

UNIVERSITEIT TWENTE.

Het aanbieden van technische computer trainingen in de regio Twente

Een uitgelezen kans of tijdverspilling?

Martijn Gortemaker



Bachelorscriptie

Periode: juni 2009 - september 2010

Persoonlijke gegevens auteur

Naam: Martijn Gortemaker
Adres: de Klauwier 8
Postcode: 7591 JN
Woonplaats: Denekamp
Tel. nr. thuis: 0541-353151
Tel. nr. mobiel: 0623277955
E-mail thuis: martijngortemaker@hotmail.com
Studentmail: m.g.j.gortemaker@student.utwente.nl
Studentnummer: 0138398

Instelling: Universiteit Twente
Faculteit: Management & Bestuur
Vakgebied: Bedrijfskunde

Begeleiders Universiteit Twente

Examinator: Dr. E. Constantinides
Meelezer: Ir. J. Van Benthem MSc

I. Voorwoord

Om mijn Bacheloropleiding Bedrijfskunde aan de Universiteit Twente af te sluiten, heb ik een bacheloronderzoek uitgevoerd. In eerste instantie was dit voor het bedrijf IP Computer Training Centrum Twente, kortweg IP Twente genaamd. Maar wegens meerdere redenen verliep de samenwerking niet optimaal en heb ik het onderzoek uiteindelijk (met toestemming van mijn examiner) individueel afgerond. In dit verslag wordt nog wel gesproken over IP Twente, aangezien het verslag op dit bedrijf is gebaseerd.

IP Twente bestaat uit drie computer training aanbieders in deze regio, namelijk in Almelo, Enschede en Hengelo. Zowel particulieren als bedrijven kunnen bij een vestiging van IP, of op hun eigen bedrijf, terecht voor een computercursus. In opdracht van IP Twente heb ik een onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheid om zogenaamde ‘technische computer trainingen’ aan te bieden in de regio Twente. Vóór dit onderzoek bestond het aanbod van het bedrijf ‘slechts’ uit algemene computer trainingen, oftewel trainingen waar iedereen mee te maken kan krijgen. Het was mijn taak om te kijken of er ook vraag was naar specifieke, technische trainingen voor bepaalde ICT beroepsgroepen.

Dit onderzoek heeft plaats gevonden vanaf juni 2009 tot september 2010. Een dergelijk bacheloronderzoek wordt normaal gesproken in drie maanden afgerond, maar helaas is dit onderzoek behoorlijk uitgelopen. De uitvoering van de opdracht vond in de meeste gevallen bij mij thuis in Denekamp plaats, en af en toe heeft er bij IP Twente een tussengesprek plaatsgevonden. Vanuit de Universiteit Twente ben ik begeleid door dr. Efthymios Constantinides, van de faculteit Management & Bestuur. Mijn meelezer was ir. Jann van Benthem.

Via deze weg wil ik mijn begeleiders van harte bedanken voor hun medewerking en advies tijdens de uitvoering van deze opdracht. Verder wil ik de geïnterviewde personen bedanken voor hun tijd. Tot slot wil ik de personen die mijn enquête hebben ingevuld bedanken voor hun medewerking. Zonder al deze mensen was het uitvoeren van deze opdracht niet mogelijk geweest.

Denekamp, 27 september 2010

Martijn Gortemaker

II. Inhoudsopgave

III. Managementsamenvatting VI

1. Introductie.....	- 1 -
1.1 IP Computer Training Centrum	- 1 -
1.2 Het IP concept.....	- 1 -
1.3 De IP vestigingen in de regio	- 1 -
1.4 Achtergrond van de studie	- 2 -
2. Onderzoeksvragen.....	- 3 -
2.1 Doelstelling	- 3 -
2.2 Probleemstelling	- 3 -
2.3 Deelvragen	- 3 -
2.4 Conclusie/Samenvatting.....	- 4 -
3. Methodologie.....	- 5 -
3.1 Desk en field research.....	- 5 -
3.1.1 De enquête	- 5 -
3.1.2 De interviews.....	- 6 -
3.2 De micro-, meso-, en macro-omgeving.....	- 6 -
3.3 Onderzoeksmodel.....	- 6 -
4. Literatuur overzicht.....	- 7 -
4.1 Desk research	- 7 -
4.1.1 De micro-omgeving	- 7 -
4.1.2 De meso-omgeving.....	- 7 -
4.1.3 De macro-omgeving	- 7 -
4.2 Field research	- 8 -
4.2.1 Imago-onderzoek	- 8 -
4.2.2 Klantonderzoek.....	- 8 -
4.2.3 Concurrentieonderzoek.....	- 8 -
4.3 De SWOT-analyse	- 8 -
4.4 De confrontatiematrix	- 9 -
4.5 Advies: alternatieven.....	- 9 -
4.6 Gedetailleerd onderzoeksmodel.....	- 9 -
4.7 Conclusie/Samenvatting.....	- 9 -
5. Deskonderzoek.....	- 11 -
5.1 De micro-omgeving	- 11 -
5.1.1 McKinsey's 7-S model	- 11 -
5.1.2 Conclusie	- 13 -
5.2 De meso-omgeving	- 13 -
5.2.1 Porter's 5-krachten model.....	- 13 -
5.2.2 Conclusie	- 15 -
5.3 De macro-omgeving.....	- 15 -
5.3.1 PESTEL-analyse.....	- 15 -
5.3.2 Conclusie	- 17 -
5.4 Conclusie/Samenvatting.....	- 17 -
6. Veldonderzoek	- 19 -
6.1 Uitkomst enquête	- 19 -
Conclusie	- 20 -
6.2 Uitkomst interviews	- 21 -

Conclusie	- 21 -
6.3 Imago-onderzoek	- 21 -
Conclusie	- 22 -
6.4 Concurrentieonderzoek	- 22 -
6.4.1 Centric	- 23 -
6.4.2 Compu'Train	- 23 -
Conclusie	- 24 -
6.5 Klantonderzoek	- 24 -
Conclusie	- 26 -
6.6 Conclusie/Samenvatting	- 27 -
7. Een vervolg op de omgevingsanalyse	- 28 -
7.1 De SWOT-analyse	- 28 -
7.2 De confrontatiematrix	- 30 -
8. Vestigingsanalyse	- 34 -
8.1 Vestiging in Almelo	- 34 -
8.2 Vestiging in Enschede	- 35 -
8.3 Conclusie	- 35 -
9. Antwoorden deelvragen	- 36 -
9.1 Antwoord deelvraag 1	- 36 -
9.2 Antwoord deelvraag 2	- 36 -
9.3 Antwoord deelvraag 3	- 36 -
9.4 Antwoord deelvraag 4	- 37 -
9.5 Antwoord deelvraag 5	- 37 -
10. Conclusie en advies	- 38 -
10.1 Algemene conclusie	- 38 -
10.2 Advies	- 38 -
10.3 Alternatieven	- 39 -
11. Reflectie	- 41 -
12. Bronnenlijst	- 42 -
13. Bijlagen	- 44 -
13.1 De regio voor het marktonderzoek	- 44 -
13.2 De enquête vragen	- 45 -
13.3 De enquête resultaten	- 52 -
13.3.1 Staafdiagrammen	- 52 -
13.3.2 Taartdiagrammen	- 57 -
13.4 De gehouden interviews	- 66 -
13.4.1 IAA Architecten	- 66 -
13.4.2 H.J. Wiefferink B.V.	- 68 -
13.4.3 Ziekenhuisgroep Twente	- 70 -
13.4.4 Gemeente Dinkelland	- 73 -
13.4.5 Uitvoeringsinstituut Werknemers Verzekeringen (UWV)	- 76 -
13.4.6 Gemeente Enschede	- 79 -

III. Managementsamenvatting

De aanleiding voor dit onderzoek is dat de ondernemers van het bedrijf IP Computer Training Centrum in Twente, een bedrijf dat algemene computer trainingen aanbied aan particulieren en bedrijven, voor een dilemma stonden. Zij waren van plan om naast het huidige algemene trainingsaanbod (denk aan trainingen in Word, Excel, etc.), ook een technisch trainingsaanbod samen te stellen en aan te bieden in deze regio (Twente). Zij wisten echter niet of er vraag was naar dergelijke trainingen in deze regio, en vandaar dat hier onderzoek naar is gedaan. Ook was het onduidelijk in welke vestiging deze nieuwe klassikale, technische trainingen verzorgd moesten worden. Er waren twee mogelijkheden: Enschede en Almelo.

