

12 AGENDA

5 AUGUSTUS

Sterren Diner Haarlem Culinaire

Tijd: 18.30 tot 22.30 uur
Deelname: €160,- all inclusive
Locatie: Grote Markt Haarlem
Reserveren; info@haarlemculinaire.nl

5 AUGUSTUS

Jong Management Haarlem en Young MKB borrel

Aanvang: 19:30 uur
Locatie: De Oerkap - Haarlem
Drankjes en versnaperingen voor eigen rekening
haarlem.jongmanagement.nl

15 AUGUSTUS

Jong Management Haarlem Augustus Event

Info volgt op de site
haarlem.jongmanagement.nl

21 AUGUSTUS

LinkedMeer Summer Edition

Tijd: vanaf 16.00 uur
Locatie: het BBQ-veldje bij de Toolenburger Plas Hoofddorp
De borrel is gratis voor members. Niet-members betalen € 5.
Wel graag voor 19 augustus aanmelden via e-mail of facebookpagina
www.linkedmeer.nl

27 AUGUSTUS

BurgeMasterclass OV IJmond, BeterBusiness Haarlem-IJmond en ondernemers Velsen en omgeving

Gast spreker: Franc M. Weerwind burgemeester van Velsen
Aanvang: 16.00 uur
Locatie: gemeentehuis Velsen Dudokplein 1, 1971 EN IJmuiden.
Bijwonen? dan graag aanmelden voor 24 augustus via email:
info@beterbusiness.nl

31 AUGUSTUS

BeachBorrel Kennemer Business

Voor meer info kijk op de site
www.kennemerbusiness.nl

Goede Zaken

verschijnt weer op 18 augustus in deze krant

goedezaken@

hollandmediacombinatie.nl

COLOFON

Goede Zaken Commerciële uitgave van Haarlems Dagblad & IJmuider Courant

In samenwerking met de partners
Horlings Accountants en belastingadviseurs
Kamer van Koophandel
Köster Advocaten
Bedrijf&Samenleving
Haarlem en omstreken
Pro-Act IT



De Coalitie communicatieadviseurs
Jaap Bonkenburg, Johan Tempelaar
Voor tips, agendapunten en informatie: Julie Joustra
goedezaken@hollandmediacombinatie.nl
www.goedezaken.nl

Volg ons ook op



Van A naar B, van A tot Z



Jim Otto

Eind jaren '80 speelde Jim Otto chauffeur voor een kennis die naar een zakelijke bijeenkomst moest. Tijdens het wachten werd hij door meerdere mensen aangesproken en voor hij het wist had hij meerdere klanten. Samen met een compagnon startte hij daarop een van de eerste studentenchauffeursbedrijven in Nederland op: AB-AZ, dat ruim 25 jaar na dato is uitgegroeid tot een full-servicebedrijf voor chauffeursdiensten.

In 1992 werd AB-AZ uitgebreid met een aparte tak voor transport- en logistiek personeel. Waren dat destijds alleen vrachtwagenchauffeurs, tegenwoordig gaat het ook om alle andere functies in de transportsector, zoals planners, loodspersoneel of magazijnmedewerkers. 'Die uitbreiding betekende een enorme marktvergroting', vertelt Jim Otto. 'Toch zijn het twee totaal verschillende markten met een eigen doelgroep. Van een vrachtwagenchauffeur wordt heel wat anders gevraagd dan van iemand die rijdt voor een advocatenkantoor op de Zuidas. Het is de bedoeling dat onze chauffeurs langdurig voor een klant kunnen werken, dus zoeken we altijd naar mensen die goed in de cultuur van een bedrijf passen. Daarom doen we net een stapje extra bij de werving en selectie.'

De studentenchauffeursdiensten worden geregeld vanuit het kantoor in Utrecht, de transport- en logistiekdiensten vanuit ondernemerscentrum De Connectie in de Waarderpolder. 'Doorgaans hebben we 80 tot 100 mensen uitgezonden, in de zomer loopt dit op tot zo'n 150. Dat komt onder meer door vakanties van vaste mensen bij transportbedrijven en door seizoenswerk in bijvoorbeeld de bloemensector of de grond-, weg- & waterbouw. Maar ook omdat bij warm weer de verkoop van zaken als frisdrank, ijsjes en bbq-spullen bij supermarkten explosief stijgt.'

'Zeker in deze dienstverlenende sector geldt, dat je zo goed bent als je laatste opdracht. Slechts twee van de tien sollicitanten voor de divisie studentenchauffeurs komen door onze rijtest. Voor ons is dat vervelend, maar we zijn niet van plan onze kwaliteitsstandaard naar beneden bij te stellen. Mede daardoor hebben we de crisis goed doorstaan, terwijl juist de logistieke sector erg crisisgevoelig is. Natuurlijk, ook wij hebben een stapje terug moeten doen, maar zaten gelukkig snel weer op volle kracht. Nu zijn we klaar om in de komende jaren op zoek te gaan naar uitbreiding, autonoom of door een overname, en onze groei te verstevigen.'

