

## Investeren in werknemers, dát levert pas echte winst op

Tijdens economisch magere tijden snijden bedrijven vaak in de kosten voor het opleiden van hun personeel. Dat is toch geen eerste levensbehoefte. Denken ze. Tja u bespaart als werkgever zeker wat centen op korte termijn. Op korte termijn, want werkgemers die verder kijken, weten dat dit geen langetermijnvisie is.

Mensen blijven in deze moderne tijden al lang niet meer hun hele leven bij een en hetzelfde bedrijf werken. En dat is helemaal niet erg. Want de kennis die werknemers bij het ene bedrijf opdoen, nemen ze mee naar de volgende baan. Niet alleen de werknemer ontwikkelt zich op deze manier, ook bedrijven blijven hierdoor scherp.

Werknemers die blijven leren zijn gemotiveerd en betrokken. Dát is precies de reden dat we veel investeren in onze vakmensen. Onder andere door middel van opleidingstrajecten via gerenommeerde scholen. Dankzij deze opleidingen blijven werknemers op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen op hun vakgebied. En er is nog een voordeel: hoe meer kennis iemand heeft, hoe flexibeler hij ingezet kan worden bij verschillende bedrijven.

We kennen allemaal de uitspraak: wat je geeft krijg je uiteindelijk altijd terug. Daar ben ik het niet mee eens. Wat je geeft, krijg je altijd driedubbel terug.

Theo Das  
Directeur Mailprofs  
Uitzendbureaux

De flexibele professionals

### Colofon

Uitgave oktober 2011  
Mailprofs Actueel is een uitgave van Mailprofs Uitzendbureaux, Vliethof 62, 2291 RZ WATERINGEN.  
T: 0174 219100  
F: 0174 219101  
E: info@mailprofs.nl  
I: www.mailprofs.nl  
Mailprofs Actueel verschijnt 4 x per jaar.  
Redactie: Marieke Ordelsmans, Michelle Pronk  
Fotografie: Floris de Jong, Frank van der Burg en Esther Keim

## Gezocht: DIV'er nieuwe stijl (36 uur/week)



Het gonst al een tijdje in de DIV-wereld, maar het lijkt erop dat de digitalisering nu daadwerkelijk doorzet. Overheidsorganisaties hakken knopen door en besluiten hun beleid op het gebied van informatievoorziening en -beheer grondig aan te pakken. Een must, want door de kabinetsplannen, veranderingen in wet- en regelgeving, nieuwe technologie, maar ook door de sterk veranderde informatiebehoefte van zowel interne als externe klanten moet er binnen nu en een paar jaar veel zijn veranderd.

Nonja Voorhaar, productmanager DIV bij Mailprofs, ziet ook dat de branche op een keerpunt zit. 'Het beste voorbeeld is de hoeveelheid vacatures die opduiken waarin men vraagt naar hoogopgeleid DIV personeel. Mensen met HBO denk- en werkniveau, een proactieve houding en die kunnen organiseren, adviseren en over voldoende overtuigingskracht beschikken om de gehele organisatie mee te krijgen bij de vervolgstappen in het proces van het digitaliseren van de informatievoorziening', aldus Voorhaar. Dat deze ervaren kandidaten lastig te vinden zijn, beaamt Eric Kokke, marketing & sales manager bij SOD-Opleidingen, één van de partners waar Mailprofs intensief mee samenwerkt. 'DIV is veranderd. Het traditionele papieren archief bestaat nog maar voor een klein gedeelte. De rol van DIV'ers verschuift van

operationeel naar regiserend en adviserend. De medewerker nieuwe stijl moet ook beleidsplannen kunnen schrijven en een strategie uitzetten. Omdat er zo'n 1000 overheidsbedrijven zijn en de HMDI opleiding (4-jarige HBO-bachelor geaccrediteerde opleiding die zich specifiek richt op informatievoorziening, red.) gemiddeld maar zo'n 60 studenten per jaar heeft, is het bijna zoeken naar de spreekwoordelijke speld in de hooiberg. Samen met Mailprofs hebben wij hier nu een oplossing voor bedacht in de vorm van het maatwerktraject HMDI 'DIV adviseur'. Zo kunnen we samen flexkrachten opleiden tot volwaardige adviseur en zo het aanbod HBO-opleide nieuwe DIV'ers vergroten.'