Dit onderzoek bestond uit een deskonderzoek, waarin de omgeving van IP Twente is onderzocht. Deze is onderzocht op micro, meso en macro niveau. Verder is er een veldonderzoek uitgevoerd, welke bestond uit een verspreide enquête in deze regio en een zestal interviews. Vervolgens zijn de uitkomsten van de enquête en de interviews gecombineerd met de omgevingsanalyse. Daaruit zijn een SWOT-analyse en een confrontatiematrix voortgekomen, die aangeven waar IP Twente zich op moet richten als ze overgaan op het aanbieden van technische computer trainingen. Tot slot is er een vestigingsanalyse uitgevoerd, om zo te bepalen in welke vestiging de technische computer trainingen het beste aangeboden kunnen worden.

Uiteindelijk is dit onderzoek uitgevoerd om met een weloverwogen advies te komen richting IP Twente over het al dan niet aanbieden van technische computer trainingen in Twente. Het advies luidt: *IP Twente moet overgaan op het aanbieden van technische trainingen, zowel op haar locatie in Almelo, als bij de klant zelf en online.*

Dit is natuurlijk een grote uitdaging, en het zal niet gemakkelijk worden om de markt te veroveren. Daarom zal IP zich moeten onderscheiden van haar concurrenten, vooral in het begin. Het is verstandig om te starten met een beperkt technisch trainingsaanbod, om op die manier de markt nog een beetje 'af te tasten'. Maar uiteindelijk zal er gewerkt moeten worden richting een groot aanbod van technische trainingen. Bovendien moet de klant de mogelijkheid krijgen om deze trainingen te volgen op locatie bij IP Twente, op het bedrijf waar deze klant werkzaam is, en thuis (online).

Voor dit laatste aspect, het online aanbieden van technische trainingen, zal verder onderzocht moeten worden. Het is moeilijk om na dit onderzoek te zeggen of dit goed mogelijk is. Wel is duidelijk dat het in de toekomst allemaal om Internet draait. Ook algemene computer trainingen worden al online aangeboden, en de klant is hier zeer over te spreken. Het is wellicht een mooie kans voor IP Twente om een grotere markt dan alleen Twente te veroveren. Maar dit zal dus eerst nader onderzocht moeten worden.

1. Introductie

1.1 IP Computer Training Centrum

IP Computer Training Centrum is opgericht in 1914 in Apeldoorn onder de naam Pitman en is daarmee het op een na oudste opleidingsinstituut in Nederland. De naam is afgeleid van de Engelsman Sir Isaac Pitman. De naam Instituut Pitman is in de loop der jaren gewijzigd in IP Computer Training Centrum, om op die manier duidelijk aan te geven waar het bedrijf zich mee bezighoudt. Het bedrijf biedt namelijk aan andere bedrijven en particulieren algemene, individuele computer trainingen aan. Hierbij valt te denken aan trainingen in Excel, Outlook en Word. IP is marktleider op het gebied van Microsoft-trainingen.

IP Computer Training Centrum is een franchiseorganisatie van zelfstandige ondernemers. Het bedrijf heeft op dit moment 33 vestigingen in Nederland en België. Daarmee heeft IP het grootste aantal vestigingen waar de deelnemer een geheel individuele computertraining kan volgen (website IP CTC).

1.2 Het IP concept

Het unieke concept van IP Computer Training Centrum is: er wordt een volledig individuele training aangeboden. Hierdoor kan de deelnemer op elk moment beginnen en net zoveel trainingen volgen als hij/zij wil, zonder bijkomende kosten. Bovendien is het trainingsmateriaal geheel door IP zelf vervaardigd en aangepast op dit concept. Het concept van IP Computer Training Centrum slaat duidelijk aan, en het bedrijf opent dan ook steeds meer vestigingen in Nederland en is continu op zoek naar nieuwe franchisenemers.

De deelnemer luistert bij de trainingen een 'audio track' af en maakt de opdrachten die hierbij worden gegeven op de aanwezige computer. Voor vragen is er altijd een docent/trainer aanwezig. De audio track kan op elk moment herhaald worden. Ook krijgt de deelnemer een trainingsboek die naadloos aansluit op de stof die is behandeld. Op die manier kan men ook thuis oefeningen maken en het boek gebruiken als naslagwerk. Het is belangrijk dat de deelnemer zijn of haar eigen tempo kan bepalen en ongestoord de training kan volgen. De deelnemer heeft geen vaste, verplichte trainingstijden en is niet afhankelijk van een trainer. IP noemt op haar website de voornaamste voordelen van de individuele trainingen die zij aanbieden:

- De deelnemer kan beginnen wanneer hij/zij dat wil;
- Er kan net zo vaak worden geoefend als men wil, zonder extra kosten;
- Er zijn geen vaste en/of verplichte trainingstijden;
- Er wordt een vaste prijs berekend, die inclusief is, dus geen inschrijfgeld, kosten trainingsmateriaal, etc.;
- De deelnemer ontvangt na afloop een landelijk certificaat;
- De kwaliteit van de trainingen is niet afhankelijk van de docent;
- Er is sprake van praktijkgerichte trainingen;
- Er is sprake van een uniek audiovisueel trainingssysteem;
- Betaalbare trainingen, dus zeer concurrerend;
- Een hoger kennisniveau dan bij klassikale cursussen (website IP CTC).

1.3 De IP vestigingen in de regio

In de regio Twente bevinden zich op dit moment 3 vestigingen van IP Computer Training Centrum: in Enschede, Hengelo en sinds kort ook in Almelo. De laatstgenoemde vestiging is begin 2010 geopend. De vestigingen zijn ingericht met computers, zodat de deelnemers

trainingen op locatie kunnen volgen. Op die manier beschikken zij altijd over het beste materiaal. Ook hebben deelnemers de mogelijkheid om thuis via Internet de trainingen te volgen. Dan is de deelnemer als het ware zelf docent. Maar mochten ze er niet uitkomen, dan kunnen ze contact leggen met de chathelpdesk, om toch met een docent in contact te komen (website Visual Training).

1.4 Achtergrond van de studie

IP bereikt door deze twee methodes van het aanbieden van trainingen een breed publiek. Maar om het aanbod nog verder uit te breiden en om een nog groter publiek te bereiken, willen de zelfstandige ondernemers in deze regio naast de individuele, algemene trainingen ook klassikale, technische trainingen aanbieden. In dat geval zullen ze alles rondom de training zelf verzorgen, zoals het regelen van boeken en dergelijke. Verder plannen ze een freelance docent met de nodige praktijkervaring die dus de klassikale lessen gaat geven. Er zijn voorbeelden van bedrijven bekend (bijv. Compu'Train) die deze technische trainingen zeer succesvol aanbieden. Maar omdat IP Computer Training Centrum heeft aangegeven dat het niet verstandig zal zijn om meer dan twee IP vestigingen in deze regio te openen, komt de nieuwe 'klassikale vestiging' los te staan van IP.

Het is echter nog onduidelijk of er in deze regio vraag zal zijn naar technische computer trainingen. Dit onderzoek beoogt dan ook meer inzicht te verwerven in de vraag naar technische trainingen bij bedrijven. Verder wordt onderzocht in welk(e) gebied/vestiging het aanbieden van deze trainingen het meest aantrekkelijk is. De locatie in Hengelo wordt hierbij buiten beschouwing gelaten, omdat deze te klein is voor het geven van klassikale trainingen. Er wordt dus gekeken naar de vestigingen in Almelo en Enschede.

1.5 Studieopzet

Het bedrijf heeft te maken met een aantal problemen. Ze weten niet in hoeverre de zakelijke markt ze kent, en ze weten niet wat de beste en meest efficiënte manier van trainingen aanbieden is (individueel vs. klassikaal, bij een IP vestiging of op locatie bij het bedrijf). We zullen na het hoofdstuk 'onderzoeksvragen' beginnen met een hoofdstuk over de methodologie. Hierin wordt uitgelegd hoe we aan de benodigde informatie trachten te komen. Tevens zal er een literatuuroverzicht te vinden zijn, waarin wordt uitgelegd welke modellen er gebruikt zullen worden en waarom. Er zal een klantonderzoek, een concurrentieonderzoek en een imago-onderzoek uitgevoerd worden. We trachten aan de benodigde data te komen middels een zestal interviews en een enquête die verspreid is in deze regio.

