennis omtrent de bedrijfsprocessen binnen de copyshop reeds in huis. Hierin zal hij een ondersteunende en begeleidende rol gaan krijgen ten aanzien van de studenten Facilitaire dienstverlening. Hij begeleidt en ondersteunt de studenten binnen de copyshop op een educatieve methode bij de operationele werkzaamheden.

Eerstelijns servicediensten

Binnen het gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan zal de servicemedewerker van Océ in de copyshop als eerstelijns servicemonteur opereren voor het aanwezige print- en kopieermachinepark binnen het gebouw Laakhaven. Dit wil zeggen dat deze servicemedewerker storingen aan de multifunctionals binnen het gebouw zal verhelpen indien die niet door medewerkers van Mondriaan zelf opgelost kunnen worden. Hiervoor kunnen medewerkers van Mondriaan een email sturen over een storing naar een daarvoor op te richten emailadres. De servicemedewerker krijgt deze email vervolgens in de copyshop binnen.

Aanspreekpunt

De servicemedewerker dient vanwege zijn expertise en kennis op het gebied van de copyshop altijd te fungeren als aanspreekpunt voor de klanten. De servicemedewerker is ook getraind in het omgaan met klanten en kan daarom optimaal inspringen op de wensen en eisen van die klanten. Op deze manier worden de klanten optimaal geholpen.

Controle

Door binnen de copyshop te allen tijde controle uit te voeren op de operationele activiteiten worden ongeldige bewerkingen in werkprocessen tijdig opgemerkt. Hiermee wordt voorkomen dat er producten afgeleverd worden aan de klant die niet aan de vooraf gewenste specificaties voldoen. Tevens kan een student gewezen worden op verbeterpunten, waardoor zijn operationele werkzaamheden beter zullen verlopen.

6.3 Studenten FD

Studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening (FD), volgen een opleiding om uiteindelijk in de facilitaire dienstverlening aan het werk te gaan. Hierbij is het erg belangrijk dat de studenten inzicht krijgen binnen het werkveld van de facilitaire dienstverlening. Om dit inzicht te krijgen lopen zij stage bij zogehete leerwerkbedrijven. Binnen een leerwerkbedrijf wordt de student de mogelijkheid geboden om opleidingsgerelateerde werkzaamheden uit te voeren.

Binnen de copyshop zullen de studenten FD operationele print en kopieerwerkzaamheden uitvoeren. Bij deze werkzaamheden wordt de student de kans geboden om aan zijn competenties te werken en hierbij de competenties die zijn opgesteld voor het personeel van de copyshop.

Samenvattend wordt de klant van zijn/haar zorg verlost met een minimale inspanning en optimaal gebruiksgemak door de medewerkers achter de balie.

Het deelnemen door de student aan het leerwerkbedrijf zal als een stage beschouwd worden door de onderwijscommissie van de opleiding Facilitaire dienstverlening, dat valt onder het domein Zakelijke Dienstverlening.

Binnen deze stage zal het volgende leerdoel centraal staan:

‘Het verkrijgen van inzicht en ervaring binnen het facilitaire werkveld’.

De stage van de studenten zou minimaal 4 weken duren, waarbij er 40 uur in de week actief gewerkt wordt binnen de copyshop. Aan het begin van de stageperiode zullen ze 3 inwerkdagen ondergaan, waarbij alle facetten van de copyshop verduidelijkt worden aan de student. Hierna kan de student zelf aan de slag binnen de copyshop.

Aan het einde van de stageperiode zullen de studenten een examen afleggen binnen de copyshop, waarbij hun vaardigheden binnen diverse aspecten van de copyshop getest zullen worden. Deze vaardigheidstest zal afgenomen worden door de servicemedewerker van Océ die binnen de copyshop actief is. Hierin zal hij bijgestaan worden door een docent van de opleiding facilitaire dienstverlening. Indien de student voldoet aan de vaardigheidstest, zal hij zijn punten voor zijn stage behaald hebben.

Indien de student niet aan de vaardigheidstest kan voldoen, zal hij in een later stadium, in overleg met de begeleiding, een herkansing krijgen.

Vanuit de opleiding Facilitaire dienstverlening wordt er verwacht dat de studenten goed voorbereid worden op hun stage binnen de copyshop. Hun stage zal dan ook behandeld worden in het onderdeel praktijk van het onderwijspakket van de studenten.

Hoofdstuk 7 Klant

In dit hoofdstuk wordt de klant van de copyshop uitgewerkt. Hierbij zijn er klantprofielen opgesteld. Dit is voor de interne en de externe klant gedaan.

7.1 Klant

Voor de copyshop moet het duidelijk zijn wat de doelgroep is. Vanuit het perspectief van de doelgroep dient men de copyshop in te richten. Op deze manier zal de doelgroep het beste bereikt worden omdat er rekening wordt gehouden met de wensen en eisen van de doelgroep.

7.1.1 Profiel interne klant

De interne klanten van de copyshop zijn de medewerkers en studenten van het ROC Mondriaan gebouw Laakhaven. Dit zullen 3000 studenten en 600 medewerkers zijn. Bij de interne klant wordt er ook duidelijk onderscheid gemaakt tussen de studenten en de medewerkers. Het voornaamste verschil tussen deze twee groepen is dat het printwerk van de medewerkers wordt doorbelast naar de afdeling waar zij toe behoren en dat de studenten zelf direct betalen voor hun printwerk.

Medewerkers²⁹:

Aantal: 600

Gemiddelde leeftijd: 44 jaar

Opleidingsniveau: van MBO tot WO

Gemiddeld opleidingsniveau: HBO

Printopdrachten: Beleidsstukken, syllabi, lesstof en toetsen.

Studenten³⁰:

Aantal: 3000

Gemiddelde leeftijd: 18 jaar

Opleidingsniveau: MBO niveau 1 t/m 4

Gemiddeld opleidingsniveau: MBO niveau 2

Printopdrachten: Voornamelijk opdrachten in het kader van hun studie. Hierbij valt te denken aan werkstukken, aantekeningen en lesstof.

²⁹ Bron: afdeling HRM ROC Mondriaan

³⁰ Bron: Servicedesk ROC Mondriaan

7.1.2 Profiel externe klant

De copyshop zal een dusdanige productiecapaciteit kennen dat er de mogelijkheid is om opdrachten van externe partijen aan te nemen. Hierdoor wordt de kans op een continu bedrijfsproces aanzienlijk vergroot. Deze externe klanten zijn andere bedrijven en organisaties waarmee het ROC Mondriaan relaties onderhoudt. Deze organisaties zouden periodiek en ad hoc opdrachten kunnen aanleveren bij de copyshop van het ROC Mondriaan op het moment dat zij zelf niet in staat zijn om die opdracht te verwerken. Het soort printwerk dat zij aanleveren is voornamelijk bulkopdrachten.

Hoofdstuk 8: Conclusies onderzoek

Aan de hand van de uitkomsten van het uitgevoerde onderzoek dat in de vorige hoofdstukken besproken is, zijn er conclusies opgesteld en uitgewerkt in dit hoofdstuk.

8.1 Conclusie

Na afronding van het onderzoek kan antwoord worden gegeven op de vooraf opgestelde probleem -en subprobleemstellingen.

Probleemstelling:

Op welke wijze dient voor het einde van het lopende schooljaar een efficiënte en effectieve copyshop opgezet en ingericht te worden op de nieuwe Mondriaan Campus, die tevens zal fungeren als leerwerkbedrijf voor de leerlingen Facilitaire dienstverlening van de Mondriaan Onderwijsgroep?

Subprobleemstellingen:

Welke diensten dienen er aangeboden te worden in de copyshop van het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

Hierbij is er onderzoek gedaan naar de wensen en eisen van de klant door middel van interviews met toekomstige gebruikers van de copyshop. Vanuit die interviews is er een inventarisatie gemaakt van de wensen en eisen van de klant en uiteindelijk uitgezet in een wensen en eisen pakket van de klant. Zie hiervoor paragraaf 3.4.2.

Conclusie: Binnen de copyshop Laakhaven dient men een standaard dienstenpakket aan te bieden dat gericht is op printwerk³¹. Reprowerk zal men niet moeten aanbieden, gezien de gelimiteerde vraag hiernaar binnen de organisatie. Dit is naar voren gekomen uit de interviews en de inventarisatie van de wensen en eisen ten aanzien van de copyshop die daar aan samenhangt.

Welke investeringen dienen er gemaakt te worden voor de copyshop van het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

Hierbij is er onderzoek gedaan naar de inventaris die de copyshop nodig heeft. Vanuit de wensen en eisen van de klant is er onderzocht welke machines hiervoor nodig zijn en het meubilair dat hieraan verbonden is. Daarnaast is er gekeken naar de diverse opties om deze inventaris te verkrijgen; namelijk huren, kopen of leasen.

³¹ Zie paragraaf 5.1

Conclusie: Aan de hand van de wensen en eisen die opgesteld zijn worden er diensten verleend. Voor deze diensten zijn er machines nodig. De firma Océ zal deze inventaris voor de copyshop leveren zonder dat hier investeringen voor gedaan moeten worden. De kosten van de inventaris zal de firma Océ namelijk doorbelasten in de diensten die de copyshop zal leveren. Hierbij wordt er een all-inclusive contract met de firma Océ aangegaan, waarbij de inventaris geleasd wordt.

Op welke locatie in het gebouw dient de copyshop gevestigd te worden?

Hierbij is er onderzocht welke ruimtes er binnen het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan er gereserveerd waren voor de leerwerkbedrijven. Dit is de ruimte op de begaande grond aan de rechterflank van het gebouw³². De gebouwmanager van het gebouw Laakhaven heeft hierin de plaatsen van de leerwerkbedrijven ingedeeld. Hierin heeft de copyshop een plek gekregen naast het leerwerkbedrijf van de opleiding Handel en Commercie, waar kantoorartikelen verkocht zullen worden.

Conclusie: De copyshop zal gevestigd worden op de begane grond van het gebouw Laakhaven. Hierbij is de copyshop in het vlekkenplan meegenomen voor de ruimte waarin alle leerwerkbedrijven geplaatst worden³³. Deze locatie is makkelijk te bereiken door een interne en externe toegang. De copyshop zit gevestigd bij de ingang van de ruimte voor leerwerkbedrijven en heeft hiermee een goede positionering naar de klant toe. Hiertoe is besloten door de nabijheid van het leerwerkbedrijf waar kantoorartikelen verkocht zullen worden. Dit leerwerkbedrijf en de copyshop hebben een aansluitende dienstverlening, waardoor het wenselijk is dat deze in de nabijheid van elkaar geplaatst zijn.

Op welke manier dienen de front- en backoffice ingedeeld te worden binnen de copyshop?

In het onderzoek is er gekeken naar de mogelijke gevolgen van een front- en backoffice die bij elkaar gevestigd zitten. Hierbij is er gekeken naar technologische en functionele aspecten. Hierbij valt te denken aan geluidsoverlast of luchtbehandeling.

Conclusie: Er dient een duidelijke balie gepositioneerd te zijn, waarbij de klant zich meldt. Deze balie zal als frontoffice fungeren. Hierachter kan een scheidingsmuur geplaatst worden, waarachter de back office zich kan vestigen. Op deze manier wordt eventuele overlast voor de balie vermeden. De geluidsoverlast van de machines van de copyshop ten aanzien van de frontoffice zijn minimaal, door de nieuwe stille techniek die geïmplementeerd is bij deze apparaten.³⁴

³² Zie bijlage 14

³³ Bron: Vlekkenplan ROC Mondriaan Campus Laakhaven v4.2

³⁴ Bron: Mw M. Bosmans, Océ Business Services

Op welke wijze dienen er documenten aangeleverd te worden binnen de copyshop?

Er onderzoek gedaan naar de aanlevering van documenten in de organisaties van de benchmark. Hierbij is er gekeken naar de diverse aanlevermethodes en het gebruiksgemak van de klant hierbij.

Conclusie: Documenten dienen bij voorkeur digitaal aangeleverd te worden. Op deze manier is er geen verlies in kwaliteit of opmaak van de documenten. Deze kunnen digitaal verstuurd worden naar de machines binnen de copyshop. Op deze manier wordt het bedrijfsproces verkort en vereenvoudigd. Verder wordt het gebruiksgemak van de diensten van de copyshop voor de klant vergroot.

Op welke wijze kunnen er studenten ingezet worden in de copyshop?

In het onderzoek is er gekeken naar de soort activiteiten die binnen de copyshop plaats zullen vinden. Hierbij is gekeken naar de moeilijkheidsgraad van deze activiteiten en het opleidingsniveau van de student.

Conclusie: Studenten kunnen ingezet worden om operationele werkzaamheden binnen de copyshop te vervullen. Verder zal de student als aanspreekpunt voor de klant bij de frontoffice kunnen fungeren. Dit is in het kader van het opdoen van praktijkervaring binnen het facilitaire werkveld. Hierbij zullen ze begeleiding treffen van de aanwezige Océ servicemedewerker en docenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening.

Op welke wijze dient de copyshop geïmplementeerd te worden in het nieuwe gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan?

Er is hiervoor onderzoek gedaan bij de organisaties van het benchmarkonderzoek. Er is gekeken naar de implementatie van die copyshops en welke knelpunten daarbij naar voren kwamen.

Conclusie: De copyshop dient gefaseerd geïmplementeerd te worden. Hierbij dienen de volgende fases onderscheiden te worden:

Fase 1: Ontwerp

Januari 2008 t/m maart 2008: De inrichting van de copyshop vaststellen.

Fase 2: Voorbereiding

April 2008 t/m juni 2008: De inrichting van de copyshop bestellen.

Fase 3: Realisatie

Juli 2008: De copyshop operationeel met bemanning door servicemedewerker Océ.

Fase 4: Nazorg:

Augustus 2008: Eventuele knelpunten oplossen, waarna de copyshop als leerwerkbedrijf in gebruik genomen kan worden.

Op deze manier wordt de copyshop op een geleidelijke manier geïmplementeerd, waarbij eventuele kinderziekten binnen de copyshop opgelost kunnen worden, voordat de copyshop als leerwerkbedrijf zal fungeren voor studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening.

Op welke wijze kan er door middel van gebruik van de copyshop kosten bespaard worden binnen de organisatie van het ROC Mondriaan?

Er is hiervoor onderzoek gedaan naar print- en drukwerk dat in de huidige situatie uitbesteed wordt. Er is vastgesteld welke diensten er in de gewenste situatie binnen de eigen copyshop uitgevoerd kunnen worden.

Conclusie: Door opdrachten die voorheen werden uitbesteed bij commerciële print- en drukwerkfirma's naar te leggen binnen de copyshop kan men een kostenslag maken. Doordat de copyshop geen winstoogmerk kent, kan men lagere prijzen doorvoeren ten aanzien van commerciële aanbieders van dezelfde diensten.