Als je het niet meer weet, doe je... een pitch

Stel, je wilt voor je bedrijf een product of dienst inkopen, maar je weet eigenlijk niet zo goed wat je ermee aan moet. Je zet een paar richtlijnen op papier en laat verschillende leveranciers hun beste idee presenteren. Laat die specialisten maar eens in een pitch bewijzen dat ze de beste zijn. Ideaal toch? Wie kan daar tegen zijn? Laat ik daarover heel duidelijk zijn: een pitch is een brevet van totaal onvermogen. In een beauty contest kies je een leverancier die je het mooist vindt, of zich het mooist voordoet. Maar geef je daar juist niet mee aan dat je geen idee hebt waar het heen moet? Een pitch getuigt meestal van een gebrek aan visie.

Bovendien zijn er ook nog partijen die de pitch zien als een brainstormsessie. Eigenlijk zeggen deze bedrijven tegen de mogelijke leveranciers: ik wil je idee hebben, maar ik ga er niets voor betalen. Voor zo'n partij wil je zelf toch niet werken? Ervaren leveranciers doen allang niet meer mee aan pitches. Wat er dan overblijft zijn de minder ervaren leveranciers, met blijkbaar voldoende



Sander van den Broek

tijd. Tijd die ze gratis kunnen weggeven. Uiteindelijk bepaalt het proces de uitkomst. Kies je een proces zonder idee waar het heen moet, dan kun je overal eindigen. Een pitch is het eerste voorteken dat het totaal gaat mislukken... Wil je dat voorkomen? Stel jezelf dan eerst eens de vraag wat je nu eigenlijk precies wilt!

Sander van den Broek
sander@buildnet.nl

PASSE PARTOUTS VOOR RACES ZANDVOORT

Speciaal voor lezers van Goede Zaken stelt Circuit Park Zandvoort: setjes van 2 passe partouts ter beschikking. Een passe partout geeft toegang tot het paddock gedeelte. U kunt met deze passe partout één van de onderstaande races bezoeken:

- Historic Grand Prix
28-30 augustus 2015
- Zandvoort Masters
18-20 september 2015
- British Race Festival
3-4 oktober 2015
- Finale Races
10-11 oktober 2015

Hoe komt u aan deze passe partouts?

Stuur een mail voor 18 augustus naar: goedezaken@hollandmediacombi-



natie.nl onder vermelding van uw naam (bedrijfsnaam), e-mail en adres voorzien van postcode (onvolledige adressen worden niet in behandeling genomen).

De winnaars ontvangen tijdig bericht en worden vermeld vanaf 21 augustus op www.goedezaken.nl.

Een bouwboard voor je kop

Moeder en dochter zaten op een Haarlems terras aan het Spaarne. Ze bespraken een brugwachtershuisje in aanbouw bij de Melkbrug. Te groot, vonden ze. Waar gaat het voor gebruikt worden? Hoe lang zijn ze er nou al niet mee bezig? Wat kost zo iets wel niet? Zo'n gemeente doet ook maar. Trouwens: wat er stond, was toch zo gek nog niet? Ik had ze graag verwezen naar informatie bij de bouwplaats. Maar die ontbrak. Nergens was iets te vinden over architect Marjolein van Eig die met haar creatie 't Melkhuisje' een gemeentelijke prijsvraag won. Alleen een paar rommelige borden van een aannemer en technisch bureau.

Dat het anders kan, laten ze in bijvoorbeeld Den Haag en Rotterdam zien. Daar wordt op en rond bouwplaatsen slim gecommuniceerd. Met duidelijke boodschappen en aansprekend beeldmateriaal. Met oog voor het verleden en een blik op de toekomst. En wat te denken van de Noord/Zuid-lijn in Amsterdam? Jarenlang mikpunt van spot en kritiek, maar mede dankzij een doelmatige communicatiestrategie nu (ook) in beeld als mooi project.

Het is onbegrijpelijk dat de communicatie over 'publieke projecten' zo vaak beperkt blijft tot rommelige bouwboarden of een lukrake verwij-



Jaap Sluis. Foto: Ank van der Meer

zing op een schutting. Als het verhaal over bouwen doordacht verteld wordt, valt er draagvlak en welwillendheid te winnen. En voorkom je dat onwetendheid tot argwaan en ongefundeerd negativisme leidt.

Jaap Sluis is partner van communicatieadviesbureau De Coalitie in Haarlem