De deelvragen die opgesteld worden gaan van heel algemeen naar specifiek. Dat geldt in grote lijnen ook voor de structuur van het onderzoek. Allereerst worden algemene gegevens verzameld, vervolgens wordt er steeds meer richting het doel gewerkt en uiteindelijk zullen er enquêtes en interviews gehouden moeten worden om tot antwoorden te komen. In het hoofdstuk 'methodologie' staat een uitgebreidere uitleg van de gevolgde werkwijze.

2. Onderzoeksvragen

2.1 Doelstelling

In dit onderzoek is het mijn taak om te kijken of er vraag is naar technische computer trainingen in deze regio. Mijn doelstelling luidt dan ook als volgt:

Identificatie van de kansen voor technische computer trainingen in Nederland (omgeving Twente).

2.2 Probleemstelling

De probleemstelling is de centrale vraag waar het onderzoek en het verslag antwoord op moeten geven. We hebben hier te maken met een adviesgerichte probleemstelling:

Zijn technische trainingen in de regio Twente een business opportunity voor IP Computer Training Centrum?

** Met 'regio Twente' wordt bedoeld: de gehele regio Twente, maar ook een gedeelte van Salland (tot en met Deventer, zie bijlage 13.1).*

*** Met 'business opportunity' wordt bedoeld: heeft dit nieuwe project kans van slagen. Dat wil zeggen: is het mogelijk voor IP Twente om deze nieuwe trainingsvormen winstgevend aan te bieden.*

2.3 Deelvragen

Om gemakkelijker antwoord te vinden op de probleemstelling, is deze verdeeld in een aantal deelvragen. De vragen gaan van algemeen naar specifiek, er wordt dus steeds meer richting het antwoord op de probleemstelling gewerkt. Deze deelvragen zullen apart beantwoord worden, waarna de probleemstelling beantwoordt kan worden. De deelvragen zijn:

- 1. Hoe gaat IP Computer Training Centrum in Hengelo en Enschede op dit moment te werk?***
- 2. Wat zijn de trends/ontwikkelingen in de markt van technische computer trainingen?***
- 3. Hoe bieden concurrenten de trainingen aan?***
- 4. Op welke doelgroep moet IP Computer Training Centrum zich richten en wat zijn hun belangen?***
- 5. Welke vestiging (Almelo of Enschede) is het meest geschikt voor het geven van klassikale trainingen, gezien de relatieve afstand voor de cursisten?***

De eerste twee vragen zijn verkennend. De antwoorden moeten ons een beeld geven over hoe trainingen nu aangeboden worden, en of er bepaalde ontwikkelingen in de markt zijn die interessant zijn voor het aanbieden van technische trainingen. Vraag drie zal zich richten op een aantal (toekomstige) concurrenten, wellicht valt er te leren van de aanpak van deze bedrijven. Vraag vier en vijf moeten beantwoord kunnen worden als de uitkomsten van de enquête en de interviews geanalyseerd zijn. Het moet duidelijk worden welke klanten interessant zijn om uiteindelijk te benaderen voor trainingen, en wat de voorkeuren van de klant zijn als we kijken naar de meest geschikte vestiging. Als we alle antwoorden op de vijf bovenstaande vragen combineren, moet het mogelijk zijn om de probleemstelling te beantwoorden.

2.4 Conclusie/Samenvatting

De vorige 2 hoofdstukken hebben het fundament voor het onderzoek gelegd. Het bedrijf IP Computer Training Centrum is aan bod gekomen. Verder is het onderzoeksprobleem behandeld. Vervolgens kwam de studieopzet kort aan bod en zijn de doelstelling, probleemstelling en deelvragen gegeven. Waar nodig zijn definities uitgelegd. Er is een algemene start gemaakt, waardoor we nu verder kunnen met gedetailleerder onderzoek. Te beginnen met het hoofdstuk 'Methodologie', waar uitgelegd zal worden wat precies onderzocht wordt en waarom.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk zullen de verschillende methodes van onderzoek aan bod komen. Er zal verteld worden wat onderzocht wordt, en op elke manier dat gaat gebeuren.

3.1 Desk en field research

Het desk research, of 'secondary research', houdt het verzamelen van data in dat te krijgen is via interne bronnen, Internet, boeken, modellen, artikelen, etc. Het desk research is vaak aan te raden om zo achtergrond informatie te krijgen over een bepaald onderwerp. Het gaat hier dus om het interne onderzoek. Het betreft zaken die thuis onderzocht en geanalyseerd kunnen worden. Bij het field research moet de onderzoeker zelf op pad om informatie te vinden. Dit soort data wordt ook wel 'primary data' genoemd.

Het field research is in dit onderzoek van cruciaal belang en bestaat uit een enquête en een zestal interviews. Op die manier wordt het huidige imago van IP Computer Training Centrum gemeten en de kansen die er liggen in de markt. We willen er achter komen of er vraag is naar technische computer trainingen in deze regio. Bovendien moeten de belangrijkste vestigingsfactoren aan het licht komen. De informatie uit de enquête en interviews moeten tot de antwoorden op de deelvragen leiden. Deze primary data wordt gecombineerd met bestaande modellen om zo de markt van technische computer trainingen beter te begrijpen. Er is gekeken naar de micro-, de meso-, en de macro omgeving. De gebruikte tools in dit onderzoek worden genoemd in het hoofdstuk 'literatuur overzicht', waarin ook verteld wordt waarom deze bronnen gebruikt zijn.

We kunnen hier spreken van explanatory research, omdat we het gedrag in de markt analyseren en proberen te begrijpen. Vragenlijsten en interviews zijn hulpmiddelen die hier vaker bij worden gebruikt. Verder is er sprake van kwalitatief onderzoek, dat wil zeggen dat het onderzoek is gericht op het verkrijgen van informatie en data over bepaalde doelgroepen, wat er onder hen leeft en waarom.

3.1.1 De enquête

De enquête is het belangrijkste onderdeel van het onderzoek. Het betreft hier een vragenlijst bestaande uit 27 vragen, waarvan 21 multiple choice vragen en 6 open vragen. De reden voor deze verdeling is dat multiple choice vragen gemakkelijker te vergelijken zijn, omdat men enkel kan kiezen uit standaard antwoorden.

Normaal gesproken is de response bij een enquête die verstuurd is per e-mail nogal laag, vandaar dat er is besloten om de enquête naar zeer veel geschikte bedrijven in deze regio te sturen. De populatie is hier: bedrijven in de regio Twente die technische trainingen kunnen gebruiken. Te denken valt aan bedrijven met ICT medewerkers, databasebeheerders en programmeurs. Dus: technische mensen die met computers werken. Met behulp van de database van IP Computer Training Centrum is er een willekeurige steekproef genomen onder bedrijven uit Twente die bij de Kamer van Koophandel staan ingeschreven. De enquête is verstuurd naar 2989 bedrijven, via een nieuwsbrief. Toen de resultaten binnen stroomden werd ons vermoeden van een lage respons bevestigd: 'slechts' 2,7 % van de bedrijven heeft de enquête daadwerkelijk ingevuld (81 bedrijven). Toch denken wij dat deze 81 bedrijven de populatie goed kunnen vertegenwoordigen. De enquêtevragen zijn opgenomen in bijlage 13.2. De enquête resultaten vindt u in bijlage 13.3. Deze worden nader toegelicht in subhoofdstuk 6.1.

3.1.2 De interviews

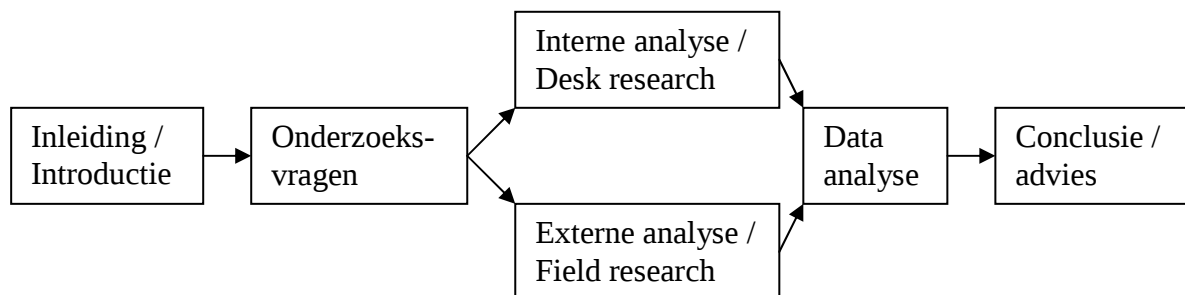
Omdat een enquête voor controle slechts multiple choice antwoorden kent, zijn er ook een 6-tal interviews gehouden, om op die manier de meningen en wensen van klanten beter te leren kennen. Deze interviews zijn breed verdeeld, dat wil zeggen: er zijn zowel profit- als non-profit organisaties benaderd voor een gesprek. Op die manier zijn de wensen van de totale toekomstige markt onder de loep genomen. In de meeste gevallen is er een interview gehouden met een ICT hoofd of ICT medewerker. De gehouden interviews zijn opgenomen in bijlage 13.4. De interviewresultaten worden nader toegelicht in subhoofdstuk 6.2.