8.2 SLA's

Binnen de dienstverlening die Océ Business Services zal leveren aan het ROC Mondriaan zullen Service Level Agreements (SLA's) de ruggengraat vormen. Daarin zal namelijk vastgelegd worden welk prestatie- en serviceniveau Océ zal leveren. De SLA's zullen fungeren als instrument waarmee het ROC Mondriaan in staat zal zijn om de kwaliteit van de dienstverlening te beheersen. Het invoeren, opstellen en onderhouden van SLA's vergt een dynamische samenwerking tussen ROC Mondriaan en Océ. Het schept niet alleen de kaders voor de dienstverlening, maar draagt tevens zorg voor een gemeenschappelijk referentiekader. Hierdoor ontstaat een duidelijke werkverhouding tussen ROC Mondriaan en Océ en kan Océ tot een optimale afstemming komen op de klantbehoefte.

Over de SLA's dient periodiek gerapporteerd te worden zodat ROC Mondriaan een goed inzicht krijgt in de geleverde prestaties. In bijlage 5 is een concept van een SLA tussen het ROC Mondriaan en Océ te zien.

8.2.1 Kwaliteitscontrole

Océ dient de volgende wijze de kwaliteitscontrole organiseren:

Kwaliteitshandboek

Binnen zes maanden na aanvang van de dienstverlening zal een kwaliteitshandboek worden samengesteld dat aansluit bij de dienstverlening die wordt uitgevoerd voor het ROC Mondriaan. Het kwaliteitshandboek dient geformuleerd en nageleefd te worden conform NEN-ISO 9001. Alle medewerkers van Océ, werkzaam voor het ROC Mondriaan, verbinden zich tot toepassing en het onderhoud van het kwaliteitssysteem van het ROC Mondriaan, teneinde te waarborgen dat alle geleverde producten en diensten aan de gestelde eisen blijven voldoen.

Dit kwaliteitshandboek gaat onder meer in op:

- Taakverdeling, bevoegdheden, verantwoordelijkheden en back-up;
- Beschrijving van kern en ondersteunende processen met bijbehorende procedures.

Met regelmaat zullen er interne en externe audits plaatsvinden, waarbij er controle plaatsvindt op de naleving en de mate van actualiteit van het kwaliteitshandboek. Deze audits dienen door Océ verzorgd te worden.

Het proces van opdrachtverwerking biedt aanknopingspunten voor kwaliteitsrapportage. Voor iedere opdracht die door een opdrachtgever wordt aangeleverd moet een opdrachtbon worden ingevuld. Dit kan zowel door de opdrachtgever zelf als, door diegene die de opdracht in behandeling neemt, gebeuren. Vervolgens wordt de opdracht geregistreerd. De volgende items worden geregistreerd: bonnummer, volume, afwerkingsvorm, datum van ontvangst en gewenste levertijd. Na uitvoering van de gespecificeerde werkzaamheden wordt de uitgifte datum geregistreerd en tevens vermeld op de opdrachtbon. Vervolgens wordt de opdracht uitgeleverd met een kopie van de uiteindelijke opdrachtbon. Deze wijze van registratie biedt transparantie in de naleving van SLA's.

Indien het ROC Mondriaan een klachtregistratie of een order opdrachtsysteem (bijvoorbeeld Planon) hanteert kan dit een derde middel zijn voor rapportage omtrent naleving SLA's.

8.2.2 Meten van de SLA

De tevredenheid van de klanten met de SLA's dient gemeten te worden via een klanttevredenheids-onderzoek. Dit gebeurt bijvoorbeeld middels een digitale online enquête. Resultaten van het onderzoek worden in het tactisch overleg besproken tussen het ROC Mondriaan en Océ, waar tevens een eventueel verbeterplan wordt afgestemd.

Op verzoek van het ROC Mondriaan kan daarnaast door Océ een steekproefsgewijze meting van kwaliteit en levertijden worden uitgevoerd.

8.3 Managementrapportage

In overleg tussen het ROC Mondriaan en Océ zal er door Océ een managementrapportage opgeleverd moeten worden. Deze managementrapportage moet specifieke informatie leveren naar de wensen en eisen van het ROC Mondriaan.

Verbruik en facturatie van diensten

Binnen de dienstverlening wordt gebruik gemaakt van een uitgebreid systeem rondom de registratie en facturatie van de geleverde diensten. Het systeem is zeer flexibel, wat inhoudt dat het ROC Mondriaan zelf kan bepalen wat wel en niet relevant is voor haar specifieke situatie en hoe ze de doorbelasting inricht. Zo kunnen er producten en diensten worden gedefinieerd en kan er een lijst met bestellers of kostenplaatsen worden aangemaakt. Elke opdracht die Océ uitvoert wordt toegewezen aan een kostenplaats. In de facturatie wordt het verbruik per kostenplaats inzichtelijk gemaakt. Door de zaken naar de wensen van het ROC Mondriaan in te richten ontstaat het gewenste inzicht in goederen- en kostenstromen. In de facturatie wordt het verbruik per kostenplaats inzichtelijk gemaakt.

Deze registratie van diensten en producten gekoppeld aan kostenplaatsen maakt allerhande rapportages mogelijk. In principe zijn alle denkbare kruisverbanden in een managementrapportage te verwerken. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om per kostenplaats op artikelniveau het verbruik te zien, maar kan ook geanalyseerd worden hoe de ontwikkeling in het verbruik van een bepaald artikel voor de gehele organisatie verloopt.

Voor een voorbeeld van een deel van een klantrapportage waarbij de omzet per maand per kostenplaats wordt aangegeven, zie bijlage 17.

Voor een voorbeeld van een rapportage waarin de bedragen en volumes zijn uitgesplitst op artikelniveau, zie bijlage 18.

Apparatenpopulatie

Maandelijks vindt er facturering plaats van de decentrale populatie. Deze facturatie biedt het ROC Mondriaan gedetailleerd inzicht in verbruik en kosten van de apparaten.

Naast deze facturatie biedt Océ middels configuratie beheer en softwaretools het ROC Mondriaan aanvullende mogelijkheden met betrekking tot het administreren en beheren van de apparatenpopulatie. Dit stelt Océ in staat periodiek te rapporteren over incidenten, wijzigingen, capaciteit, verbruik en beschikbaarheid.

8.4 Ontwikkeling

Om in te kunnen springen op toekomstige ontwikkelingen binnen de branche en daarmee te voldoen aan de veranderende behoeftes van de klant dient men binnen de copyshop een continue ontwikkeling door te maken. Ontwikkelingen binnen de branche, evenals ontwikkelingen bij de klant/doelgroep moeten hierbij als stramien genomen worden. Op deze manier zal de dienstverlening van de copyshop naar de klant toe geoptimaliseerd worden.

8.4.1 Uitbreiding dienstenpakket

Met het oog op de toekomst zal er altijd gekeken moeten worden naar veranderende wensen en eisen vanuit de klant. Gebruikersgemak zal in de toekomst steeds belangrijker gaan worden voor de klant. Om hierop in te springen dient de leverancier van diensten, de afname voor de klant zo makkelijk mogelijk te maken. De copyshop kan in de toekomst meerder diensten aanbieden om het gebruikersgemak voor de klant te vergroten. Hierbij valt er te denken om naast print- en drukwerk ook kantoorartikelen te verkopen. Er zal dan een gedeelte van de copyshop ingericht worden om aanbod van de basis kantoorartikelen mogelijk te maken. Hiernaast zou er in een toekomstig stadium een audit gehouden moeten worden over nieuwe ontwikkelingen binnen de branche en de wensen en eisen van de klant.

8.4.2 Decentrale front office

Het ROC Mondriaan is bezig met het bouwen van nieuwe grotere gebouwen voor de opleidingen die zij aanbiedt. Dit worden de zogehete 'Mondriaan campussen'. Binnen deze campussen zouden er per vestiging een front office van de copyshop Laakhaven gerealiseerd kunnen worden. Via deze front offices zou het voor de gebruikers en medewerkers van de nieuwe campussen ook mogelijk zijn om opdrachten aan te leveren bij de copyshop van het gebouw Laakhaven. Hierdoor wordt de doelgroep van de copyshop groter en kunnen er meer opdrachten binnengehaald worden. Voor het ROC Mondriaan leidt dit tot kostenbesparing, omdat print- en drukwerk niet uitbesteed maar in-house wordt gerealiseerd.

8.4.3 Studenten FD

Binnen de copyshop zullen er studenten werkzaamheden uitvoeren. Deze studenten volgen de opleiding Facilitaire dienstverlening en verschillen van niveau. Binnen de copyshop zou het wenselijk zijn als er onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende niveaus. Zo zou er een opzet gemaakt moeten worden waarbij studenten van een hoger niveau een controlerende rol uitoefenen bij studenten van een lager niveau. Een andere opzet is het onderscheid maken in het studiejaar van de student. Zou kan een derdejaars student een begeleidende rol invullen ten aanzien van een eerstejaars student.

8.5 Aanbevelingen

Na het uitvoeren van het onderzoek zijn er aantal aanbevelingen gedaan ten aanzien van het optimaliseren van de communicatie, de PDC en de software binnen de copyshop. Het is wenselijk dat deze aanbevelingen in verdere beleidsplannen voor de copyshop meegenomen en uitgewerkt worden.

8.5.1 Communicatie

Binnen het ROC Mondriaan zal er door de komst van de copyshop een aantal nieuwe diensten aangeboden worden. Deze diensten zijn nieuw voor de studenten en medewerkers van het gebouw Laakhaven. Zij zullen dus in eerste instantie niet bekend zijn met deze diensten.

Om de doelgroep van de copyshop bekend te maken met de diensten die geleverd kunnen worden dient men dit op een duidelijke manier richting de klant te communiceren. Dit kan op diverse manieren:

- Een stukje in het maandblad voor de studenten;
- Een stukje in het maandblad voor de medewerkers;
- Een flyer over de nieuwe copyshop, verspreid onder studenten en medewerkers.

Van bovenstaande methodes om met de doelgroep te communiceren heeft het verspreiden van een flyer de meeste kosten. Echter is deze methode wel de meest effectieve methode om de boodschap over te brengen bij de doelgroep.

8.5.2 PDC

Erg belangrijk wordt om op een goede heldere manier communicatie op te zetten tussen de copyshop en zijn (potentiële) klant. De klant dient bekend te zijn of dit op een zeer gemakkelijke manier te worden met de diensten die de copyshop aanbiedt aan zijn klanten. Deze diensten en verder informatie aan de klant over de copyshop dient verwerkt te worden in de nieuwe producten en diensten catalogus (verder: PDC) van het gebouw Laakhaven. Aan de hand van dit PDC moet een klant altijd in staat worden geacht om snel en overzichtelijk informatie over de copyshop en haar diensten te verkrijgen.

8.5.3 Software

Binnen het machinepark van printers en kopieerapparaten binnen het ROC Mondriaan, dat geleverd wordt door de firma Océ dient er in de software een aanpassing gemaakt te worden. Er moet een blokkade komen op de multifunctionals die gestald zijn in de gangen van het gebouw Laakhaven voor opdrachten met een volume van meer dan 50. Hierdoor zouden deze multifunctionals minder belast worden en kunnen meer gebruikers van deze machines gebruik maken. De opdrachten met een volume van meer dan 50 dienen dan aangeleverd te worden bij de copyshop. Op deze manier zal er meer afname plaatsvinden van de diensten van de copyshop.

Hoofdstuk 9: Implementatie

In dit hoofdstuk wordt de implementatie van de copyshop beschreven. Hierbij wordt er uitgewerkt op welke wijze en met welke fasering de implementatie van de copyshop plaats moet vinden.

9.1 Achtergrond

De implementatie van de copyshop zal plaatsvinden binnen diverse fases. Hierdoor wordt de copyshop structureel steeds verder opgebouwd totdat alle vooraf opgestelde doelstellingen behaald worden. Door deze fasering zal de implementatie geleidelijk verlopen. Hiermee wordt voorkomen dat de implementatie te snel plaats vindt, waardoor het eindresultaat niet voldoet aan de vooraf opgestelde wensen en eisen.

9.2 Projectdoel

Bij de oprichting van de nieuwe copyshop binnen het ROC Mondriaan zijn onder te verdelen in meerdere projectdoelen. De projectdoelen van de oprichting van een nieuwe copyshop binnen het ROC Mondriaan zijn als volgt:

1. Het leveren van print- en drukwerk diensten binnen het gebouw Laakhaven van het ROC Mondriaan.
2. Het functioneren van de copyshop als leerwerkbedrijf voor studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening van het ROC Mondriaan.
3. Het bereiken van kostenbesparing op print- en drukwerk binnen het ROC Mondriaan dat momenteel uitbesteed wordt.

9.3 Randvoorwaarden

Bij de implementatie van de copyshop binnen het ROC Mondriaan zijn er een aantal randvoorwaarden waar rekening mee gehouden dient te worden. Dit zijn de volgende randvoorwaarden:

- In september 2008 begint het nieuwe schooljaar, waarbij er een volledige bezetting van het gebouw Laakhaven zal zijn. Vanaf dat moment is het wenselijk om de copyshop volledig operationeel te hebben;
- In september 2008 begint ook het nieuwe jaar voor de studenten aan de opleiding Facilitaire dienstverlening. Dit zou het juiste moment zijn om te beginnen met het inzetten van studenten binnen de copyshop;

- In augustus worden elk jaar de nieuwe syllabi voor het aankomende jaar geproduceerd. Deze worden elk jaar bij de Firma Sieca uitbesteed³⁵. Als de copyshop in augustus gereed is, kunnen de syllabi in de eigen copyshop geproduceerd worden. Hiermee wordt een flinke kostenbesparing gemaakt.

9.4 Personeel

Vanuit diverse betrokken partijen bij de copyshop zal er personele input komen om de copyshop te realiseren. De betrokken partijen zijn:

- Océ Business Services;
- ROC Mondriaan Dienst Middelen;
- ROC Mondriaan Raad van Bestuur;
- ROC Mondriaan binnenhuisarchitect

Océ Business Services

Océ is op meerdere vlakken betrokken bij de implementatie van de copyshop. Doordat Océ expertise heeft op het gebied van copyshops wordt het erg belangrijk dat zij op de juiste manier input geven aan de vormgegeven ideeën van het ROC Mondriaan.

ROC Mondriaan Dienst Middelen

De Dienst Middelen van het ROC Mondriaan moet zorg dragen voor de juiste formulering van de wensen en eisen vanuit Mondriaan. Op deze manier kunnen zij deze input bij Océ neerleggen. Van hieruit kan Océ dan weer verder werken.

ROC Mondriaan Raad van Bestuur

De Raad van Bestuur van het ROC Mondriaan zal de uiteindelijke goedkeuring moeten geven aan de plannen voor de copyshop. De ontwerpen vanuit Océ en de Dienst Middelen zullen dus aan de Raad van Bestuur voorgelegd moeten worden voor goedkeuring.

ROC Mondriaan binnenhuisarchitect

De binnenhuisarchitect van het ROC Mondriaan zal de plannen van Océ en de Dienst Middelen vormgeven door middel van het maken van een inrichtingsplan.

³⁵ Bron: Afdeling Financiën, ROC Mondriaan

9.5 Financieel

Océ zal een compleet pakket maken van diensten, die zij zal leveren aan het ROC Mondriaan met betrekking tot de copyshop. Hiervoor zal een all-inclusive tarief van toepassing. Binnen dit bedrag zitten alle kosten van de copyshop, inclusief de machines. Hierdoor hoeven er door het ROC Mondriaan geen grote investeringen gedaan te worden. De enige investering die gedaan moet worden is het meubilair voor de inrichting van de copyshop. Hiervoor moet een offerte aangevraagd worden bij meubelleverancier Brink. De kosten voor het meubilair zullen dan aan de hand van die offerte bepaald kunnen worden.