### De HBO trainees

Het opleidingstraject van één jaar bestaat uit het behalen van 9 deelcertificaten afkomstig uit de

eerste drie leerjaren van de voltallige HMDI opleiding, zoals Informatiemanagement, informatietechnologie, recordmanagement en management en organisatie. Dit opleidingstraject is in combinatie met 4 dagen per week werken. Kokke: 'Wij adviseren samen met Mailprofs een trainee omdat die al lerende met uw organisatie meegroeit en tijdens de opleiding heel specifieke cases uit de praktijk leert en deze direct binnen uw organisatie kan toepassen. De opdrachten tijdens de training zijn erg persoonlijk en problemen uit de organisatie worden als studiemateriaal gebruikt. Zo lost de adviseur samen met een expert al uw problemen op en snijdt het mes aan twee kanten.' Kokke vult aan: 'Deze DIV adviseurs stappen een overheidsorganisatie binnen met een verse blik en zijn gemotiveerd en leren snel. Dit zorgt voor het beste rendement en continuïteit voor uw organisatie, want ook na afronding van het traject blijft u bij u werken.'

### Verlies het papier nog niet uit het oog

Waar zowel Kokke en

Voorhaar op willen wijzen, is dat overheidsorganisaties niet te snel de uitvoerende DIV'er aan de kant moet zetten. De aankomende vijf jaar zullen er ook nog veel uitvoerende werkzaamheden bij de postregistratie, dossiervorming en vernietiging blijven liggen. 'Het proces van analoog naar digitaal gaat tenslotte niet over één nacht ijs. 'Echter', benadrukt Voorhaar, 'het is voor organisaties die een openstaande vacature hebben op de DIV afdeling, slim om niet alle energie te steken in het vinden van een geschikte ervaren DIV medewerker, maar investeer liever in een trainee; een kandidaat met HBO denkniveau die meteen ingezet kan worden bij de verdergaande digitalisering van de informatievoorziening. Voor de uitvoer kunt u dan flexpersoneel inzetten.' Kokke: 'Wij trainen ook de DIV medewerkers van Mailprofs. Zij volgen een 13,5 daagse praktijkgerichte maatwerkopleiding, bestaande uit onderdelen van de SOD I opleiding, gericht op documentregistratie, dossiervorming/opschoning, operationele digitalisering en klantgerichtheid

en zijn zodoende op de hoogte van de laatste up to date vakinformatie. Deze opgeleide DIV medewerkers denken in digitale processen, waardoor ze na een aantal jaren op de werkvloer kunnen doorstromen naar een coördinerende of adviserende functie. Op die manier haalt een organisatie zijn investering er nu en in de toekomst ook weer uit.'

### Wat u erin stopt...

Haalt u er ook weer uit. Die boodschap wil Mailprofs uitdragen aan haar klanten. 'Door met een HBO trainee of DIV medewerker van Mailprofs in zee te gaan, behaalt u veel rendement. Waarom? 'Omdat er hiervoor drie cruciale elementen nodig zijn die wij samen met SOD-Opleidingen en de klant zelf leveren', zegt Voorhaar. 'De kracht van Mailprofs is het werven en selecteren van gemotiveerde mensen met aanleg voor het vakgebied, SOD-Opleidingen is de specialist in opleiden en de opdrachtgever zorgt er uiteindelijk voor dat de trainee of DIV medewerker de kennis direct in de praktijk kan brengen. En zo is de cirkel rond', eindigt Voorhaar.