3.2 De micro-, meso-, en macro-omgeving

Een groot deel van dit onderzoek bestaat uit het analyseren van de omgeving van IP Computer Training Centrum. Er wordt gekeken naar de omgeving op zeer kleine schaal (micro omgeving), maar er wordt ook op grote schaal onderzocht (macro omgeving). De data die hierbij gebruikt worden zijn vooral primary data. Dat wil zeggen: er wordt gebruik gemaakt van veel zelf verworven kennis en informatie (middels de enquête en interviews), en deze worden toegepast op bestaande modellen, die ontwikkeld zijn door anderen. Hieruit worden dan bepaalde conclusies getrokken en aanbevelingen gemaakt.

3.3 Onderzoeksmodel

Om de structuur en volgorde van het onderzoek in grote lijnen aan te geven, is onderstaand onderzoeksmodel opgesteld.



Figuur 3.1: Het onderzoeksmodel

Er wordt dus getracht om via een extern onderzoek met de benodigde data te komen, die vervolgens geanalyseerd wordt en waaruit een advies wordt opgesteld.

4. Literatuur overzicht

Zoals hiervoor al vermeld is, is het onderzoek eigenlijk opgedeeld in twee delen: een desk research en een field research. In dit hoofdstuk behandelen we de verschillende modellen die gebruikt zullen worden tijdens het onderzoek. Bovendien wordt er een nieuw onderzoeksmodel gegeven, die gedetailleerd aangeeft hoe de structuur van dit onderzoek er verder uit ziet.

4.1 Desk research

Bij dit onderzoek zullen de omgeving en markt bekeken worden vanuit een micro - (het bedrijf), meso - (de complete branche) en macro perspectief (op landelijk en wereld niveau).

4.1.1 De micro-omgeving

Als men de micro omgeving van een bedrijf onderzoekt, kijkt men direct naar de organisatie. Deze omgeving betreft bijvoorbeeld het verkoopbeleid, het planningsproces, het productiebeleid, etc. Het zijn die factoren die direct met de organisatie te maken hebben. In dit onderzoek wordt de micro omgeving bekeken door middel van het 7-S Framework van McKinsey. Dit is een model dat 7 factoren (structure, systems, style, staff, skills, strategy and shared values) beschrijft waar een bedrijf rekening mee moet houden. Op die manier kan de onderneming effectief gemanaged worden. Deze factoren bepalen samen de manier hoe een bedrijf te werk gaat (Pascale et al. 1981).

Er is voor dit model gekozen, omdat het een welbekend model is dat de directe omgeving van een bedrijf analyseert. De uitkomst van dit model zal zeker belangrijk zijn voor het onderzoek, omdat het gedetailleerd aangeeft hoe IP te werk gaat. Hier kunnen dan weer positieve en eventueel negatieve conclusies uit getrokken worden. De uitkomsten kunnen antwoord geven op de vraag wat er zoal anders gedaan moet worden als een bedrijf technische trainingen aanbiedt, in plaats van algemene trainingen. Het is niet onwaarschijnlijk dat een andere strategie gevolgd dient te worden, of dat het personeel andere vaardigheden dient te bezitten.

4.1.2 De meso-omgeving

Bij de meso omgeving wordt er gekeken naar de totale branche. Het gaat hier dus vooral om de relaties en contacten waar IP mee te maken heeft. Te denken valt aan klanten, leveranciers en concurrenten.

De meso-omgeving zal nader bekeken worden met Porter's 5-krachten model (dit model behandelt de toetreding van potentiële concurrenten, dreiging van substituten, de onderhandelingspositie van klanten en die van leveranciers, en de rivaliteit tussen bestaande spelers) (Porter 1979). Er is gekozen voor dit model omdat het een perfecte analyse geeft van de markt. Het behandelt alle zaken die voor dit onderzoek relevant zijn (concurrenten, klanten, toetreding tot de markt). Misschien wel het belangrijkste zijn de concurrenten: er wordt gekeken hoe zij te werk gaan, en hoe er vervolgens competitive advantage behaald kan worden. De nieuwe onderneming zal zich toch op een bepaalde manier moeten onderscheiden van haar concurrenten. Maar ook de wensen van de klant moeten niet vergeten worden. In dat geval weet IP wat haar toekomstige klant belangrijk vindt, en daar kunnen ze dan op inspelen.

4.1.3 De macro-omgeving

Bij de macro omgeving gaat het om factoren die het bedrijf niet kan beïnvloeden. Voorbeelden zijn demografische, technologische, geografische, economische of maatschappelijke factoren, die bijvoorbeeld door middel van wetten worden bepaald.

De macro omgeving wordt bekeken met het PESTEL model (dit model behandelt de political, economic, social, technological, environmental en legal factors, dus er wordt op grote schaal, landelijk of zelfs op wereldniveau, gekeken) (Aguilar 1967). Er is voor dit model gekozen, omdat het een compleet overzicht geeft van de belangrijkste punten in de macro omgeving. Hoewel de macro omgeving voor een klein regionaal bedrijf dat technische computer trainingen aanbiedt, wellicht niet heel belangrijk zal zijn. Dit zal na de invulling van het model duidelijker moeten worden.

4.2 Field research

Het field research, of extern onderzoek, betreft het daadwerkelijke marktonderzoek, en is weer opgedeeld in een imago-onderzoek, een klantonderzoek en een concurrentieonderzoek.

4.2.1 Imago-onderzoek

IP Computer Training Centrum is benieuwd hoe ze 'in de markt staan'. Ze willen weten in hoeverre ze al bekend zijn in deze regio, of dat hier wellicht iets aan gedaan moet worden. Op deze vragen zullen de enquête resultaten antwoord moeten geven. Het is belangrijk dat bedrijven een goed imago opbouwen als ze toetreden tot een nieuwe markt, want klanten komen niet zomaar naar je toe.

4.2.2 Klantonderzoek

Naast het imago-onderzoek wordt er een klantonderzoek gehouden. Zoals gezegd zijn uit de database van IP Computer Training Centrum 2989 geschikte bedrijven geselecteerd, waarvan er 81 hebben gereageerd. Deze 81 bedrijven zijn allemaal potentiële klanten van IP in de toekomst. Zij hebben de 27 vragen uit de enquête (bijlage 13.2) beantwoord en hieruit zullen conclusies worden getrokken. Het moet duidelijk worden of er wel genoeg vraag is naar de trainingen. En zo ja, welke vestigingsfactoren vinden de klanten het meest belangrijk? Op die manier kan een keuze gemaakt worden tussen de twee vestigingen. Deze data kan wellicht ook worden verkregen door middel van de interviewresultaten (bijlage 13.4).

4.2.3 Concurrentieonderzoek

Tot slot wordt er een concurrentieonderzoek gehouden. Dit zal zich richten op twee grote, bekende trainingaanbieders. Er wordt gekeken naar de manier hoe zij de trainingen aanbieden en daar worden de positieve aspecten dan uitgehaald. Deze informatie moet verkregen worden via Internet, en misschien voor een gedeelte via enquêtes en interviews. De bedrijven die bekeken worden zijn Centric en Compu'Train, omdat deze twee bedrijven vrij bekend waren bij de geënquêteerden. De reguliere onderwijsinstellingen kwamen als 'meest bekend' uit de bus, maar om bij deze bedrijven aan de benodigde informatie te komen (trainingen aanbieden is immers niet de core business van deze organisaties) is vrij lastig (enquête uitkomst vraag 3).

4.3 De SWOT-analyse

Na het desk research en als de uitkomsten van de enquête en interviews binnen zijn, wordt er een SWOT-analyse gemaakt. Dit model beschrijft de Strengths en Weaknesses van het bedrijf (interne analyse) en de Opportunities en Threats in de markt (externe analyse). De uitkomst moet aangeven op welke punten IP zich moet verbeteren en op welke punten zij juist succesvol zijn. Bovendien moet dus duidelijk worden waar de kansen liggen om succesvol te worden in deze business, en welke zaken zij juist moeten vermijden (Andrews 1969).