9.6 Aanpak/werkwijze

De implementatie van de copyshop dient geleidelijk plaats te vinden. De implementatie kan opgedeeld worden in diverse fases. Deze fases dienen doorlopen te worden om tot het uiteindelijk gewenste resultaat te komen. Door deze wijze van implementatie kunnen de kinderziektes van de copyshop nog opgelost worden voordat de studenten Facilitaire dienstverlening de copyshop als leerwerkbedrijf gaan gebruiken. Hiermee voorkom je dat het leerwerkbedrijf niet optimaal verloopt omdat er nog kinderziektes zijn binnen de copyshop.

9.7 Fasering

De implementatie van de copyshop binnen het ROC Mondriaan kent een aantal fases³⁶. Al deze fases hebben hun eigen activiteiten en tussenresultaten.

Fase 1: Ontwerp

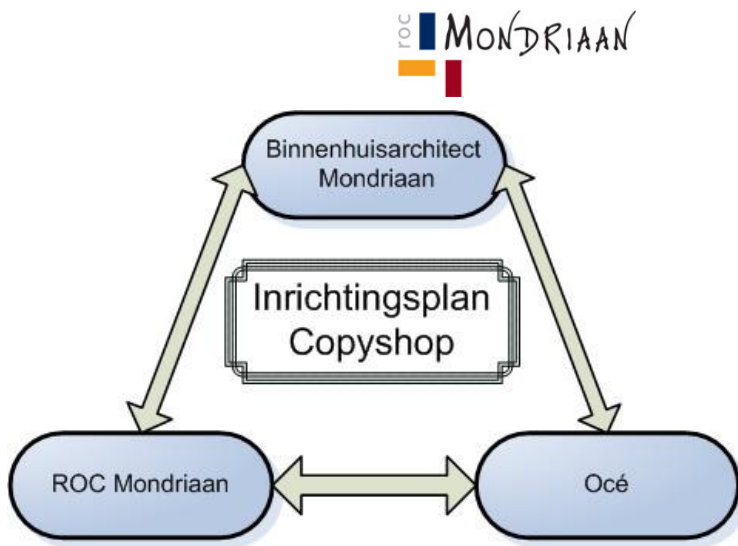
Activiteiten: Er dient een inrichtingsplan geschreven te worden voor de copyshop. Dit inrichtingsplan wordt opgesteld in overleg tussen de partijen Océ, ROC Mondriaan en de binnenhuisarchitect van het ROC Mondriaan. Zie hiervoor figuur 1.3. De rolverdeling binnen dit inrichtingsplan is de volgende:

Mondriaan: Input over afmetingen en diensten die zij wil aanbieden in de copyshop.

Océ: Input over machines en meubilair dat nodig is in de copyshop.

Architect: Vertaald wensen van Mondriaan en Océ naar een plattegrond.

³⁶ Bron: Twynstra en Gudde



Figuur 1.3 betrokken partijen inrichtingsplan

Tussenresultaten: Als tussenresultaat realiseert men in de ontwerpfase een inrichtingsplan. Hierin staan de volgende zaken beschreven:

- Benodigde machines;
- Benodigd meubilair;
- Indeling ruimte;
- Benodigde technische aanpassingen;

Fase 2: Voorbereiding

Activiteiten: In de voorbereidingsfase worden alle benodigde materialen voor de copyshop besteld bij de diverse leveranciers. Verder wordt er een PDC opgesteld voor de copyshop, waarin alle diensten geformuleerd staan richting de klant. Dit PDC zal in samenwerking tussen Mondriaan en Océ opgesteld worden.

Tussenresultaten: Als tussenresultaat in de voorbereiding heeft men een datum waarop alle benodigdheden voor de copyshop geleverd worden en men door kan gaan naar de realisatiefase. Verder heeft men een PDC opgesteld.

Fase 3: Realisatie

Activiteiten: Het fysiek inrichten van de copyshop met de bestelde machines en het bestelde meubilair. Dit zal gebeuren door de leveranciers. Na het leveren van alle benodigdheden van de copyshop kan men voor het eerst operationeel testdraaien.

Hierbij worden er nog geen studenten ingezet binnen de copyshop, maar alleen een servicemedewerker van Océ. Deze servicemedewerker zal de eerste opzet van de copyshop bemannen en de operationele activiteiten

Tussenresultaten: Een copyshop die operationeel is en diensten kan leveren aan de studenten en medewerkers van het gebouw Laakhaven.

Fase 4: Nazorg

Activiteiten: Het vaststellen van bottlenecks binnen de copyshops en hier een oplossing voor bedenken en toepassen. Dit dient Mondriaan in samenwerking met Océ te doen. Na het wegwerken van de bottlenecks binnen de copyshop kunnen de studenten beginnen met het werken binnen het leerwerkbedrijf. De implementatie van de studenten binnen de copyshop zal begeleid worden door de opleiding facilitaire dienstverlening van het ROC Mondriaan.

Tussenresultaten: Als tussenresultaat zal er in de nazorgfase een evaluatierapport opgesteld worden. Het volgende tussenresultaat is een copyshop waarin studenten operationele werkzaamheden verrichten in het kader van een leerwerkbedrijf.

9.8 Tijdsplan

Bij de in paragraaf 9.7 genoemde fasering hoort het volgende tijdsplan:

Fase 1: Ontwerp

Januari 2008 t/m maart 2008

Fase 2: Voorbereiding

April 2008 t/m juni 2008

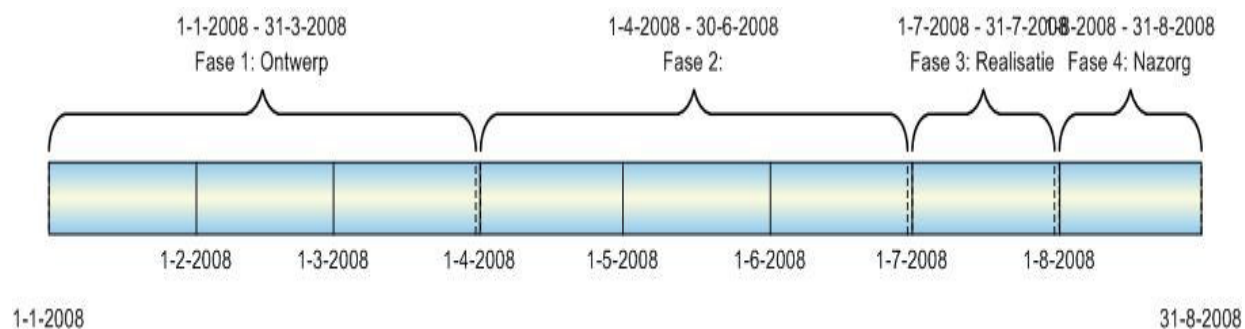
Fase 3: Realisatie

Juli 2008

Fase 4: Nazorg

Augustus 2008

Het tijdspad loopt dus van januari 2008 tot en met augustus 2008 en staat weergegeven in figuur 9.1



Figuur 9.1 tijdspad implementatie

Hoofdstuk 10: Investeringsbegroting

In dit hoofdstuk zal beschreven worden welke investeringen er gedaan dienen te worden, voor de oprichting van de copyshop. Hierbij wordt de inrichting, de kostensoorten, baten en de ROI in uitgewerkt.

10.1 All-in tarieven

Océ werkt met all-in tarieven voor de af te nemen diensten en reproactiviteiten, waarin alle kosten zijn verdisconteerd. Het ROC Mondriaan wordt daardoor niet geconfronteerd met éénmalige investeringen en order- en opstartkosten.

De componenten die in de all-in tarieven zijn inbegrepen zijn:

- Machinekosten (hard- en software en de bijbehorende service en supplies);
- Personeelskosten;
- Management;
- Facilities; zoals Internetportal³⁷, administratieve systeem; managementinformatie.

Voordelen

Het all-in tarieven concept is algemeen gangbaar in de markt en heeft belangrijke voordelen³⁸:

- ROC Mondriaan wordt niet geconfronteerd met forse éénmalige investeringen en loopt daardoor minder financieel risico;
- Pay per use; geen investeringen maar alleen betalen voor het aantal documenten dat geproduceerd wordt en de diensten die worden afgenomen;
- Kosten worden volledig variabel en transparant en kunnen worden doorbelast naar de gebruikers en betreffende kostenplaatsen.

Eenduidige uitstraling

Océ zal in overleg treden met ROC Mondriaan over de fysieke inrichting en uitstraling van de copyshop. Doelstelling is om de copyshop aan te sluiten op de wensen van ROC Mondriaan en te integreren binnen het leerwerk concept van ROC Mondriaan. Denkbaar is bijvoorbeeld dat ROC Mondriaan zorgdraagt voor het meubilair van de copyshop, zoals bureaus, kasten en stoelen om een éénduidige uitstraling te krijgen van de verschillende leerwerkbedrijven.

³⁷ Zie bijlage 19

³⁸ Bron: Dhr. Daan Saarloos, Océ Business Services

Investerings Océ

De Operational Manager van Océ zal zorgdragen voor de benodigde inzet van hardware en personeel. Océ investeert in de dienstverlening met het ROC Mondriaan door haar servicemedewerker op te leiden en in te zetten binnen de copyshop van het ROC Mondriaan.

10.2 Inrichting Copyshop

Onderstaand volgt een voorbeeld van een mogelijke inrichting. In samenspraak moet er tussen de binnenhuisarchitect van het ROC Mondriaan en Océ een indelingsplan komen voor onderstaande machines en meubilair.

Locatie gegevens

Afmeting van de ruimte: ca. 70 m²

Meubilair

Naam	Aantal	afmeting
Stellingen	3 x	40 x 120 x 200 cm
Aflegtafel sorteren	3 x	80 x 160 x 90 cm
Bureau	2 x	80 x 160 x 80 cm
Balie + rolluik	1 x	

Apparatuur

Naam	Aantal	afmeting
Océ zwart/wit printer	1 x	230 x 90 cm
Océ kleuren printer	1 x	160 x 90 cm
Océ lijmmachine	2 x	
Ringbandmachine	1 x	
Boormachine	1 x	80 x 60 cm
Snijmachine	1 x	80 x 100 cm
PC + Kassa+ PIN	1 x	
PC voor printers	1 x	
PC storingsysteem	1 x	

Stroomvoorziening

Naam	Aantal	Stroom
Océ zwart/wit printer	1 x	380 volt + 220 volt
Océ kleurenprinter	2 x	220 volt eigengroep
Boormachine	1 x	220 volt
Snijmachine	1 x	220 volt
Afwerktafel	3 x	220 volt 2 x
Balie	4 x	220 volt
Bureau plekken	3 x	220 volt

Data-aansluitingen

<u>Naam</u>	<u>Aantal</u>
Océ zwart/wit printer	1 x
Océ kleurenprinter	1 x
PC voor printers	1x
PC voor storingsen	1x
PC voor Océ adm	1x ISDN
Kassa systeem	1x
Telefoon	1x

10.3 Kosten- en batenanalyse

Kosten

De kosten die de realisatie van de copyshop met zich meebrengt zijn, zijn nog niet specifiek vast te stellen. Hiervoor zijn nog niet genoeg beslissingen genomen en genoeg informatie beschikbaar. Zodra er beslissingen genomen worden kunnen er offertes aangevraagd worden, waarmee kosten bepaald kunnen worden. Deze kosten zullen nader uitgewerkt moeten worden, waardoor de kosten van de copyshop duidelijk worden. De kosten van de realisatie van de copyshop zijn te verdelen in diverse onderdelen:

Ontwerpkosten

Dit zijn de kosten die gemaakt worden gedurende het ontwerp van de copyshop:

- De kosten die gemaakt worden voor het opstellen van een inrichtingsplan voor de copyshop.

Voorbereidingskosten

Dit zijn de kosten die er gemaakt worden gedurende de voorbereiding van de copyshop:

- De kosten die gemaakt worden bij de bestellingen van de machines en het meubilair voor de inrichting van de copyshop.

Realisatiekosten

Dit zijn de kosten die gemaakt wordt gedurende de fysieke realisatie van de copyshop:

- De kosten voor het meubilair voor de inrichting van de copyshop.

Nazorgkosten

Dit zijn de kosten die gemaakt worden gedurende de nazorgfase:

- De kosten van de evaluatie van de copyshop
- De kosten voor het oplossen van knelpunten binnen de copyshop

Baten

De baten van de copyshop kunnen 2 delen opgesplitst worden. Dit zijn materiele en immateriële baten.

Materiele baten

- Het vergroten van de productiecapaciteit van het ROC Mondriaan op het gebied van printwerk;
- De realisering van kostenbesparing op uitbesteding van printopdrachten;
- Het verminderen van de overbelasting op de multifunctionals binnen het gebouw Laakhaven.

Immateriële baten

- Het creëren van stageplekken voor studenten van de opleiding facilitaire dienstverlening;
- Het leveren van extra diensten op het gebied van printwerk binnen het ROC Mondriaan;
- Het verkorten van het proces van de verwerking van een printopdracht;
- Het verkrijgen van inkomsten door het verwerken van printopdrachten.

10.4 Return On Investment

De Return On Investment (verder: ROI) geeft de verhouding tussen het rendement en de investering aan. Binnen de copyshop dient de ROI ook vastgesteld te worden. Op die manier kan men vaststellen over welke periode een investering terugverdiend kan worden. De ROI wordt vastgesteld aan de investeringen die gedaan worden voor de realisatie van de copyshop. Door het all-inclusive concept dat Océ biedt aan de ROC Mondriaan voor de afname van diensten, zullen er geen grote investeringen gemaakt hoeven worden.

De enige investering die gedaan moet worden is de aanschaf van meubilair voor de inrichting van de copyshop. Deze kosten dienen afgezet te worden tegen de besparing van kosten op het gebied van uitbesteding van printopdrachten binnen het ROC Mondriaan. Elke printopdracht die normaal gesproken uitbesteedt zou worden, maar nu naar de copyshop toe gestuurd wordt, dient hierbij als besparing opgenomen te worden.

De kosten van de uitbesteding van printopdrachten binnen het ROC Mondriaan bedroegen in 2007 € 400.000³⁹

De kosten van het meubilair van voor de inrichting van de copyshop bedragen globaal € 25.000.⁴⁰

Om de kosten van de meubilair terug te verdienen binnen een jaar, dient er minimaal € 25.000 aan printopdrachten binnen de copyshop verwerkt worden, die anders uitbesteedt zouden zijn.