## Meer rendement uit onderzoek en onderwijs

Nederlandse bedrijven hebben een uitstekende uitgangspositie om de groeimarkten van morgen te veroveren. Maar dan moet er wel meer rendement gehaald worden uit de investeringen in onderwijs en onderzoek. Dit vindt minister Verhagen. Nederland moet het aanwezige talent beter mobiliseren. De lat in het hoger onderwijs moet omhoog, dit geldt voor zowel studenten als universiteiten. Verhagen wil dat universiteiten en hogescholen zich verder specialiseren. Op die manier ontstaan er topopleidingen die zich internationaal onderscheiden. Uiteindelijk zal deze maatregel ervoor zorgen dat het groei vermogen in Nederland wordt vergroot. Nederland kan op deze manier niet alleen profiteren van de opkomende markten, maar ook bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke problemen. Denk bijvoorbeeld aan het ontwikkelen van een landbouwmanier die straks negen miljard mensen kan voeden. (Bron: Rijksoverheid.nl)



## Van intranet naar social media

Steeds meer mensen maken gebruik van social media, maar binnen de muren van een organisatie staat social media nog in de kinderschoenen. Dit komt met name door een afwachtend of ontbrekend beleid van de werkgevers. Dit blijkt uit een onderzoek van Viadesk, een bedrijf gespecialiseerd in online professioneel samenwerken. Het is niet zo dat social media helemaal niet gebruikt wordt. Werknemers delen wel degelijk ideeën, links en informatie, stellen vragen en posten nieuws. Maar social media op de werkvloer wordt voornamelijk gebruikt als netwerkmedia en niet om het projectmatige samenwerkingsproces te ondersteunen. In zowel grote als kleine bedrijven is er een toenemende noodzaak om de verouderde en logge intranetten te vervangen door nieuwere systemen die socialer, interactiever en vooral effectiever zijn, aldus Viadesk.

# De postkamer in beweging

De postkamer is volgens Marian Veldhuizen, adviseur opleiding en training bij Service Point, bij een aantal bedrijven nog steeds een ondergeschoven kindje. Onterecht, zegt zij. Juist omdat het in de postwereld om dubbeltjeswerk gaat, kunt u met de juiste scholing meer waarde bieden en veel besparen.

Bedrijven hebben te maken met veel documentstromen. Service Point is in staat deze te managen en efficiënter in te richten. Een belangrijke taak; de opdrachtgevers kunnen zich dan op de kernactiviteit richten en zijn tegelijkertijd verzekerd van een goed beheer van de documentstromen met behulp van geschoolde mensen en innovatieve technieken. Naast het beheren van deze poststromen, leidt Service Point ook postkamer- en document medewerkers op. 'Veldhuizen: Mailprofs en Service Point kennen een lange samenwerkingshistorie. Zo worden de flexkrachten bij ons klaargestoomd voor het gespecialiseerde werk. Eén van de trainingen die wij geven is Document medewerker, waarbij de flexkrachten in 6 dagen tijd les krijgen in digitaal werken, de ins & outs van de postkamer leren en klantgerichtheid bijspijkeren. Tot slot is er ook nog een stage bij onze digitale postkamer. De training zorgt ervoor dat de flexkrachten de werkvloer betreden als allround postkamer medewerker met relevante kennis van post, repro en digitalisering. Zowel analoge als digitale kennis wordt bijgebracht, want voor uitvoerende medewerkers is dit nog altijd erg van belang. De opgeleide krachten kunnen klantgericht werken en zijn breed inzetbaar. We focussen

ons veel op praktijkgericht werken. Zo hebben we een model postkamer waarbij de flexkrachten letterlijk worden ondergedompeld in de postwereld.'