Er is voor dit model gekozen, omdat het een bekend, veelgebruikt model is dat in dit onderzoek goed van pas kan komen. We proberen erachter te komen hoe IP een voordeel kan behalen ten opzichte van concurrenten, en dat kunnen we met deze tool onderzoeken.

4.4 De confrontatiematrix

Om vervolgens de SWOT-analyse aan te vullen, wordt er een confrontatiematrix opgesteld. Deze matrix combineert de interne en externe factoren van de SWOT-analyse. Elk onderdeel wordt aan elkaar gekoppeld waardoor er uiteindelijk bepaalde conclusies getrokken kunnen worden. Ieder bedrijf moet een passende fit zien te krijgen met haar externe omgeving en de confrontatiematrix kan hierbij helpen.

Er is voor dit model gekozen omdat het een goede uitbreiding is van de (nogal algemene) SWOT-analyse. De uitkomst van het model moet IP helpen om haar strategie dadelijk te bepalen.

4.5 Advies: alternatieven

Het doel van dit onderzoek is om uiteindelijk te komen met een weloverwogen advies richting IP Computer Training Centrum. Dit advies zal bestaan uit een aantal alternatieven waar ze uit kunnen kiezen. Deze alternatieven worden genoemd in subhoofdstuk 10.3.

4.6 Gedetailleerd onderzoeksmodel

Nu de modellen bekend zijn, kunnen we een gedetailleerder onderzoeksmodel opstellen:

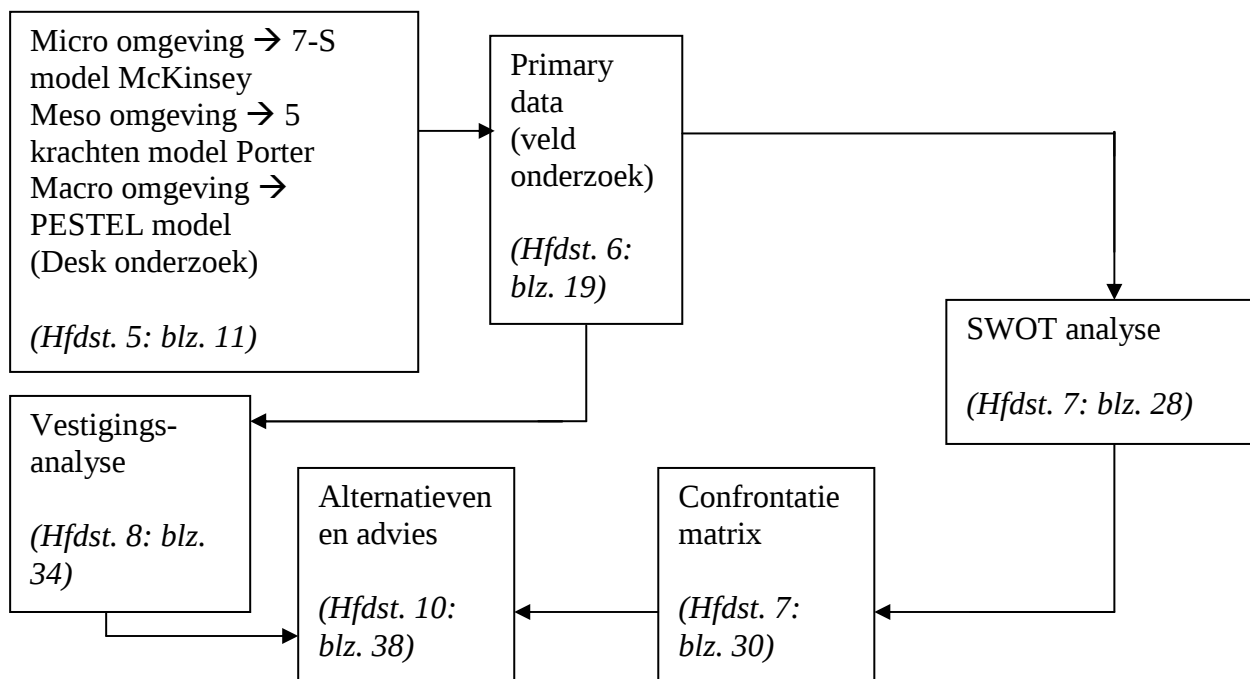


Fig. 4.1: Gedetailleerd onderzoeksmodel

4.7 Conclusie/Samenvatting

In de vorige twee hoofdstukken is de methodologie en de te gebruiken literatuur behandeld. Het geeft aan hoe het onderzoek uitgevoerd zal worden, hoe de verschillende data verkregen moeten worden en hoe deze vervolgens verwerkt worden. Er is sprake van deskonderzoek, en van een aanvullend veldonderzoek. De belangrijkste data moeten verkregen worden met een enquête en interviews. Deze data wordt onder andere toegepast op bestaande, bekende modellen om op die manier de omgeving en de markt te onderzoeken. Uiteindelijk moet

duidelijk worden of het verstandig is om toe te treden tot de nieuwe markt, in welke vestiging de trainingen aangeboden moeten worden, en hoe er voordeel ten opzichte van de concurrent behaald kan worden. De lijst met gebruikte modellen en websites is opgenomen in de bronnenlijst (hoofdstuk 12).

5. Deskonderzoek

In dit hoofdstuk zal de omgeving van IP Computer Training Centrum en de markt van technische computer trainingen nader onderzocht worden.

5.1 De micro-omgeving

Voor de analyse van de micro-omgeving wordt gebruik gemaakt van het 7-S model van McKinsey.

5.1.1 McKinsey's 7-S model

Wat is McKinsey's 7-S model?

Het 7-S model (zie fig. 5.1) is een managementmodel dat 7 factoren beschrijft om een onderneming op een efficiënte en effectieve manier te managen. Al deze factoren zijn belangrijk voor het bedrijf, en ondernemers zouden met iedere factor rekening moeten houden. Alle factoren zijn onderling afhankelijk van elkaar, en om dus succesvol te zijn hebben alle factoren aandacht nodig. Dit model bestaat uit de zogenaamde '7 S-en' (Pascale et al. 1981):

- Strategy: het plannen en toewijzen van middelen om doelstellingen te bereiken.
- Structure: de manier hoe onderdelen binnen de organisatie met elkaar verbonden zijn.
- Systems: de processen en procedures hoe het werk gedaan moet worden.
- Style: heeft voornamelijk te maken met cultuur. Het gaat erom hoe managers zich gedragen, als ze doelstellingen willen bereiken.
- Staff: het personeel binnen de organisatie.
- Skills: de vaardigheden van het personeel en de organisatie.
- Shared values: het middelpunt van het model. Het is datgene waar de organisatie voor staat en waar het in gelooft. Dit komt vaak tot uitdrukking in de visie en missie van een bedrijf.

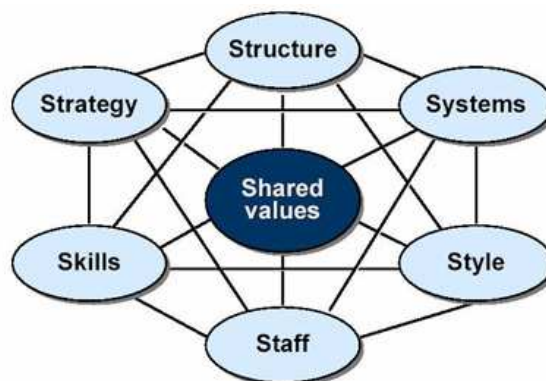


Fig. 5.1: McKinsey's 7-S model (Pascale et al. 1981)

Waarom McKinsey's 7-S model?

Zoals eerder gezegd is dit een ideaal model om de micro-omgeving van een organisatie te analyseren. Het geeft overzichtelijk weer hoe een bedrijf te werk gaat. Inefficiënte zaken kunnen dan aan het licht komen. Elke organisatie (groot of klein) kan van een dergelijke analyse profijt hebben.