³⁹ Bron: Afdeling Financiën, ROC Mondriaan

⁴⁰ Bron: Dhr D. Saarloos, Océ Business Services

Literatuurlijst

Interviews

- Dhr. Paul van Wegberg, senior beleidsmedewerker Dienst Middelen ROC Mondriaan;
- Dhr. Adri Smits, Coördinator opleiding Facilitaire dienstverlening ROC Mondriaan;
- Dhr. Erik Fransen, decentraal Facility Manager ROC Mondriaan;
- Dhr. Ton Roodenburg, decentraal Facility Manager ROC Mondriaan;
- Dhr. Erik Mooij, decentraal Facility Manager ROC Mondriaan;
- Dhr. Daan Saarloos, Sales consultant Océ Business Services

Boeken

- R. F. Bouter, Handleiding voor de afstudeeropdracht 2007-2008;
- Maas, drs G.W.A. en Pleunis, drs J.W.: Facility Management. Tweede druk Alphen aan de Rijn, Kluwer, 2001. ISBN 90 14077947;
- Vries jr., drs. W. de en Helsdingen, drs. P.J.C. van en Kaspar: Dienstenmarketing Management. Derde druk Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff bv, 2001. ISBN 90 207 309803;
- Boer, P. de en Brouwers, M.P. en Koetzier: Basisboek bedrijfseconomie. Zevende druk Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv. ISBN 90 01 09418 X;
- Krimpen, Joost van: Facility Management in perspectief. Tweede druk Alphen aan den Rijn, Kluwer. ISBN 90 13 00043 6;
- Premereur, André en Grembergen, Wim van: Metten en beheren van de auditfunctie met de balanced scorecard. Tweede druk, Kluwer 2001. ISBN 90 312 21643

Syllabi

- Kwalificatiedossier Facilitair Medewerker 2006-2007 cv 3.0;
- Océ Business Services en de klant, 2007-2008;
- Projectmap Europese aanbestedingen ten behoeve van de Mondriaan Onderwijsgroep met referentienummer 2007/S 133-163478;
- Bouter, R.F. Handleiding schriftelijke rapportage Haagse Hogeschool, 10e geh. herz. dr. 2006-2007;
- Mante, Y.A.: Handleiding schriftelijke rapportage Haagse Hogeschool, 2004/2005

Websites:

- Floor Management Netwerk: www.floor.nl;
- Océ Document Systems: www.océ.nl ;
- ROC Mondriaan: www.mon3aan.nl;
- Twynstra & Gudde Adviseurs en Managers:
www.twynstragudde.nl;
- Management methodes en modellen: www.12manage.nl;
- Wikipedia Encyclopedie: www.wikipedia.nl;
- Arbo Portaal, Dienst SZW: www.arboportaal.nl;
- Aburdias adviseurs: www.adburdias.nl

Bijlagen

- Bijlage 1: BPV**
- Bijlage 2: Ondersteunende feiten Océ**
- Bijlage 3: Benchmarking**
- Bijlage 4: NEN 2748**
- Bijlage 5: Online opdrachtformulier Haagse Hogeschool**
- Bijlage 6: Werkbon copyshop Haagse Hogeschool**
- Bijlage 7: Prijzen copyshop Haagse Hogeschool**
- Bijlage 8: Interviewschema copyshop**
- Bijlage 9: Arbo wetgeving**
- Bijlage 10: ISO-9001**
- Bijlage 11: Marketingmix**
- Bijlage 12: Inventarisatie uitbesteding print/drukwerk**
- Bijlage 13: Producten en dienstenlijst**
- Bijlage 14: Plattegrond copyshops**
- Bijlage 15: Plattegrond begaande grond gebouw Laakhaven**
- Bijlage 16: Concept SLA**
- Bijlage 17: Klantrapportage waarbij de omzet per maand per kostenplaats wordt aangegeven**
- Bijlage 18: Rapportage waarin de bedragen en volumes zijn uitgesplitst op artikelniveau**
- Bijlage 19: Webportal Océ**

Bijlage 1: BPV

Beroeps Praktijk Vorming (BPV)

Een belangrijk onderdeel van elke beroepsopleiding is de beroepspraktijkvorming, het praktijkdeel van de opleiding. De combinatie van leren op school en ervaring opdoen in het bedrijfsleven is van wezenlijk belang voor een beroepsopleiding. Door in de praktijk bezig te zijn krijgt een student vaak meer inzicht in de theorie. Deze BPV kan alleen gevolgd worden bij bedrijven die aan bepaalde voorwaarden voldoen, oftewel de titel erkend leerbedrijf hebben. Alleen als een student met succes de BPV bij een erkend leerbedrijf heeft gevolgd, kan hij een diploma behalen.

Leerlingen kunnen praktische vaardigheden het best aanleren en oefenen onder bedrijfsomstandigheden. In de BPV leren leerlingen niet alleen praktische vaardigheden, ze leren ook en vooral hoe ze in een bedrijf moeten functioneren. Bijvoorbeeld wat er van hen verwacht wordt qua zelfstandigheid, werkhouding en de omgang met collega's. De praktijkopleider binnen het bedrijf is niet alleen verantwoordelijk voor de vakinhoudelijke opleiding, maar ook voor de sociaal-pedagogische begeleiding van de leerling.

Bijlage 2: Ondersteunende feiten Océ

Robuustheid Océ Business Services-organisatie: ondersteunende feiten:

- Reeds 500 medewerkers;
- Eigen ICK CAO en BPG pensioenfonds;
- Operationeel Management op HBO/Academisch niveau;
- Competentie management voor alle medewerkers;
- Opleidingsprogramma voor alle medewerkers;
- Jaarlijkse kennistoets voor alle medewerkers;
- 50 uitstekende referenties;
- Kwaliteitsprogramma (ISO gecertificeerd);
- Managementinformatie op maat;
- Partnerprogramma;
- Eigen IT-infrastructuur;
- Onderdeel van een sterke Océ N.V.;
- Continue innovatieprogramma's afgestemd op de wensen van de klant;
- Jaarlijks klanttevredenheidonderzoeken;
- Periodieke evaluatie op operationeel- en directieniveau;
- Tweejaarlijkse toets medewerkertevredenheid;
- Uitstekend sociaal imago bij klanten, vakbonden en ondernemingsredenen.

Bijlage 3: Benchmarking

Benchmark

Een benchmark is een techniek om de prestatie van verschillende systemen, apparaten of organisaties met elkaar te kunnen vergelijken. Benchmarking is een manier voor organisaties om van elkaar te leren, verantwoording af te leggen en toezicht te vergemakkelijken. De uitkomst van een benchmark is een soort maatgetal dat iets over de prestatie zegt.

De Engelse term *benchmark* komt waarschijnlijk van het gebruik om de hoogte van een werkstuk te meten vanaf de hoogte van de werkbank.

In de literatuur worden verschillende definities van benchmarking gehanteerd.

Een veel gebruikte definitie is die van Camp (1989): *'Benchmarking is systematic research into the performance and the underlying processes and methods of one or more leading reference organisations in a certain field, and the comparison of one's own performance and operating methods with these "best practices", with the goal of locating and improving one's own performance.'*

Of korter: *'Benchmarking is the search and implementation of best practices.'*

Het ontstaan benchmarking

De literatuur over benchmarking wijst voor het ontstaan ervan naar de Japanners. Na de tweede wereldoorlog werd Japan overspoeld met Westerse producten. Deze producten trokken de aandacht van Japanse industriëlen. Gedurende de jaren '50 bezochten zij handelsbeurzen in de Verenigde Staten en West-Europa. Zij hadden grote interesse voor producten die hier werden gebouwd. In Japan leidde dit in eerste instantie tot het kopiëren van westerse producten. Echter, de Japanners hielden het niet alleen bij imitatie. Zij pasten de benchmarking-methode toe om verbeteringen in hun product sneller door te kunnen voeren en hun processen effectiever te laten verlopen. Dit leidde vanaf de jaren '70 tot goedkopere en hoogwaardigere Japanse alternatieven voor westerse producten. Ondanks dat de Japanners na de tweede wereldoorlog al begonnen met benchmarking, is de term benchmarking pas ontstaan in de jaren '80 bij het bedrijf Xerox in de Verenigde Staten. In de jaren '60 had Xerox een populair kopieerapparaat ontwikkeld, waarmee het zo'n 80% van de markt innam. Er leek weinig mis, tot de directeur van Xerox, Charles Christ, een advertentie zag deze goedkopere machines te onderzoeken. Hij wilde 'a benchmark, something that I can measure myself against to understand where we have to go from here'. Vanaf dat moment heeft Xerox een uitgebreid benchmarkprogramma opgezet wat in 1989 resulteerde in het eerste boek over dit onderwerp 'Benchmarking: The Search for Industrial Best Practices that Lead to Superior Performance'.

De Kern van de methode

In de kern gaat het bij benchmarking om drie stappen:

1. Het vergelijken van de eigen processen en prestaties met die van de andere deelnemers;
2. Het analyseren van de verschillen tussen de diverse processen en prestaties door te proberen te begrijpen waarom deze worden toegepast;
3. Het verbeteren daarvan aan de hand van de informatie verworven tijdens het proces.

Bronnen: Camp, R.C. (1989), *Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance*. Milwaukee, Wisconsin: Quality press for the American society for quality control.

Huijben, M.P.M. en Geurtsen, A. (2008) *Heeft iemand de overhead gezien? Een beproefde methode om de overhead te managen*, Den Haag, Academic Service

Bijlage 4: NEN 2748

NEN 2748

NEN 2748 is een Nederlandse Norm (NEN). Om de kosten te controleren binnen een Facilitair Bedrijf, die betrekking hebben op de facilitaire voorzieningen, is goede en heldere management informatie nodig (kerngetallen). De NEN 2748 zorgt er voor dat, door de kosten eenduidig onder te verdelen en te registreren, er kostenbeheersing kan plaatsvinden.

Verder helpt deze norm om overeenkomsten te sluiten volgens de opbouw van deze norm. De uitkomst (kerngetallen) die voort komen uit de norm kunnen gebruikt worden voor zowel interne als externe kosten te vergelijking (benchmark), afwegingen tussen koop of lease. Kortom een Nederlandse Norm voor facilitaire financiële data.

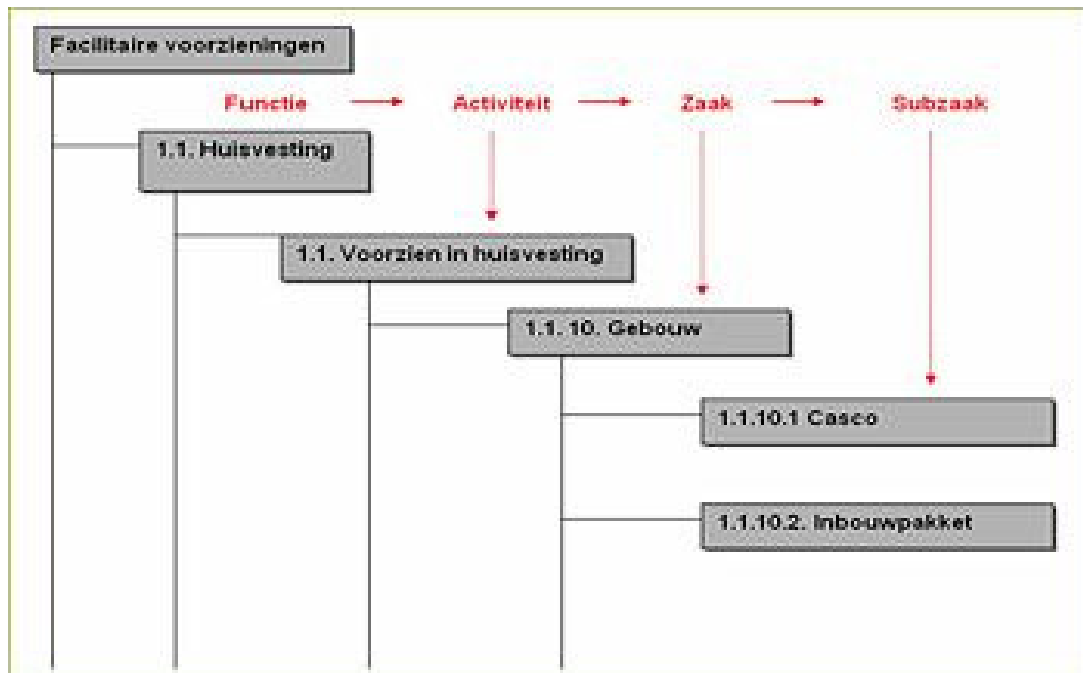
Bij het opstellen van de NEN 2748 bleek dat er bij organisaties behoefte was aan een handleiding. Organisaties wilde met name duidelijkheid over de posten van hun administratie waaronder hun facilitaire voorzieningen moeten worden gerubriceerd. De voornaamste onduidelijkheid was de spanning binnen de NEN 2748 tussen een functionele kostenstructuur en Activity Based Costing. Om dit op te lossen en omdat de NEN 2748 pas in 2006 bijgewerkt mocht worden is de NPR 2744 opgesteld.

De Europese opschaling (20 landen) voor de NEN 2748 is de prEN 15221. Dit is een traject onder Nederlands voorzitterschap en wordt ondersteund door de NEN.

Opbouw NEN 2748



NEN 2748 visueel opgebouwd



Voorbeeld van een afdaling

De NEN 2748 is opgebouwd naar het principe van de activity based costing methode (ABC) en is ingedeeld in 5 hoofdcategorieën (kostensoorten) :

1. Huisvesting;

“Voorzien in gebouwen en terreinen, verzekeringen, onderhoud, verbouwingen, energie en water, beheer (in termen van huur, lease en koop) en rente van vastgoed.”

2. Diensten en middelen;

“Voorzien in consumptieve diensten (bedrijfsrestaurant, catering, drankenautomaten), risicobeheersing, (bewaking, beveiliging en receptie), schoonmaak, verhuizingen, het managen van documenten (creatie, verwerking in de postkamer, reproductie, beheer en archivering), het managen van reststoffen, het verstrekken van ruimte, kantoorartikelen, groenvoorziening, kunst en bewegwijzering, als ook bedrijfskleding”

3. ICT;

“Voorzien in in- en externe transmissie-infrastructuur, hardware, software en ondersteuning (in termen van opleiding, beheer en onderhoud, advies en calamiteiten)”

4. Externe Voorzieningen;

“Voorzien in extern verblijf (zoals vergaderaccommodaties en thuiswerkplekken) en personenvervoer (dienstreizen en woon- werkverkeer per vliegtuig, openbaar vervoer of leaseauto's)”

5. Facilitair Management;

“integrale sturing van voornoemde rubrieken zoals voorzien in facilitair beleid, marketing en innovatie van FM, het voorzien in een bedrijfsbureau voor administratie, planning en control, secretariële ondersteuning en de personeelszaken van de facilitaire functie, het voorzien in een helpdesk, c.q. bewonersservice, het voorzien in beleid inzake het milieu en de arbeidsomstandigheden, als ook het managen van risico's, inkoop, informatie en kwaliteit”

In de bovenstaande categorieën (kostensoorten) worden vervolgens de volgende uitgaven en inkomsten geplaatst:

- Personeel;
- Leveranciers;
- Afschrijvingen;
- Vermogen;
- Opbrengsten;

Bijlage 5: Online opdrachtformulier Haagse Hogeschool

HHS, Opdrachtformulier centrale repro

Page 1 of 1

Opdrachtformulier centrale repro

☐ Opdracht vertrouwelijk behandelen

Afdeling / Dienst

--Kies--

Naam aanbieder

Telefoon nummer

Kostenplaatscode
of Projectcode

-- Kies eerst een Afdeling / Dienst --

Korte omschrijving werk
(i.v.m. facturering)

Aantal originelen

Aantal kopieën

☐ Enkelzijdig

☐ Dubbelzijdig

☐ Geniet: enkel staand (potrait)

☐ Geniet: links liggend (landscape)

☐ Geniet: links dubbel (potrait)

☐ Gebonden

☐ Perforeren 2-gaats

☐ Perforeren 4-gaats

☐ Perforeren 23-gaats

☐ Vouwen/hechten (A4 boekje)

☐ Vouwen/hechten (A5 boekje)

Soort omslag

--Kies--

Kleur omslag

Gewenste gereeddatum

(s.v.p. concrete datum invullen¹)

☐ Werk wordt gehaald

☐ Werk moet gebracht worden naar lokatie:

Evt. bijzonderheden

Afdrukken

Wissen

¹ Is de door u genoemde datum niet haalbaar, dan zal contact met u worden opgenomen.