### Digitale tendens bij bedrijven

Een wereld die net zoals bij overheidsorganisaties flink in beweging is. Veldhuizen noemt drie grote ontwikkelingen: afname van fysieke poststroom, de binnenkomende stromen veranderen en de postkamer wordt steeds meer een digitaal werkveld waarbij de werkprocessen drastisch veranderen. Nieuw wil Veldhuizen de digitale postkamer niet noemen. 'Toen ik 16 jaar geleden als uitzendkracht bij Mailprofs de postkamer leerde kennen, was er al sprake van een digitale postkamer. Echter, omdat je er als bedrijf nu niet meer onderuit kunt, is de focus verschoven.' Door de toename van de digitale stroming veranderen de taken in de postkamer. 'Binnen het bedrijfsleven waren vroeger het archief en de postkamer veel meer gescheiden, nu stroomt het in elkaar over. Het classificeren en indexeren gebeurt nu ook in de postkamer. Voordeel voor beide werkvelden is dat ze veel van elkaar kunnen leren waardoor ze de processen nog beter kunnen optimaliseren.' Deze samenvoeging van post en archief (DIV) hebben overheids-



organisaties in het verleden al meegemaakt. Een groot voordeel van de digitale tendens is dat mensen steeds sneller informatie beschikbaar hebben. 'Deed een fysiek poststuk er voorheen minimaal een dag over om bij de juiste persoon aan te komen, nu kan dat al met één klik op de muisknop. Hierdoor kan deze persoon ook weer sneller reageren en actie ondernemen. Ook kunt u het digitale bestand naar meerdere personen tegelijk doorsturen, zodat ze er op hetzelfde moment aan kunnen werken. Dit scheelt tijd.

### Het nut van goed opgeleid personeel

Naar de mening van Veldhuizen speelt de postkamer nog altijd een cruciale rol bij bedrijven. 'Neem alleen al de analoge post', legt

Veldhuizen uit. 'Veel mensen denken dat je een postzegel op de brief plakt en klaar bent. Maar wie de juiste kennis van de postwereld in huis heeft, zal de juiste partijen bij elkaar zoeken, verzendbiljetten regelen en op die manier de snelste en voordeligste zending regelen. Dubbeltjeswerk misschien, maar bij zoveel post loopt dat al snel op tot een flinke besparing.' Daarbij is het digitale postproces uiteraard ook een vak apart. 'Zonder de juiste vakinhoudelijke kennis,

kun je geen postproces beheren en loopt het verderop in de keten ook mis. Het is belangrijk dat de mensen in de postkamer het proces begrijpen en weten waar ze staan in dat proces. Als een document niet in de juiste documentstroom zit of niet goed geïndexeerd is, moet de klant weer langer wachten. Kort door de bocht: de investering van een goed opgeleide flexkracht, betaalt zich terug in de vorm van snellere afhandelingen en goedkopere verzendingen.'

## Een nieuw Elan

Op 17 november 2011 is het zover! In Stadion Galgenwaard in Utrecht vindt het jaarlijkse congres van de vereniging SOD plaats. Tijdens deze dag wordt, alweer voor de vijfde keer, de Mailprofs Kwaliteitsaward uitgereikt.

Gaat er iets fout? Dan pas wordt duidelijk hoe belangrijk goede informatievoorziening is. Nieuwe technologie biedt steeds meer en snellere mogelijkheden in de informatievoorziening. Tijdens het SOD congres op 17 november belooft Mailprofs die organisatie die in 2011 haar (digitale) dienstverlening kwalitatief het meest heeft verbeterd met de Mailprofs Kwaliteitsaward. Thema van de dag is 'Een Nieuw Elan'. Deze dag krijgt u een update van de meest recente ontwikkelingen op het gebied van DIV. Drie keynote-sprekers zullen de dag leiden. Onderwerpen die zij bespreken zijn onder andere: 'digitale dienstverlening: betere service, meer gemak', 'de archiefvisie in relatie tot DIV', i-Nup, 'Oplossingsgericht denken' en 'DIV in headlines'. Het wordt een bijzondere dag. Vooral omdat het samenvalt met het 80-jarig jubileum van de vereniging SOD. Er worden 275 deelnemers verwacht! Kijk voor meer informatie op [www.sod-opleidingen.nl](http://www.sod-opleidingen.nl)