Toepassing op IP Computer Training Centrum

Nu zullen we de 7 S-en invullen voor IP Computer Training Centrum:

- **Strategy:** Ze werken bij IP CTC met een zelfontwikkeld concept dat vooral gebaseerd is op een zo flexibel mogelijke samenwerking met klanten. De klant kan trainen wanneer hij of zij dat wil, zo vaak men wil, zonder extra kosten. IP maakt gebruik van zelfontwikkeld trainingsmateriaal en kiest haar docenten zorgvuldig om zo kwaliteit te garanderen. IP wil nu ook technische trainingen in deze regio aan gaan bieden om een groter publiek te bereiken. Landelijk werkt IP Computer Training Centrum samen met Compu'Train om op die manier nog sterker te staan in de markt. Het is echter de vraag of de strategie die gehanteerd wordt bij algemene trainingen ook toepasbaar is op de technische trainingen.
- **Structure:** Iedere IP vestiging is eigenlijk een kleine onderneming op zich, met weinig werknemers. In deze regio zijn er drie ondernemers die nauw samenwerken om zo meer te bereiken. Het idee van het aanbieden van technische computer trainingen komt dan ook van deze drie personen, en niet van IP CTC of Compu'Train. Dus eigenlijk kun je zeggen dat de drie vestigingen in deze regio (Almelo, Enschede en Hengelo) onderling weer met elkaar verbonden zijn, binnen het grotere netwerk van IP CTC en Compu'Train.
- **Systems:** Het proces van IP werkt vrij eenvoudig. Als iemand een training nodig heeft kan hij of zij zich aanmelden via de website. De keuze kan gemaakt worden tussen thuis werken via Internet, op je eigen bedrijf, of op locatie bij IP. De cursist krijgt een boek ter beschikking (dat zijn of haar eigendom wordt). Er wordt een eerste afspraak gemaakt en in die les wordt de stof behandeld. Men luistert een audio track af en maakt tegelijkertijd de bijbehorende opdrachten. Er is tijdens de les altijd een docent aanwezig (online, of op locatie bij IP) voor vragen. Na de les maakt men een afspraak voor de volgende training. De cursist kan zoveel trainen als hij/zij wil, zonder extra kosten. Als men klaar is voor het examen, dan kan deze gemaakt worden en meestal resulteert dat in een certificaat dat hoort bij de betreffende cursus.
- **Style:** Bij IP heerst een informele cultuur, naar elkaar toe maar zeker ook naar de buitenwereld. Dit zal de klant op zijn gemak stellen. De managers kennen elkaar goed en kunnen goed met elkaar overweg. De ondernemers hebben een duidelijk doel voor ogen, en doen er samen dan ook alles aan om dit te bereiken. Dit resulteerde onlangs al in het openen van de derde vestiging in Almelo, en wie weet binnenkort in het aanbieden van technische computer trainingen.
- **Staff:** Het team van IP Computer Training Centrum in deze regio, ook wel IP Twente genaamd, bestaat uit drie personen verdeeld over drie vestigingen.
- **Skills:** De drie personen werken nauw samen en proberen in deze regio een stabiele organisatie neer te zetten. Ze kunnen alle drie algemene computer trainingen verzorgen. Zoals eerder vermeld moet er voor de technische trainingen een externe docent komen.
- **Shared values:** IP helpt mensen om computer programma's beter te begrijpen door het aanbieden van computer trainingen aan iedereen die hier om vraagt. De werkwijze wordt afgestemd op de klant en IP zal er alles aan doen om deze klant aan een certificaat te helpen (interview dhr. Weber). Om dit doel te verwezenlijken moeten alle bovenstaande factoren goed gemanaged worden. De sterke punten die IP nu kenmerken moeten zoveel mogelijk gebruikt worden voor de toekomstige trainingen (Pascale et al. 1981).

5.1.2 Conclusie

Bovenstaande analyse geeft een duidelijk overzicht van de micro-omgeving van IP CTC. Deze analyse is specifiek op het bedrijf zelf gericht en laat zien hoe IP te werk gaat. Hier zouden managers dan positieve en eventueel de negatieve aspecten uit kunnen halen. Zoals te zien is, heeft IP een unieke werkwijze ontwikkeld dat goed aanslaat bij de klant. IP is specialist in het aanbieden van algemene computer trainingen, hoewel dit uiteraard niet wil zeggen dat het aanbieden van technische trainingen ook een succes wordt. Andere sterke punten die opvallen is de samenwerking van IP met Compu'Train (een vooraanstaande trainingsaanbieder in de markt), en dat de klant bij de algemene computer trainingen kan kiezen uit meerdere trainingsvormen (online, op locatie bij IP, of op het eigen bedrijf). Maar enkel het bedrijf zelf analyseren is natuurlijk niet genoeg. De omgeving van IP Twente reikt ver buiten de vier muren van het trainingslokaal. Daarom zullen we nu de omgeving analyseren op een iets grotere schaal: de meso-omgeving.

5.2 De meso-omgeving

Om de aantrekkelijkheid van de markt te onderzoeken, maken we gebruik van het 5-krachten model van Porter.

5.2.1 Porter's 5-krachten model

Wat is Porter's 5-krachten model?

Het 5-krachten model van Porter (zie fig. 5.2) is een hulpmiddel dat gebruikt wordt om een analyse te maken van de aantrekkelijkheid van de industrie/markt. Het model bestaat uit 5 'krachten' die bekeken worden:

- *Dreiging potentiële toetreders*: hoe gemakkelijk kunnen concurrenten toetreden tot de markt? Is er sprake van barrières?
- *Dreiging van substituten*: hoe gemakkelijk is het om een vervangende dienst te creëren of goedkoper te maken?
- *Onderhandelingspositie van afnemers*: hoe sterk staat de koper?
- *Onderhandelingspositie van leveranciers*: hoe sterk staat de verkoper? Zijn er veel of weinig leveranciers?
- *Rivaliteit tussen bestaande ondernemingen*: is er sprake van sterke concurrentie? Is er sprake van één dominante speler?

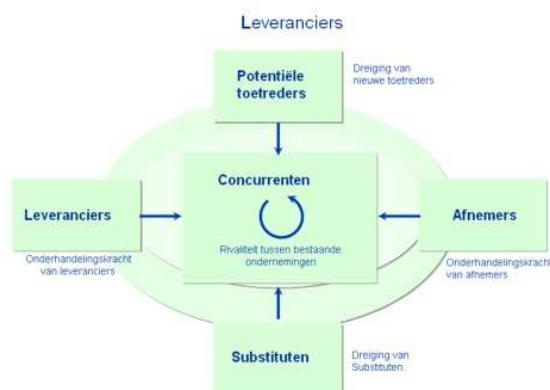


Fig. 5.2: Porter's 5-krachten model (Porter 1979)

Waarom Porter's 5-krachten model?

Dit model is bij uitstek geschikt om de aantrekkelijkheid van de markt te onderzoeken. Het is belangrijk dat de ondernemers weten hoe de markt van technische computer trainingen in

elkaar steekt, alvorens toe te treden. Het betreft dus een zeer beknopt overzicht van de markt van technische computer trainingen in Twente.

Toepassing op IP Computer Training Centrum

Dreiging potentiële concurrenten

De huidige aanbieders van technische computer trainingen hebben schaalvoordelen. Zij zijn al een tijdje actief in de markt en hebben in die jaren de nodige ervaring en kennis opgebouwd. Zij zijn bekend bij de klanten, hebben een bepaalde reputatie en weten vaak hoe ze kwaliteit leveren voor een goede prijs. Ook beschikken ze over een groot klantenbestand, klanten die niet snel van aanbieder zullen wisselen. Hierdoor zullen nieuwe toetreders tot de markt met een achterstand beginnen. Maar door de samenwerking aan te gaan met een goede franchisegever zal deze achterstand enigszins minder worden en heeft de nieuwe vestiging wellicht kans van overleven.

Verder zal het voor potentiële concurrenten niet moeilijk zijn om toe te treden. De opzetkosten voor een dergelijk bedrijf zijn niet al te groot en er is niet veel personeel nodig. Er zullen altijd veel aanbieders van computer trainingen op de markt zijn, maar in Twente zitten er minder dan in bijvoorbeeld de drukke Randstad. Wellicht dat dit de kans van slagen in Twente vergroot. In subhoofdstuk 6.4 worden 2 toekomstige concurrenten wat uitgebreider toegelicht.