Bijlage 6: Werkbon copyshop Haagse Hogeschool

WERKBON COPYSHOP

Naam aanbieder _____ ingeleverd _____ tijd _____

Afdeling _____ ophalen _____ tijd _____

Telefoonnummer _____

Opdracht bestaat uit _____ originelen

Oplage _____ enkelzijdig/dubbelzijdig* waar mogelijk

Kleur ☐ Full color

☐ Steunkleur

Papier ☐ A4 wit 75 grs / 120 grs / 160 grs / HHS affiche*

☐ A3 wit / 80 grs / HHS affiche*

☐ A4 kleur 75 grs / 120 grs / 160 grs*

☐ Overheadsheets

☐ Overige _____

Afwerking ☐ Nietje (1 of 2*) Waar? _____

☐ Plakken

☐ Snijden

☐ Lamineren

Omslagen _____

Bijzonderheden _____

Afrekening

Aantal	Art.code	Aantal	Art.code
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____
_____	x _____	_____	x _____

Naam afhalen _____

Paraaf afhalen _____

* Doorhalen wat niet van toepassing is

Bijlage 7: Prijslijst copyshop Haagse Hogeschool

PRIJSLIJST COPYSHOP de HAAGSE HOGESCHOOL

nr	artikelomschrijving	prijs	nr	artikelomschrijving	prijs
PRINTS - KOPIEEN			VERVOLG TOESLAGEN PAPIER		
1	Zwart/wit kopie/print A4	0,05	49	Pak kopieer/print papier 500 vel A4/80 gr.	4,00
2	Zwart/wit kopie/print A3	0,10	52	Pak kopieer/print papier 500 vel A3/80 gr	8,00
3	Zwart/wit kopie/print A3 budget	0,06	54	Vel A4 wit 80 grs	0,01
4	Zwart/wit kopie/print A4 budget	0,03	55	Vel A3 wit 80 grs	0,02
37	Kleurenkopie/-print A4	0,45	57	Toeslag A4 nieuwsbrief	0,10
43	Kleurenkopie/-print A3	0,90	58	Toeslag A3 poster	0,30
36	1 nietje linksboven	0,02	60	Toeslag vervolgpapier	0,03
89	2 nietjes lange zijde	0,03	61	Toeslag 2/4-gaats papier	0,01
48	Startkosten print	1,50	25	Toeslag op Overheadsheets	0,35
TOESLAGEN PAPIER			AFWERKING		
9	Toeslag A4 wit 120 grams	0,02	28	Brocheren/vouwen/hechten/p.boekje	0,25
10	Toeslag A4 wit 160 grams	0,04	29	Ringband smal, zonder omslag	0,70
12	Toeslag A3 wit 120 grams	0,05	30	Ringband breed, zonder omslag	1,40
13	Toeslag A3 wit 160 grams	0,07	31	Plastic omsl. A4, tbv ringband	0,40
15	Toeslag A4 kleur, 80 grams	0,02	32	Plastic omsl. A3, tbv ringband	0,80
16	Toeslag A4 kleur, 120 grams	0,04	33	Perforeren	0,02
17	Toeslag A4 kleur, 160 grams	0,05	34	Snijden per snede	0,25
21	Toeslag colotech A4 silk 120 g	0,07	35	Vouwen per vel	0,02
22	Toeslag colotech A4 silk 160 g	0,10	42	Toeslag kleurenafdruk op overheadsheet	0,35
24	Toeslag colotech A3 silk 120 g	0,14	64	Lamineren A4	1,15
26	Toeslag colotech A3 silk 160 g	0,20	65	Lamineren A3	2,00
76	Toeslag colotech A4 slik 210 g	0,15	67	Lamineren visite	0,34
77	Toeslag colotech A3 slik 210 g	0,30	69	Lamineren A4-plak	2,00
78	Toeslag colotech A3 slik 280 g	0,40	70	Hechtmap	0,40
6	Toeslag colotech A4 280g	0,20	71	Jalem hechtclips	0,11
81	Toeslag colotech A4 90 gr.	0,05	90	Omslag bindomatic, smal	1,30
82	Toeslag colotech A4 120 gr	0,06	91	Omslag bindomatic, breed	1,90
83	Toeslag colotech A4 160 gr.	0,08	92	Overheadsheets inkjetprinter	0,45
84	Toeslag colotech A3 90 gr.	0,10			
87	Toeslag colotech A3 120 gr.	0,12			
88	Toeslag colotech A3 160 gr.	0,16			

Bijlage 8: Interviewschema copyshop

<u>1. Variabelen</u>	
Geïnterviewde: Datum interview: Tijdstip aanvang: Derden: Plaats:	
<u>2. Introductie van het gesprek</u>	
Doel	Uiteenzetting geven van het te verwachte gespreksverloop; het geven van achtergrondinformatie over het interview.
Inleiding	Als vierdejaarsstudent aan de Haagse Hogeschool van de opleiding Facility Management sluit ik mijn opleiding af door een onderzoek op beleidsniveau te doen binnen een organisatie. Binnen het ROC Mondriaan wil men een copyshop oprichten, dat zal fungeren als leerwerkbedrijf voor de studenten van de opleiding Facilitaire dienstverlening. Hierbij dient er onderzocht te worden wat de wensen en eisen van de klant ten aanzien van de copyshop zijn. Daarnaast dient er een inventarisatie plaats te vinden van het huidige printwerk dat uitbesteed wordt door het ROC Mondriaan.
Doel	Het doel van het interview is om te achterhalen van de wensen en eisen van de klant ten aanzien van een copyshop. Daarnaast moet duidelijk worden welk printwerk momenteel nog uitbesteed wordt. Het interview is verkennend en inventariserend.
Verwerking resultaten	De resultaten van de interviews zullen gebruikt worden om inzicht te krijgen in de wensen en eisen van de klant ten aanzien van een copyshop en de inventarisatie van uitbesteed printwerk. Tijdens de verwerking van het interview zal de anonimiteit van de respondenten gewaarborgd worden.
Tijd	Het interview zal maximaal 60 minuten van uw tijd in beslag nemen.
Structuur	Een globale inhoudsopgave is als volgt. Als eerste stel ik u een aantal persoonsgerichte vragen om inzicht te krijgen in uw positie binnen het ROC Mondriaan. Hierna zal ik vragen stellen met betrekking tot print

	en drukwerk binnen het ROC Mondriaan. Deze vragen worden opgevolgd door vragen over uw visie met betrekking tot het onderzoek en de copyshop. Heeft u nog vragen of opmerkingen tot nu toe?
--	---

<u>3. Vragen interview betrokkene</u>	
Persoonsgericht	1. Wat is uw naam en functie binnen het ROC Mondriaan? 2. Welke werkzaamheden en verantwoordelijkheden vallen onder uw functie? 3. Wat is uw carrièrepatroon? Welke functies heeft u doorlopen voordat u op uw huidige functie terecht kwam? 4. Met welke afdelingen / personen werkt u samen?
Procesgericht	5. Met wat voor print en drukwerk heeft u te maken binnen uw domein? 6. Is er print en drukwerk dat u uitbesteed aan een externe partij? 7. Wat voor soort printers bevinden er zich momenteel binnen uw gebouw? 8. Wordt de capaciteit van de printers binnen uw gebouw momenteel optimaal benut? 9. Welke diensten worden er momenteel aangeboden binnen uw gebouw op het gebied van print en drukwerk? 10. Zijn er diensten die momenteel ontbreken vinnen uw gebouw op het gebied van print en drukwerk? 11. Heeft u binnen uw gebouw ook te maken met bulkopdrachten print en drukwerk?
Visie copyshop	12. Denkt u gebruik te gaan maken van de nieuwe copyshop Laakhaven en waarom wel of niet? 13. Wat is uw visie betreffende toekomstige servicepunten van de copyshop binnen andere Mondriaan gebouwen? 14. Welke afdelingen / personen denkt u dat er te maken gaan

Onderzoek	krijgen met de copyshop? 15. Heeft u voor mij misschien documenten die betrekking hebben op een nieuwe copyshop? 16. Wat verwacht u als uitkomst van dit onderzoek? 17. In hoeverre denkt u dat dit onderzoek kan bijdragen aan de oprichting van de copyshop? 18. Welke gegevens denkt u dat ik nodig heb om dit onderzoek goed af te ronden? Waar denkt u dat ik deze gegevens kan vinden? 19. Op welke wijze denkt u dat ik mijn onderzoek het beste kan voortzetten? 20. Heeft u verder nog vragen of opmerkingen met betrekking tot het onderzoek of de copyshop?
-----------	---

4. Achtergrondinformatie interview	
Doel	Inzicht krijgen in: • de primaire processen van het bedrijf • De visie van de betrokkenen bij de copyshop • De bedrijfscultuur • De overeenkomsten en verschillen in opvattingen over de copyshop • De mate waarin er in het verleden al beleid is gevoerd betreffende een mogelijke copyshop • De beschikbare onderzoeksgegevens • De aard en omvang van het advieswerk met betrekking tot de copyshop • Het draagvlak voor de opdrachtverstrekking en het onderzoek
Vraagstelling	Wat zijn de wensen en eisen ten aanzien van een copyshop binnen het ROC Mondriaan en op welke manier dienen deze gerealiseerd te worden?

Randvoorwaarden interview	- oog-in-oog interview - gestructureerd schema - open vragen - de antwoorden schriftelijk noteren - anonimiteit van de geïnterviewde waarborgen
Randvoorwaarden interviewer	- inleiden interview; - geen vragen overslaan; - de voorgeschreven volgorde aanhouden; - elk antwoord tegen het licht houden, bekijken of het voldoet aan de vraag; - doorvraagtechnieken gebruiken bij onbruikbaar antwoord geïnterviewde; - volledigheid, de gestelde vraag moet in volle omgang beantwoord zijn; - relevantie, het antwoord is relevant wanneer het op de gestelde vraag slaat; - taakgerichte gespreksleiding; - tussendoor samenvatten om accuraat te blijven; - tijd in de gaten houden; - verbale boodschappen overbrengen; - sociaal contact leggen met de respondent; - afsluiten van het interview
Actiepunten	1. Definitief interviewschema maken. 2. Interviewschema bespreken met begeleiding ROC Mondriaan. 3. Afspraken maken met personen die geïnterviewd dienen te worden. 4. Verdiepen in interviewtechnieken. 5. Voorintrodutie van de geïnterviewde geven wanneer de afspraak gemaakt wordt. 6. Interview afnemen. 7. Interview resultaten verwerken in het onderzoek

Bijlage 9: Arbo wetgeving

Klimaat, luchtverversing

Op werk moet het klimaat aangenaam zijn. Niet te warm en niet te koud, maar bijvoorbeeld ook niet te vochtig. Zodat de werknemers goed kunnen werken. De wetswijziging van 1 januari 2007 heeft ertoe geleid dat de wet geen eisen meer stelt aan de behaaglijkheid van het binnenklimaat. De wet beperkt zich tot de eis dat de temperatuur niet schadelijk mag zijn voor de gezondheid.

Wat moet?

Zorg voor de juiste temperatuur en luchtvochtigheid. Afhankelijk van de aard van de werkzaamheden en de fysieke belasting die daar het gevolg van is, mag de temperatuur op de arbeidsplaats niet schadelijk zijn voor de gezondheid van werknemers.

Als door de temperatuur op de arbeidsplaats of door ongunstige weersomstandigheden toch schade aan de gezondheid van de werknemers kan ontstaan, moet de werkgever persoonlijke beschermingsmiddelen ter beschikking stellen.

Als deze persoonlijke beschermingsmiddelen schade aan de gezondheid niet kunnen voorkomen, moet de duur van de arbeid worden beperkt of de arbeid worden afgewisseld door een tijdelijk verblijf op een werkplaats waar een temperatuur heerst die niet schadelijk is voor de gezondheid.
De lucht in werkruimten moet regelmatig ververst worden.

Wat mag?

Gebruik een luchtreiniger en vervang de filters regelmatig;
Handhaaf een lage luchtvochtigheid - ideaal is tussen de 45 en 55 % - om schimmelgroei te voorkomen;
Overweeg de aanschaf van een ionisator. Zowel hele kleine stofdeeltjes als veel schadelijke stoffen kunnen met een ionisator worden geneutraliseerd.

In de winter

koop extra grote radiatoren, het liefst met thermostaatknop;
laat vloer- of wandverwarming aanleggen;
zet geen werkplekken bij grote ramen;
zorg in productieomgevingen voor goede werkkleding;

In de zomer

gebruik zonwering;
plaats ventilatoren of mobiele airconditioners;
schakel overbodige verlichting en apparatuur uit;
laat de ventilatie 's nachts aan staan;
zorg voor verkoelende dranken;
voer zo nodig een tropenrooster in.

Wat helpt?

Een éénmalige investering in het binnenmilieu betaalt zich in de regel snel terug. Simpele en praktische maatregelen kunnen veel kunnen verbeteren aan het binnenklimaat en de werkplek. Daar hoeft niet gelijk een nieuw luchtbehandelingsstelsel voor geïnstalleerd te worden. Denk bijvoorbeeld aan verantwoorde groenvoorziening op de werkplek, aan het goed schoonhouden van de werkplek, aan dichte

Werkplaatsnormen

Slecht ingerichte werkplekken kunnen leiden tot gezondheidsklachten en tot ongevallen, beiden soms met ernstige gevolgen. Werkplaatsen, of dit nu in een fabriek of op kantoor is, moeten zo ingericht zijn dat uw werknemers daar gezond en veilig kunnen werken.

Wat moet?

U bent verplicht uw werknemers in een veilige en gezonde werkomgeving te laten werken. Het inrichten van die werkplek is aan een groot aantal eisen gebonden. Het Arbobesluit (Hoofdstuk 3 – Inrichting Arbeidsplaatsen) staat uitgebreid stil bij het inrichten van werkplaatsen. Zo stelt het Besluit bijvoorbeeld hoe groot een werkruimte moet zijn, wat de eisen zijn aan muren, vloeren en plafonds, aan daglicht, aan de noodverlichting, aan was-, kleed- en doucheruimtes en aan vlucht- en verbindingswegen.

Voor een aantal sectoren gelden aanvullende voorschriften. Onder andere voor het inrichten van bouwplaatsen, benzinestations, de winningsindustrie en het vervoer.

Arbeidsplaatsen moeten vrij toegankelijk zijn voor uw werknemers en zij moeten de werkplek veilig kunnen verlaten. Verder moet de werkplek schoon zijn. Ook bent u verplicht de werkplek regelmatig te controleren of maatregelen ter bescherming van uw werknemers nog functioneren. Daar waar gebreken zijn, moet u die zo snel mogelijk herstellen.

In de RI&E moet u aandacht besteden aan de inrichting van de werkplek.

Wat helpt?

Het veilig en gezond inrichten van werkplaatsen vraagt veel aandacht. Uw arbodienst of een gespecialiseerde adviseur kan u ondersteunen bij het inrichten van de werkplek. Vaak liggen ideeën voor oplossingen om de hoek. Uw werknemers kunnen vaak precies aangeven waar het aan schort wat betreft de veiligheid en gezondheid en hebben suggesties om de inrichting te verbeteren.

Veiligheidssignalering

Veiligheidssignalering waarschuwt uw werknemers voor risicovolle situaties. Ook helpen veiligheidsborden een vluchtroute te vinden bij brand of andere calamiteiten. Veiligheidssignalering kan daarmee levens redden.

Wat moet?

Als de werkplek, gereedschap, machines of voertuigen gevaar voor gezondheid of veiligheid kunnen opleveren, is de werkgever verplicht om de werknemer te waarschuwen via doeltreffende veiligheids- of gezondheidssignalering.

U moet in de Risico-inventarisatie en -evaluatie (RI&E) aandacht besteden aan een evacuatieplan en de daarbij noodzakelijke veiligheidsborden en waarschuwingsborden. U moet uw werknemers informeren over de betekenis van de signalering.

Veiligheidssignalering dient te gebeuren door eenvoudige pictogrammen zonder overbodige details. De minimumvereisten zijn vastgelegd in Europese normen.

Afmetingen zijn niet vastgelegd, maar wel de verhouding tussen achtergrondkleur en kleur van de signalering.

Werkplekken met biologische agentia moeten duidelijk afgebakend en gemarkeerd worden met specifieke veiligheidssignalering.

Wat mag?

Lichte afwijkingen in de signalering zijn toegestaan, zolang er geen twijfel kan ontstaan.

Wat helpt?

Geef duidelijk aan wat verplicht is en wat verboden is.

Voorkom ongelukken met de juiste veiligheidsborden.

Het Normalisatie-instituut NEN heeft verschillende normen over veiligheidssignalering:

NEN 6088 over de brandveiligheid van gebouwen

NEN 3011 over veiligheidskleuren en veiligheidstekens

NEN-EN 50172 ontwerpnorm over noodverlichtingssystemen voor vluchtwegen

Persoonlijke beschermingsmiddelen

Gehoorbescherming, beschermende kleren of valbeveiliging zijn bedoeld om veilig en gezond te kunnen werken. Dit soort persoonlijke bescherming gebruikt u als alle andere preventieve maatregelen niet of onvoldoende helpen.

Wat moet?

Maak eerst een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E). U ziet dan snel wat de gezondheids- en veiligheidsrisico's binnen uw bedrijf zijn. En hoe u deze risico's kunt voorkomen.

Kunt u een risico niet voorkomen of onvoldoende beperken? Schaf dan persoonlijke beschermingsmiddelen aan. Met deze middelen kunt u voorkomen dat de gezondheid van uw werknemers in gevaar komt. Lopen uw werknemers bijvoorbeeld vaak in de regen? Koop dan waterafstotende bovenkleding.

Kijk altijd of de persoonlijke beschermingsmiddelen een CE-markering hebben.

Zo weet u dat ze tenminste voldoen aan de wettelijke eisen. Goede persoonlijke

beschermingsmiddelen zijn verder afgestemd op de werknemers die ze gebruiken. Ze voldoen aan de eisen uit het warenwetbesluit. En ze hebben een duidelijke gebruiksaanwijzing.

Bij een controle checkt de Arbeidsinspectie of u de juiste persoonlijke beschermingsmiddelen heeft. Is dit niet het geval, dan kunt u een boete krijgen. Geef uw werknemers voorlichting over het belang van persoonlijke beschermingsmiddelen. Leg ze ook uit hoe ze de middelen moeten gebruiken en onderhouden. U zult regelmatig moeten controleren óf de werknemers ook daadwerkelijk de persoonlijke beschermingsmiddelen gebruiken. De persoonlijke beschermingsmiddelen dient u gratis aan de werknemers te verstrekken.

Wat mag?

Het is belangrijk dat uw werknemers de beschermingsmiddelen gebruiken waar dat nodig is. Zorg ook dat ze de middelen goed onderhouden en goed opbergen. Leg daarom in de arbeidsovereenkomst of bedrijfsregeling vast hoe uw werknemers moeten omgaan met de persoonlijke beschermingsmiddelen. Houdt een werknemer zich niet aan de regels, dan kunt u een waarschuwing of berisping geven. Bij herhaling zelfs met een boete of ontslag. Neem in dat laatste geval wél contact op met uw branche-organisatie of advocaat.

Wat helpt?

Het is verstandig uw werknemers te betrekken bij de aanschaf van persoonlijke beschermingsmiddelen. Licht ze dan meteen voor over de noodzaak en het gebruik van de beschermingsmiddelen. Zo kunt u bedrijfsongevallen voorkomen.

Handbescherming

Het meest voorkomend letsel bij bedrijfsongevallen zijn verwondingen aan de hand. In Europa zouden hierdoor jaarlijks 1 miljoen werkdagen en 45 miljoen euro verloren gaan. Het verschaffen van handschoenen aan uw werknemers is dus geen overbodige luxe en vaak ook een verplichting, vooral als ze werken met scherpe/zware/ruwe materialen en agressieve stoffen.

Wat moet?

Er worden drie typen handschoenen onderscheiden:

1. Handschoenen die beschermen tegen 'mechanische' risico's. Deze verstrekt u uw werknemers als ze met scherpe, zware, puntige en/of ruwe materialen en gereedschap werken. Denk daarbij aan glas, metalen platen en zaagmachines. Ze zijn van leer of van de synthetische en meer snijbestendiger materialen Twaron en Kevlar:
2. Handschoenen die bescherming bieden tegen chemische stoffen. Natuurrubberen (latex) handschoenen zijn vloeistofdicht en uitstekend geschikt als er in uw bedrijf wordt gewerkt met zuren en logen. Gaat het om extreem sterke zuren dan kunt u beter handbescherming van Butylrubber aanschaffen.

Als uw werknemers handschoenen van Nitrilrubber gebruiken zijn ze goed beschermd tegen de risico's van oplosmiddelen. Handschoenen van Polyvinylchloride, beter bekend als PVC, zijn relatief goedkoop, en breed inzetbaar. Ze beschermen tegen de invloeden van oliën en vetten alsmede een aantal zuren, basen en oplossingen in water;

3. Handschoenen bij 'thermische' risico's - ofwel verbranding en bevriezing – kunnen van katoen of nylon zijn. Deze handschoenen worden ook in de elektronische, elektrotechnische en glasindustrie ingezet en bij de assemblage van auto's om te voorkomen dat er (schadelijke) vingerafdrukken op de producten komen. Handschoenen behoren tot de persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM's) en moeten dus een CE-merk hebben en voldoen aan de algemene en specifieke normen van het Nederlands centrum van normalisatie (zie www.nen.nl)

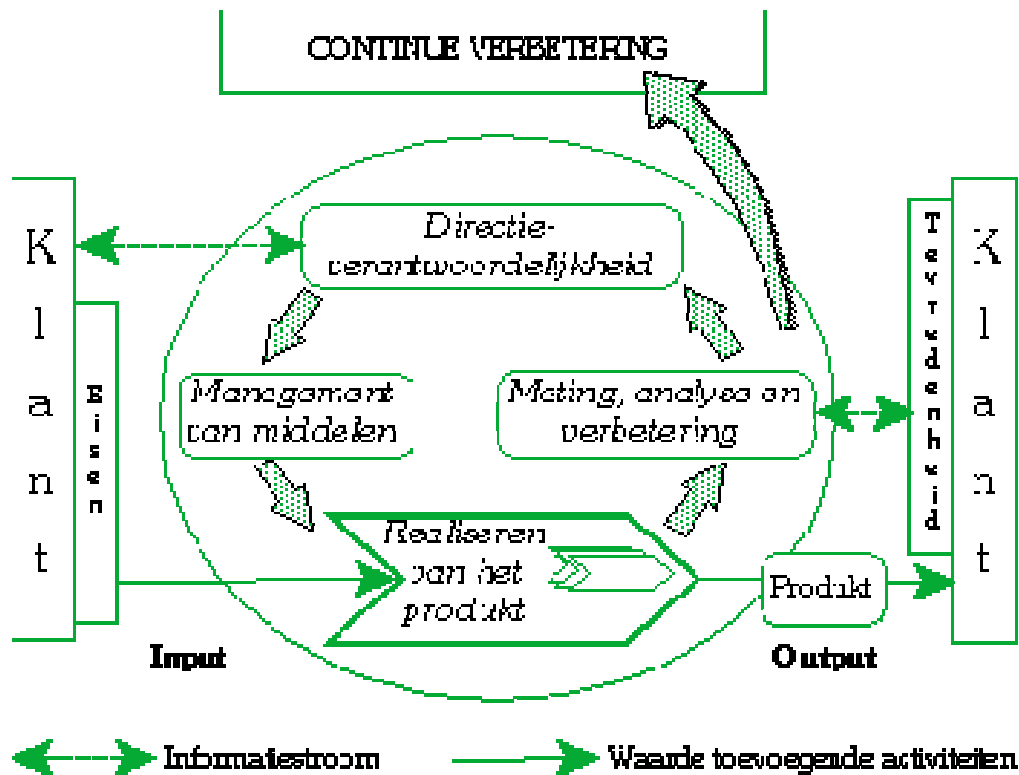
Wat mag?

Handschoenen van natuurlijke materialen als leer, katoen en latex hebben veel draagcomfort en verdienen dus de voorkeur als synthetische handbescherming niet echt noodzakelijk is. Katoen en splitleer 'ademen' en nemen transpiratievocht op. Latex handschoenen hebben een uitstekende pasvorm en de vingertoppen blijven gevoelig.

Wat helpt?

De leveranciers van handbescherming verstrekken veel nuttige en leesbare informatie op hun websites. [Www.slitex.nl](http://www.slitex.nl) weet te melden dat 35 tot 40 procent van alle bedrijfsongevallen leiden tot verwondingen aan de hand.

Bijlage 10: ISO 9001



Er is tegenwoordig nog steeds veel te doen over ISO 9001 en het bijbehorende certificaat. Daarbij doen veel hele en halve onwaarheden de ronde. Maar wat is nou de hele waarheid? Daarover proberen we in dit informatieblad duidelijkheid te geven.

Het uitgangspunt van de norm is een procesmodel voor kwaliteitsmanagement (zie hieronder). In het model worden de bedrijfsprocessen en de bedrijfscyclus weergegeven. Klanteisen, klanttevredenheid, en continu verbeteren zijn hierbij de sleutelwoorden. De onderdelen 'directieverantwoordelijkheid', 'management van middelen' en 'meting, analyse en verbetering' geven de randvoorwaarden aan die nodig zijn om het product (en/of de dienst) gerealiseerd te krijgen en om continu te kunnen verbeteren.

Wat betreft Klanteisen en -tevredenheid: het model begint en eindigt bij de klant. Deze geeft aan wat hij wil hebben, wat zijn verwachtingen zijn en waar het product aan moet voldoen. Vervolgens wordt het product en/of de dienst gemaakt en afgeleverd aan de klant (het realisatieproces). De mate van

tevredenheid van de klant geeft aan in hoeverre aan diens eisen is voldaan. Er moet nagegaan worden hoe tevreden de klanten zijn. Dit moet dan aan de medewerkers verteld worden, zodat die er weer rekening mee kunnen houden bij de uitvoering van de volgende aanvraag/opdracht.

Continu verbeteren neemt door de gehele norm heen een belangrijke plaats in. De organisatie moet aangeven hoe zij voortdurend met verbeteren bezig is. Hoe zorgt zij ervoor dat fouten niet alleen hersteld worden, maar dat er ook van geleerd wordt? Dus wat doet de organisatie om te voorkomen dat dezelfde fouten niet nog een keer plaatsvinden? Hoe stimuleert zij medewerkers om mee te denken over hoe de bedrijfsvoering beter kan? Is er bijvoorbeeld een luisterend oor bij de leidinggevenden of een ideeënbus? En wordt er ook wat gedaan met de aangedragen verbeteringen? (Lees ook over het belang van procesinnovatie.)

Om ervoor te zorgen dat een organisatie na het verbeteren niet terugvalt, maar de verbetering vasthoudt, zijn er zekerheden nodig: de borging. In de norm wordt kwaliteitsborging omschreven als: 'het aspect van kwaliteitsmanagement gericht op het geven van vertrouwen dat aan kwaliteitseisen zal worden voldaan'. Dit betekent ongeveer dat er een minimum kwaliteitsniveau van de werkzaamheden in de organisatie moet worden afgesproken en zichtbaar nageleefd, zodat het zeer waarschijnlijk is dat voldaan zal worden aan de verwachtingen van de klant (zie ook Wat is een kwaliteitssysteem?).

Hoe die kwaliteitsborging geregeld moet worden, is niet beschreven. Het is aan de organisatie zelf om dit te bepalen. Daarbij zijn veel situaties denkbaar waarin het zinnig is formulieren te gebruiken (bijvoorbeeld om te borgen dat alle stappen in een proces worden doorlopen). En er zijn veel situaties denkbaar waarin het zinnig is een handtekening te zetten (bijvoorbeeld om aan de volgende persoon in het proces te laten zien: 'mijn stukje proces is af'). Maar er zijn minstens evenveel situaties denkbaar waarin het niet zinnig is om een formulier te hebben of een handtekening te zetten.

De eisen van de norm zijn van toepassing op alle organisaties. In tegenstelling tot wat vaak wordt beweerd, schrijft de norm inhoudelijk niets voor! Bij het lezen van de norm valt op dat er maar heel weinig 'moet'. Wat er wel in de norm staat is dat er nagedacht moet worden over de organisatie, waaronder de taakverdeling (inclusief verantwoordelijkheden en bevoegdheden), en het duidelijk maken ervan aan alle medewerkers. En dat de procesbeheersing, ofwel de kwaliteitsborging, vastgesteld moet worden.

ISO 9001 bevat vijf hoofdstukken, die zijn weergegeven in het model, met aandachtspunten. Volgens die vijf hoofdstukken moet onder meer nagedacht worden over (kijk hier voor een uitgebreide opsomming):

- Kwaliteitsmanagementsysteem. Hoe verlopen de processen en hoe kunnen ze worden beheerst? Zijn hierbij documenten nodig? Zo ja, hoe wordt ervoor gezorgd dat de juiste documenten (voor productie,

dienstverlening of werkwijze) op het juiste moment op de juiste plaats zijn?