Dreiging van substituten

Hier hoeven de ondernemers zich weinig zorgen over te maken. Voor bepaalde technische computer programma's zullen weliswaar meerdere trainingen bestaan, maar het zal weinig geld en moeite kosten om ook deze trainingen in het aanbod op te nemen. Zeker als je bekijkt dat er uiteindelijk een aanbod wordt nagestreefd van ongeveer 500 technische trainingen. Het zal gevaarlijker worden wanneer concurrenten onder de prijzen van IP gaat zitten. Dit kan IP klanten kosten en er uiteindelijk voor zorgen dat ook zij lager moeten gaan zitten met de prijs. Iets dat vaak kwaliteitsvermindering tot gevolg heeft. Er blijft bijvoorbeeld minder geld over om uit te geven aan een ervaren, externe docent.

Onderhandelingspositie van afnemers

De klant wil uiteraard kwaliteit voor een lage prijs. Dit is tegenstrijdig, maar mocht een bedrijf met behoorlijk wat mensen een training willen volgen, dan zijn vaak wel kortingen te bedingen. Dit stelt de afnemer in staat om te onderhandelen en druk uit te oefenen op IP Computer Training Centrum. Vooral in het begin zullen klanten getrokken moeten worden, en een goede tactiek om dit te doen is door je flexibel op te stellen ten opzichte van die klant. Als de afnemer kan onderhandelen over de prijs, zul je ze sneller aan je binden. Dit mag echter niet ten koste gaan van de kwaliteit. Helaas zal door de verandering van individuele naar klassikale trainingen de onderhandelingspositie van de klant (vooral met betrekking tot trainingstijden) ook afnemen.

Onderhandelingspositie van leveranciers

De leveranciers van IP Computer Training Centrum zijn de product/programma ontwikkelaars en de gespecialiseerde docenten die de technische computer trainingen verzorgen. De bedrijven die de technische computer programma's ontwikkelen hebben natuurlijk de macht om een bepaalde prijs hiervoor te vragen. Zij zijn vaak de enige die dit product aanbieden, en dus kunnen ze hoog gaan zitten met de prijs. De gespecialiseerde docent die IP CTC inhuurt om de training te verzorgen, heeft met betrekking tot de prijs die hij/zij vraagt uiteraard ook een bepaalde macht. Deze macht is echter wel beperkt, aangezien IP over kan stappen op een andere docent, mocht de prijs te hoog uitvallen.

Rivaliteit tussen bestaande ondernemingen

In elke markt is er sprake van rivaliteit en concurrentie. Dit komt de klant vaak alleen maar ten goede en zorgt ervoor dat de ondernemingen continu genooddaakt zijn om te innoveren. Enkele grote aanbieders van technische computer trainingen in Nederland zijn Compu'Train, Centric, 4dotnet, Decisco en Twice. Maar zoals eerder gezegd zitten zij vooral in het midden en westen van Nederland, daar waar meer bedrijvigheid te vinden is. Het is natuurlijk de vraag in hoeverre hier hinder van ondervonden wordt. Nieuwe toetreders zullen zich moeten onderscheiden op gebied van prijs én kwaliteit. In het begin kunnen ze laag gaan zitten met de prijs om klanten te trekken, maar de enquête en interviews tonen aan dat het de klant uiteindelijk vooral gaat om kwaliteit. Kwaliteit is dus nog belangrijker dan de prijs.

5.2.2 Conclusie

Samengevat ziet de markt er best aantrekkelijk uit. De huidige aanbieders hebben wel schaalvoordelen en een voorsprong ten opzichte van IP Twente. Maar het is relatief gemakkelijk om toe te treden tot de markt, en in de directe omgeving zijn minder aanbieders van technische computer trainingen bekend dan bijvoorbeeld in de Randstad (interview dhr. Weber). Klanten zijn vaak 'slechts' bereid om een bepaalde afstand te reizen voor een training, dus het is onwaarschijnlijk dat potentiële klanten in het oosten van Nederland afreizen richting de Randstad. Hier kan van geprofiteerd worden door juist in het oosten van Nederland een vestiging neer te zetten. Verder zal het vinden van een geschikte franchisegever, een positief effect hebben op het werven van klanten.

5.3 De macro-omgeving

Om tot slot de macro-omgeving te analyseren, maken we gebruik van de PESTEL-analyse.

5.3.1 PESTEL-analyse

Wat is een PESTEL-analyse?

Het PESTEL-model is een veelgebruikt model om de macro-omgeving te analyseren. Het model laat de cruciale factoren zien, die invloed hebben op de beslissingen van managers. Het PESTEL model wordt onderverdeeld in:

- **Political factors:** overheidspolitiek, bijvoorbeeld de mate van overheidsbemoeienis in de economie. Welke goederen vindt de overheid belangrijk? Welke business ondersteunen zij? Hoe zit het met subsidies? Maar hier valt bijvoorbeeld ook te denken aan een goede infrastructuur.
- **Economic factors:** rentepercentages, verandering in belasting, economische groei, inflatie, etc.
- **Social factors:** veranderingen in sociale trends, demografie en populatie, bijvoorbeeld vergrijzing.
- **Technological factors:** nieuwe technologieën creëren nieuwe producten en processen. Technologische vooruitgang heeft zijn voordelen voor zowel klanten als leveranciers.
- **Environmental factors:** hier valt te denken aan weer- en klimaatverandering en de groeiende vraag om de omgeving te beschermen tegen afvalstoffen.
- **Legal factors:** heeft te maken met wetgeving. Bijvoorbeeld leeftijdsdiscriminatie, noodzaak van recycling, stijging minimumloon, etc. (Aguilar 1967)

Waarom een PESTEL-analyse?

Er zijn vele factoren in de macro-omgeving die de beslissingen van managers beïnvloeden. Voorbeelden zijn veranderingen in de belasting, nieuwe wetten, handelsbarrières en

overheidsbeslissingen. Om deze factoren te analyseren, kunnen ze gecategoriseerd worden in het PESTEL-model. Op die manier krijgen de ondernemers een handig overzicht van de belangrijke factoren in de macro-omgeving, waar ze vervolgens hun beslissingen op af kunnen stemmen. Zoals eerder gezegd is dit model echter minder geschikt voor een klein regionaal bedrijf als IP Twente.

Toepassing op IP Computer Training Centrum

Political factors

Hier heeft het bedrijf geen last van. Natuurlijk krijg je te maken met zaken als belasting en regels met betrekking tot bijvoorbeeld concurrentie, maar niet meer dan andere (service) bedrijven. Het gaat hier niet om een productiebedrijf met grote machines, veel personeel, grote CO₂ uitstoot en waar uitgebreide veiligheidsmaatregelen nodig zijn.

We zitten in een economische crisis, wat er natuurlijk wel voor zorgt dat er meer sprake is van overheidsbemoeienis dan normaal het geval zou zijn. Dit heeft onder andere invloed op de bedrijvigheid, werkgelegenheid en innovatie van het bedrijfsleven.

Belangrijk is dat de overheid de infrastructuur blijft verbeteren, zodat de vestigingen van IP goed bereikbaar blijven. Maar over het algemeen hecht het kabinet hier grote waarde aan, juist ook in tijden van crisis (website rijksoverheid).

Economic factors

Ook deze factoren zullen bij IP niet in grotere mate voorkomen dan bij de meeste bedrijven. Maar juist op economisch gebied zorgt de crisis ervoor dat bepaalde zaken nu anders liggen dan normaal gesproken het geval is. Deze crisis is nadelig voor de economische groei, het zorgt voor inflatie en de consument verliest haar vertrouwen. Maar aan de andere kant zorgt deze crisis ervoor dat mensen bang zijn hun baan te verliezen. Daarom wil de consument wellicht flexibeler worden of juist gespecialiseerder, wat ervoor zorgt dat de vraag naar technische trainingen weer enigszins kan toenemen.

De interviews tonen aan dat in de meeste gevallen de crisis geen invloed heeft op het volgen van trainingen. Voor sommige ondernemingen (UWV WERKbedrijf) ontstaan er juist kansen tijdens een crisis, en wordt er juist meer getraind.

Social factors

Vooraf de demografie kan in ons geval bepalen of we te maken hebben met een uitgelezen kans, of tijdverspilling. Het gaat hier om zowel de spreiding van potentiële klanten, als die van aanbieders van technische trainingen. Zoals al eerder gezegd zijn er niet veel aanbieders in deze regio bekend, wat goed nieuws is voor de onderneming. Er moeten echter ook voldoende afnemers in de regio zijn, die bereid zijn om af te reizen naar IP CTC.

Verder heeft de vergrijzing natuurlijk ook invloed op onze business. Dit zorgt ervoor dat er straks minder potentiële klanten in de markt te vinden zijn.