- Directieverantwoordelijkheid. Wat zijn het beleid en de doelstellingen van de onderneming? Op welke manier wordt hier invulling aan gegeven? Hoe zijn de taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden verdeeld? Hoe toont de directie haar betrokkenheid bij de opzet en het onderhoud van het kwaliteitssysteem (zie ook de directiebeoordeling)?
- Management van middelen. Hoe zorgt de onderneming tijdig voor de juiste middelen en faciliteiten (zoals werkruimte, uitrusting, software)? Welke opleiding en ervaring zijn nodig voor de verschillende functies en hoe wordt hierin voorzien?
- Realiseren van het product. Snapt de organisatie wat de klant vraagt? Kan dat geleverd worden? Hoe wordt getoetst of het ontwerp steeds aan de eisen voldoet? Hoe zorgt de onderneming ervoor dat zij datgene geleverd krijgt wat ze wil hebben? Hoe wordt het feitelijke productie- of dienstverleningsproces beheerst? Bijvoorbeeld: Op welke wijze moet er gewerkt worden en is dit, waar nodig, vastgelegd? Zijn de producten uniek herkenbaar en worden ze zorgvuldig behandeld (en hoe worden goede producten onderscheiden van afkeur)?
- Meting, analyse en verbetering. Op welke manier wordt de klant(on)tevredenheid bewaakt en wordt gecontroleerd of de processen en de producten aan de eisen (blijven) voldoen? Op welke wijze worden opgetreden fouten (in het proces of in het produkt) zó afgehandeld dat herhaling van diezelfde fout onwaarschijnlijk is (reactie)? Hoe kan het optreden van fouten worden voorkomen (pro-actief)?

In de vijf hoofdstukken van ISO 9001 is vooral aandacht voor het primaire proces (ofwel de productie van goederen/het totstandkomen van diensten), de wisselwerking met de klant en het continu verbeteren. Onderwerpen als personeelsbeleid en financiën komen niet, of slechts zijdelings, aan de orde. Evenmin wordt ingegaan op de methode van produceren. ISO 9001 is dus een model dat uitstekend gebruikt kan worden bij de kwaliteitsborging van de primaire processen van zowel productie- als van dienstverlenende bedrijven.

Wat is het verschil van de al eerder genoemde norm 'ISO 9001' met 'ISO 9000' en 'ISO 9004'?

De norm ISO 9000 bevat de grondbeginselen van kwaliteitsmanagement en een lijst met kwaliteitsdefinities. De term ISO 9000 wordt ook gebruikt om de hele serie aan te duiden die met 900.. begint. ISO 9004 bevat aanwijzingen voor het laten groeien van een kwaliteitsmanagementsysteem naar Integrale kwaliteitszorg. Deze norm is bedoeld voor organisaties die verder willen gaan dan ISO 9001 en de totale prestaties van een organisatie willen verbeteren. Overigens is de ISO 9004 geen norm waar een certificaat voor gehaald kan worden, maar is bedoeld om als richtlijn te dienen. ISO 9001 is dus de enige van deze normen die eisen bevat voor een kwaliteitsmanagementsysteem en die gebruikt wordt voor certificatie.

Waarom 'doen' organisaties aan ISO 9001?

Redenen om het kwaliteitsmanagement structureel in te vullen zijn zowel intern als extern van aard. Interne redenen die veel voorkomen zijn: klantgerichter gaan werken, duidelijkheid voor medewerkers en kostenbesparing. Als externe redenen worden vooral vaak genoemd: concurrentievoordeel en de eis van klanten. Voor een individuele organisatie gelden meestal combinaties van deze (en andere) redenen.

Is ISO 9001 het walhalla?

ISO 9001 is een hele goede start met kwaliteit in een organisatie. Het introduceert namelijk de kwaliteitsborging in een organisatie. Daarnaast is er een expliciete koppeling met klantenwensen en -tevredenheid. En wordt een organisatie gestuurd om continu te verbeteren. Beheersing van alle processen, medewerkers(on)tevredenheid en financiën zijn enkele van de zaken die wel aan bod komen bij de complete benadering van kwaliteitszorg: Total Quality Management (in het Nederlands: Integrale kwaliteitszorg). Voor een uitgebreide uitleg daarover, zie Wat is Total Quality Management?.

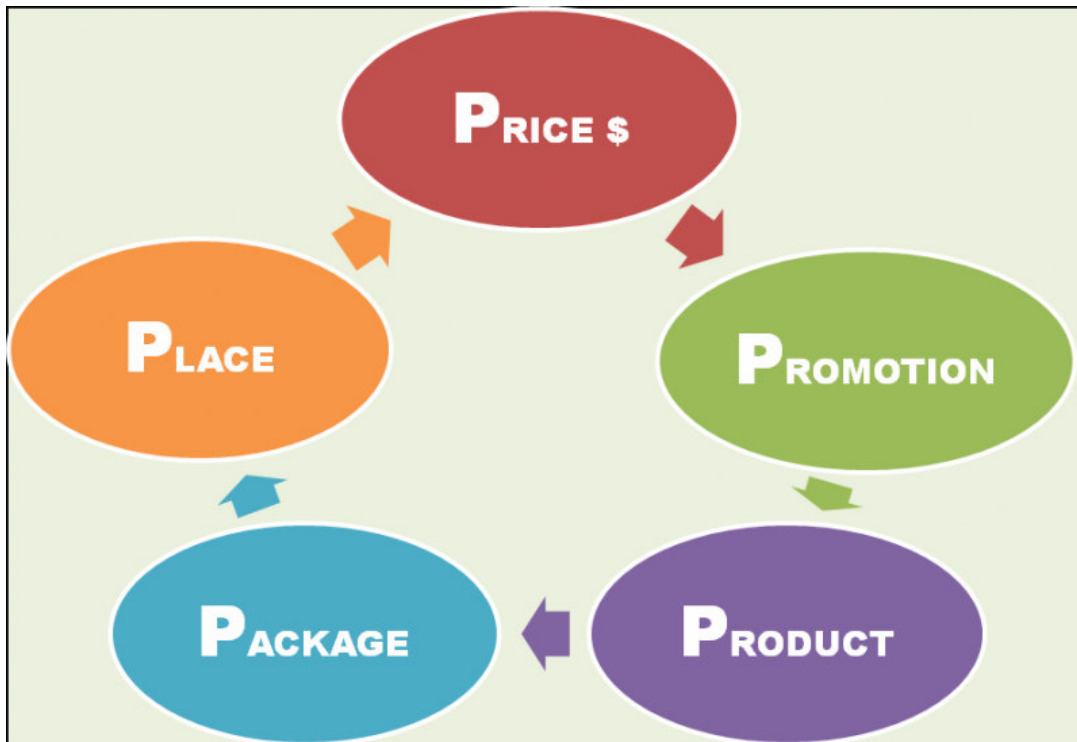
Conclusie

ISO 9001 is dus geen uitnodiging tot het bedrukken van enorme stapels papier, of tot het bedenken van allerlei activiteiten die totaal niets aan de kwaliteit van de organisatie of aan het kwaliteitssysteem toevoegen, maar wel een goede start op weg naar integrale kwaliteitszorg.

En de bewering 'dat moet van ISO' kan in de prullenbak.

Bron: www.adburdias.nl

Bijlage 11: Marketingmix



Definitie

De marketingmix is de strategische combinatie van, en onderlinge afstemming tussen, de instrumenten die een onderneming ter beschikking heeft om de markt waarop zij actief is te bewerken.

Oorsprong

Het begrip marketingmix zelf is terug te voeren op een publicatie van Neil Borden in 1964. Borden gebruikte de term echter al in 1949. Hij zou deze bedacht hebben tijdens het lezen van de metafoor van James Culliton van de zakenman als kok:

«(An executive is) "a mixer of ingredients, who sometimes follows a recipe as he goes along, sometimes adapts a recipe to the ingredients immediately available, and sometimes experiments with or invents ingredients no one else has tried."»

Nederlandse vertaling:

«(Een zakenman is) "iemand die ingrediënten mixt, waarbij hij soms een bestaand recept volgt, soms een bestaand recept aanpast aan de ingrediënten die hij voorhanden heeft en soms experimenteert met ingrediënten of zelfs nieuwe ingrediënten verzint die nog nooit iemand geprobeerd heeft."»

De meest bekende invulling van dit concept komt voor rekening van Jerome McCarthy. Hij stelt dat marketeers in essentie vier variabelen of ingrediënten kunnen gebruiken bij het opstellen van een marketingplan. Deze variabelen zijn prijs, promotie, product en plaats, vaak de 4Ps genoemd.

Op langetermijn zijn al deze vier elementen te beïnvloeden, maar op de kortetermijn zijn vooral product en plaats (ook wel distributiekanaal) moeilijk te beïnvloeden. Daarom worden marketeers op kortetermijn gedwongen zich te beperken tot de helft van hun instrumentarium en wordt tevens het belang van langetermijn strategisch plannen duidelijk, omdat slechts op langetermijn het product of het distributiekanaal aan te passen is.

Originele mixinstrumenten (de 4p's)

Het originele 4P model van McCarthy is vele malen uitgebreid en aangepast. Veel van deze uitbreidingen kunnen met een ruime interpretatie van de oorspronkelijke 4Ps ook onder dat model gelezen worden. Toch kiezen zowel wetenschappers, de makers van tekstboeken en vooral adviesbureau's ervoor om uitbreidingen in de vorm van aparte marketingmixfactor te benoemen. Meestal ligt de oorzaak erin dat er behoefte bestaat om specifiek aandacht aan een (deel)aspect te besteden.

Personeel (people)

De kwaliteit van het personeel kan essentieel zijn bij de beleving van het productaanbod. Niet alleen is personeel essentieel als visitekaartje, maar ook in de vorm van verkopers of (after sales) service medewerkers vormen zij een doorslaggevende factor voor uiteindelijke klanttevredenheid.

De P van people komt onder andere voor in het zeven P model van Booms en Bitner (1981). Hiermee willen zij vooral wijzen op het belang van mensen in alle overige marketingmix instrumenten.

Bron: www.wikipedia.nl

Bijlage 12: Inventarisatie uitbesteding print/kopieer opdrachten

opdrachtoomschrijving	Prijs per eenheid
fotokopie a4 enkelzijdig	€ 0,07
boren, 4 boorgaten	€ 0,02
fotokopie a3 enkelzijdig	€ 0,20
quickprint enkelzijdig a4 aflopend	€ 0,26
snijden	€ 3,40
kopie papier 080 DIN formaat a1	€ 2,79
bindrug plastic 21 rings aantal vel: 48	€ 1,12
quickprint a4 dubbelzijdig papier: colortech100	€ 0,62
vouwen per slag	€ 0,02
nieten 2 x nietje linkerzijde	€ 0,12
quickprint a4 dubbelzijdig papier: colortech120	€ 0,35
plastic voor en achterblad formaat a4	€ 0,29
fotokopie a4 enkelzijdig papier: colortech 120	€ 0,35
bindrug linnen breedte/klan: 14 mm	€ 1,59
bindrug linnen breedte/klan: 16 mm	€ 1,69
bindrug plastic 21 rings aantal vel: 35	€ 0,86
bindrug plastic 21 rings aantal vel : 42	€ 1,07
plot FC formaat a1 toeslag mat: photo glossy	€ 24,88
bindrug linnen breedte/klan: 0,8 mm	€ 1,14
nietjes 1 keer linksboven	€ 0,07
plot PC formaat a0	€ 25,61
plasticficeren 420x594 mm toeslag: glashelder	€ 3,97
inhangen in unibinder	€ 1,14
quickprint a3 enkelzijdig papier:colortech 100	€ 0,31
geniet in de rus formaat a5 vel per boek: t/m 16	€ 0,30

Bijlage 13: Producten en dienstenlijst

Reproductie		Tarief
Afdruk	Zwartwit afdruk A4 enkelzijdig	
	Zwartwit afdruk A4 dubbelzijdig	
	Zwartwit afdruk A3 enkelzijdig	
	Zwartwit afdruk A3 dubbelzijdig	
	Kleur afdruk A4 enkelzijdig	
	Kleur afdruk A4 dubbelzijdig	
	Kleur afdruk A3 enkelzijdig	
	Kleur afdruk A3 dubbelzijdig	
Papier		
	Papier, A4, wit, 80 gr.	
	Papier, A3, wit, 80 gr.	
	Papier, A4, wit, 120 gr.	
	Papier, A3, wit, 120 gr.	
	Papier, A4, gekleurd, 80 gr.	
	Papier, A3, gekleurd, 80 gr.	
	Papier, A4, gekleurd, 120 gr.	
	Papier, A3, gekleurd, 120 gr.	

Afwerking		
	nieten, 1 nietje	
	nieten, 2 nietjes	
	inbinden wire-o	
	Inbinden lijmrug	
	Inhangen in mappen	
	brocheren (geniet boekje)	
	lamineren A5	
	lamineren A4	
	lamineren A3	
	snijden	
	vouwen	
	boren	

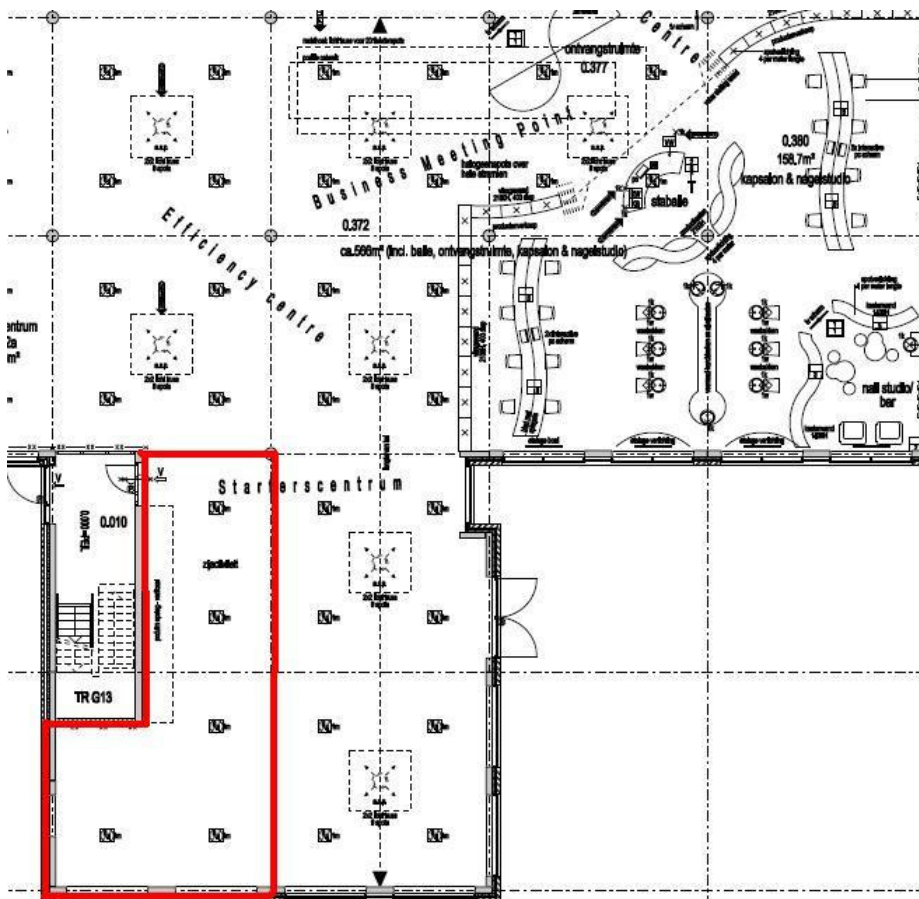
Diversen		
	CD	
	DVD	
	zwartwit scan	
	kleuren scan	
	branden op CD/DVD	
	DTP werkzaamheden per uur	

*** Tarieven zijn in euro's, exclusief btw**

Bijlage 14: Plattegrond locaties copyshops



Bijlage 15: Plattegrond begaande grond gebouw Laakhaven, locatie copyshop



Bijlage 16: Concept SLA

Levertijden

- Gebaseerd op A4-afdrukken. A3 formaat = 2 stuks A4-afdrukken;
- Automatisch nieten (op de machine) geeft geen aanpassing in levertijd;
- Andere nabewerking zoals inbinden, snijden, rillen et cetera in overleg en zijn afhankelijk van oplage.

Zwart/wit afdrukken (direct te printen vanuit standaard applicatie) of te kopiëren:

Aantal afdrukken	Levertijd
Tot 500	Klaar terwijl u wacht
Tot 10.000	Binnen 1 werkdag
Tot 20.000	Binnen 2 werkdagen
Meer dan 20.000	In overleg

Full-Colour kleur afdrukken (direct te printen vanuit standaard applicatie) of te kopiëren:

Aantal afdrukken	Levertijd
Tot 200	Klaar terwijl u wacht
Tot 1.000	Binnen 1 werkdag
Tot 2.000	Binnen 2 werkdagen
Meer dan 2.000	In overleg

Bijlage 17: Klantrapportage waarbij de omzet per maand per kostenplaats wordt aangegeven

Omzet klantnr. XX, verdeeld per kostenplaats (Bedragen per kostenplaats)								
Referentie 1	Referentie 2	Totals Bedrag	200401 Bedrag	200402 Bedrag	200403 Bedrag	200404 Bedrag	200405 Bedrag	200406 Bedrag
1-001-00 Algemeen	1-001 Ex. Opl.	50,85						-
1-001-00 Algemeen	2-100 ROC Uit. Verzor	556,26	42,53				136,09	74,01
1-001-00 Algemeen	2-170 ROC Zorgsector	968,99	46,20	40,82			5,44	37,26
1-001-00 Algemeen	2-180 ROC Welz.ssect	8,63						
1-004-02 E&A	1-004 Ex. Dienstverl	115,23	50,82		22,00		42,41	
1-004-03 H&M	1-004 Ex. Dienstverl	2,24					2,24	
1-005-00 Algemeen	1-005 Ex. Zorg & Wel	2.885,13	1.495,25	35,75	287,10	326,46	253,05	38,83
1-005-02 Zorg	1-005 Ex. Zorg & Wel	239,10		239,10				
2-010-00 Algemeen	2-010 ROC Autobr. &	18.350,95	1.204,88	880,98	1.840,24	615,65	961,33	2.485,51
2-010-00 Algemeen	2-100 ROC Uit. Verzor	12,60						
2-010-00 Algemeen	2-170 ROC Zorgsector	38,12						
2-010-02 Afd.1 A&M Jeurissen	2-010 ROC Autobr. &	152,70	28,66	65,17	20,51	6,34	18,74	13,28
2-010-03 Afd.2 A&M Lind/Verm	2-010 ROC Autobr. &	3.157,37	728,30	382,87	170,93	255,70	233,25	910,90
2-010-04 Praktijklokaal 1.A&M	2-010 ROC Autobr. &	2,61			2,61			
2-020-11 Algemeen	2-020 ROC Transp.& L	6.482,90	215,00	369,63	268,96	318,99	161,97	402,79
2-020-13 Vakgroep T&L	2-020 ROC Transp.& L	911,55	70,46	140,01	130,82	559,34		10,92
2-020-13 Vakgroep T&L	2-200 ROC Voortgezet	5,11				5,11		
2-030-00 Algemeen	2-030 ROC Afbouw- &	893,56	53,58		27,11			11,25
2-040-00 Algemeen	2-040 ROC Bouwk.& Bo	5.513,40	1.601,59	360,12	436,73	253,83	220,13	265,82
2-050-00 Algemeen	2-050 ROC Hout/Maube	7.950,92	897,47	626,50	277,76	130,27	128,32	264,47
2-060-00 Algemeen	2-060 ROC ElektroTec	23.491,47	2.554,29	2.879,08	1.691,39	509,11	1.326,33	1.426,91
2-070-00 Algemeen	2-060 ROC ElektroTec	45,96			45,96			
2-070-00 Algemeen	2-070 ROC Installati	7.034,53	316,83	564,09	474,93	430,94	591,57	338,95
2-080-00 Algemeen	2-070 ROC Installati	365,49				365,49		
2-080-00 Algemeen	2-080 ROC Werktuigbo	22.129,95	1.504,25	1.391,60	1.278,39	2.496,31	650,05	3.538,75
2-080-01 Algemeen BCL Metaal	2-080 ROC Werktuigbo	1.023,35	83,89	185,81	12,28	26,76	31,34	14,11

Bijlage 18: Rapportage waarin de bedragen en volumes zijn uitgesplitst op artikelniveau

Omzet en verbruik klanten kpl 500.2059 XXX (Bedragen en aantallen)						
Klantgrp	Naam Klantgrp	Klantnr.	Article Code	Article	Totals Bedrag	Totals Aantal
700065	ROC	102408	1201910002	Opmaak DTP activiteiten per minuut	315,02	1
700065	ROC	102408	1202950001	Bedrag inzake Scannen van Documenten	37	1
700065	ROC	102408	1202990002	Scannen afbeelding	87,48	1
700065	ROC	102408	1202990008	Scannen formaat A3	4,38	1
700065	ROC	102408	1301010001	Afdruk Zwart/Wit A4 enkelz ana	277383,96	1
700065	ROC	102408	1301010003	Afdruk Zwart/Wit A3 enkelz ana	3430,48	1
700065	ROC	102408	1301010014	Afdruk Zwart/Wit A4 uit boek	290,39	1
700065	ROC	102408	1301010015	Afdruk Zwart/Wit A4 uit map	1124,98	1
700065	ROC	102408	1301010016	Afdruk Zwart/Wit A3 uit map	26,49	1
700065	ROC	102408	1301070131	Vel Bedrukt Papier A0	122,82	1
700065	ROC	102408	1301070132	Vel Bedrukt Papier A1	1542,08	1
700065	ROC	102408	1301070133	Vel Bedrukt Papier A2	751,68	1
700065	ROC	102408	1301070134	Vel Bedrukt Papier A3	99,44	1
700065	ROC	102408	1301070177	Print Grootformaat A2	23,1	1
700065	ROC	102408	1301090001	Afdruk Kleur A4 enkelz ana	70682,4	1
700065	ROC	102408	1301090004	Afdruk Kleur A3 enkelz ana	16234,56	1
700065	ROC	102408	1301090007	Afdruk Zwart/Wit A4 enkelz ana (kleur)	7021,18	1
700065	ROC	102408	1301130004	Afdruk Kleur A3 enkelz dig	3,1	1
700065	ROC	102408	1301910007	Sorteren per vel A4 (handmatig)	193,09	1
700065	ROC	102408	1301910008	Sorteren per vel A3 (handmatig)	2,98	1
700065	ROC	102408	1301910012	Werkzaamheden per minuut	676,62	1
700065	ROC	102408	1301910017	Vullen map 3 cm	621,51	1
700065	ROC	102408	1301910018	Vullen map 5 cm	145,96	1

Bijlage 19: Webportal Océ

Webportal voor aanlevering opdrachten

Opdrachten kunnen op verschillende manieren worden aangeleverd.

- Fysieke originelen met opdrachtbon aan de balie van de copyshop;
- Aanleveren van opdrachten op digitale media (DVD, CD-rom en/of USB-stick)
- Digitale aanlevering middels e-mail.

Océ biedt tevens aanvullende mogelijkheden en voorzieningen voor het digitaal aanleveren van repro-opdrachten.

Océ kan twee systemen implementeren om digitaal aanleveren mogelijk te maken:

- 1. Portal op intranet (van de klant) of internet.**
- 2. Océ Doc Works®.**

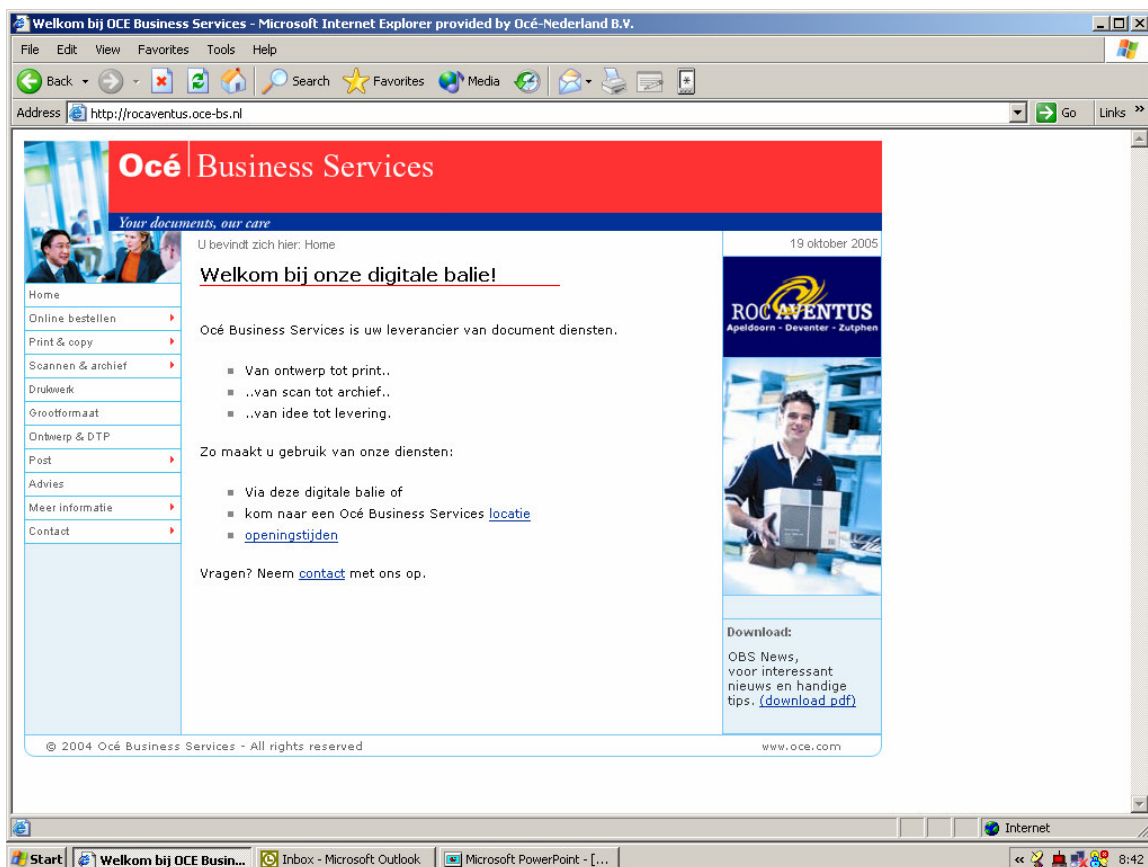
Ad.1 Portal op het intranet/internet

Via de implementatie van een portal op het intranet worden allerhande diensten ontsloten aan de interne klant. De klant kan via de portal opdrachten plaatsen, maar ook vragen stellen. Voor het plaatsen van een opdracht wordt feitelijk hetzelfde aanvraagformulier ingevuld, maar nu kan het document digitaal worden meegezonden.

Bij haar klanten zet Océ de portal breed in en kan deze naast het plaatsen van repro-opdrachten ook ingezet worden voor tal van andere zaken zoals:

- Aanvragen van drukwerk;
- Aanmaken van visitekaartjes;
- Aanmelden van mailingen;
- Opvragen van archiefdossiers;
- Het aanmelden van storingen aan decentrale apparatuur;
- Informatie vergaren over de mogelijkheden die Océ te bieden heeft.

Onderstaand is een voorbeeld weergegeven van een portal die momenteel gebruikt wordt door ROC Aventus.



Een voordeel van de portal is dat deze simpel geïnstalleerd kan worden. De digitale opdrachtbon, die via de portal kan worden ingevuld, beschikt over de functionaliteit om documenten om te zetten in een PDF formaat. Evenals Océ Doc Works, dat hieronder wordt uitgewerkt.

Ad.2 Océ Doc Works

Océ Doc Works voldoet aan de wens om vanaf de werkplek printopdrachten te kunnen versturen naar het reprocentrum door middel van een digitale opdrachtbon. Deze software geeft een automatische terugkoppeling aan de interne klant als een werkopdracht gereed is. Dit verhoogt het gemak voor de key-operator. Océ Doc Works fungeert als digitale brug tussen kantoor en het reprocentrum.

Met Océ Doc Works kan evenals met de Océ Portal een repro digitaal ontsloten en voor iedereen toegankelijk gemaakt worden. Een voorbeeld: een medewerker van ROC Mondriaan wil vanaf zijn of haar werkplek een bestand (kleur of zwart-wit) naar de het reprocentrum sturen. De medewerker activeert Océ Doc Works en op dat moment verschijnt een elektronische opdrachtbon op het scherm van de medewerker. Deze opdrachtbon wordt samengesteld in samenwerking met ROC Mondriaan en voorziet in alle keuzemogelijkheden voor de klant om volledig gebruik te kunnen maken van de faciliteiten op de repro. In deze programmeerbare opdrachtbon is het gehele servicepakket van de repro verwerkt. In geval van nieuwe vormen van dienstverlening is de bon onmiddellijk aan te passen. De operator kan daar met een aantal commentaarregels ook nog eens extra de aandacht op vestigen ('Nu ook A3 in kleur mogelijk'). Indien gewenst kunnen medewerkers hun printopdracht in PDF-bestand previewen. Indien akkoord, wordt de opdrachtbon definitief verzonden. Hierdoor beschikken de klant en het reprocentrum op hetzelfde moment over exact hetzelfde document.

When your document is converted you can view it.
Available for preview.

Vanaf 1 april 2000 ook full colour afdrukken mogelijk

Job ticket:

- Document
 - Title:
 - Author:
- Owner
 - User name: **Kwik**
 - Department: **Duckstation 2**
 - Location: **3R025**
 - Company: **Green oil**
 - Telephone number: **+31773591111**
 - E-mail address: **Kwik@greenoil.nl**
 - Account:
- Media
 - Cover
 - Media type: Paper
 - Media weight: 80 gram/m2
 - Media color: White
 - Media size: A4

Help Send Cancel

In de overzichtelijke Océ Doc Works reproserver kunnen opdrachten samengevoegd worden en indien nodig verschillende handelingen plaatsvinden, zoals digitaal inslagschema, gescand document invoegen in digitaal bestand, splitsen van een opdracht in kleur en zwart-wit, et cetera. Kortom; het plannen, beheren en produceren van digitale opdrachten op een eenvoudige en overzichtelijke manier met zo min mogelijk handelingen voor repromedewerkers, maar met een optimale dienstverlening naar de interne klanten.

De klant krijgt een automatisch door Océ Doc Works gegenereerde e-mail zodra de medewerker van het reprocentrum het document in behandeling neemt. Zodra deze medewerker het document gereed meldt, wordt er weer een automatisch gegenereerde e-mail verzonden naar de klant als melding dat de opdracht gereed is en dat deze volgens gemaakte afspraak opgehaald dan wel met interne post gebracht gaat worden. Een decentrale opdrachtgever weet dus altijd wat de status is van de verstuurd opdracht.