Technological factors

Dit zijn ongetwijfeld de belangrijkste factoren waar we mee te maken hebben. Het gaat in ons geval om technische trainingen, waarbij onder andere computers nodig zijn. Technologische vooruitgang zorgt ervoor dat de trainingsprogramma's voortdurend verbeterd kunnen worden en dat de computers steeds sneller en beter worden. Bovendien heeft de opkomst van het Internet ervoor gezorgd dat mensen ook thuis kunnen trainen. Zonder alle technologische ontwikkelingen uit het verleden had IP Computer Training Centrum helemaal niet bestaan. En om ook in de toekomst te blijven bestaan, is het bedrijf afhankelijk van de technologie. Bates (2005) laat ons zien hoe belangrijk e-learning tegenwoordig is. E-learning is sterk in opkomst en stelt mensen in staat om op afstand te studeren, in hun eigen tijd (bijvoorbeeld in het

weekend). Flexibeler kan een klant het niet krijgen. Aanbieders van trainingen hebben deze vorm van training aanbieden tegenwoordig nodig om de concurrentie aan te kunnen gaan met de andere bedrijven.

Environmental factors

Hier gaat het vooral om klimaatverandering, en daar heb je als klein servicebedrijf nauwelijks mee te maken. Er worden nauwelijks afvalstoffen of (milieuonvriendelijke) producten geproduceerd, en de maatregelen die genomen worden op dit gebied door de overheid zijn dan ook niet van toepassing op de toekomstige vestiging. We kunnen de factor “reisafstand” hier ook indelen. Deze moet natuurlijk zo laag mogelijk zijn, aangezien klanten niet meer dan een x aantal kilometers bereid zijn af te leggen voor een training.

Legal factors

Ook hier hebben we niet meer mee te maken dan de meeste bedrijven. We hebben natuurlijk wel te maken met leeftijdsdiscriminatie (weigeren van personeel op grond van leeftijd) (website Wikipedia) en de stijging van het minimumloon. Maar met bijvoorbeeld recyclingregels hebben we niet te maken, omdat we geen producten voortbrengen. Ook zijn er voorschriften waaraan het trainingsaanbod moet voldoen. Bijvoorbeeld mag de prijs van een training tussentijds nooit gewijzigd worden, en is de deelnemer gerechtigd om zoveel trainingstijd te benutten als hij of zij nodig acht (interview dhr. Weber).

Globalization

Om het model iets meer toe te passen op IP Twente, voeg ik een 7^e factor toe, namelijk globalisatie. Meerdere malen is al gezegd dat klanten bereid zijn om slechts een bepaalde afstand te reizen voor een computer training (vaak maximaal 30 tot 60 minuten). De opkomst van Internet en de mogelijkheid om online en thuis te trainen, is echter een oplossing voor dit probleem. “De opkomst van mobiele en draadloze technologie maakt het mogelijk om (bijna) altijd en overal databases en intranetten te raadplegen, en om contact te onderhouden met collega’s en opleiders. E-learning is het onderdeel van leren en ontwikkelen dat het sterkst in opkomst is” (Rubens 2008). Door deze mogelijkheid kan IP eigenlijk alle Nederlandstalige klanten over de hele wereld helpen. Het online aanbieden van trainingen zorgt ervoor dat de markt groter wordt dan slechts de lokale markt. Het is niet onwaarschijnlijk dat er in Nederlandstalig België veel potentiële klanten van IP te vinden zijn. En nu hebben we het nog niet eens over mogelijke Engelstalige trainingen. Dit online aanbieden is zeker iets dat goed in de gaten gehouden moet worden, daar het waarschijnlijk van grote waarde zal zijn in de directe toekomst.

5.3.2 Conclusie

De PESTEL-analyse en de macro-omgeving zijn minder van toepassing op een lokaal bedrijf als IP Twente. Er zijn uiteraard wel factoren waar rekening mee gehouden moet worden, en dat geldt dan vooral voor de technologische factoren. Door de opkomst van Internet en het online aanbieden van trainingen, zal deze macro-omgeving in de toekomst waarschijnlijk wel belangrijker worden voor bedrijven als IP. Op dit gebied zullen grote kansen ontstaan, en de meeste bedrijven passen hun strategie hier al op aan. Ook bij IP Twente is er de mogelijkheid om online te trainen, en dat is iets dat verder uitgebreid dient te worden. Op die manier kunnen zeer veel nieuwe klanten aangetrokken worden.

5.4 Conclusie/Samenvatting

In dit hoofdstuk zijn de micro-, meso-, en macro-omgeving onderzocht. De micro-omgeving aan de hand van het 7-S model van McKinsey, de meso-omgeving aan de hand van het 5-

krachten model van Porter, en tot slot de macro-omgeving aan de hand van een PESTEL-analyse. Niet geheel onverwachts gaat het PESTEL-model en dus de macro-omgevingsanalyse het minst op voor IP Computer Training Centrum. We hebben te maken met een klein, regionaal bedrijf en het is dus niet gek dat er meer valt te zeggen over de micro- en meso-omgeving. Hoewel de macro-omgeving in de toekomst dus wellicht belangrijker zal worden.

In hoofdstuk 7 zal er een vervolg komen op deze omgevingsanalyse: door middel van een SWOT-analyse zullen we ons bedrijf nader analyseren. Maar we gaan nu eerst verder met het veldonderzoek: de uitkomsten van de enquête en interviews, en aansluitend het imago-, concurrentie-, en klantonderzoek.

6. Veldonderzoek

6.1 Uitkomst enquête

De 81 bedrijven die onderzocht zijn komen uit verschillende sectoren, vooral uit de industrie, handel en reparatie, zakelijke dienstverlening en de bouwnijverheid. Een grote meerderheid, namelijk 57%, had tussen de 10 en 49 werknemers. 19% van de organisaties had minder dan 10 werknemers, 14% had er tussen de 50 en 99. De overige 1% had 100 of meer werknemers in dienst.

Op de vraag of men wel eens gehoord had van IP Computer Training Centrum, antwoordde 'slechts' 6% van de ondervraagden met 'ja'. De meest bekende trainingaanbieder is, niet geheel onverwachts, de reguliere onderwijsinstellingen (34%). Op de tweede plaats volgt Centric (24%) en Compu'Train eindigt op plaats 3 (17%). Vervolgens werd er een behoorlijke lijst met andere trainingaanbieders aangereikt: ExplainIT, Dirksen opleidingen, ISBW, ICT Spirit, CAD2M B.V., Global Knowledge, Fast Lane, IBM, Bouwradius, IDée ICT, Enter it Training, AFAS, Admicom Systems, Broekhuis Training Groep B.V. en Tshukudu.

De voornaamste reden waarom geen technische computer trainingen gevolgd worden is dat het personeel dit niet nodig heeft (35%). Er is in geen enkel geval een financiële reden opgegeven als excuus om geen trainingen te volgen. De voornaamste reden waarom er wel getraind wordt, is dat werknemers hierdoor productiever en efficiënter zullen worden. Ook wordt aangegeven dat de werknemer een van de succesfactoren is binnen het bedrijf, en dat door hierin te investeren de motivatie van deze werknemer zal stijgen.

Trainingen die gevolgd en genoemd worden door de bedrijven zijn: Microsoft Arkey Modelleerprogramma's, CAD/CAM trainingen, Systeembeheer cursussen, Cisco netwerktechnologie, Lotus Notes, Microsoft Acces, Windows Server 2008, Piping Design, Autocad, CNC cursussen, Vakware, AccountView, NetASQ, C++, Microsoft Certified Systems Engineer, Programmable Logic Controller en Microsoft SQL. Verder wordt er meer algemeen gesproken over 'trainingen die horen bij de verschillende platformen waarmee gewerkt wordt', 'trainingen voor programmeren' en 'diverse producttrainingen afgestemd op de branche'. Tot slot wordt ook nog Microsoft Office genoemd, maar dit behoort tot het algemene trainingspakket.

In de meeste gevallen bepaald de werkgever of er een technische training gevolgd moet worden en het is ook de werkgever die de trainingen betaald. De werknemers zijn wel bereid om deze trainingen in de vrije tijd te moeten volgen.

Mocht een bedrijf op zoek zijn naar een geschikte trainingsaanbieder, dan doen ze dit in de meeste gevallen (37%) via het Internet. 35% doet dit 'anders' en 21% volgt de trainingen al jaren bij dezelfde aanbieder. Van de bedrijven die een aanbieder zoeken via Internet, doet verruit het merendeel dit via zoekmachines, en wel met Google.

Op de vraag bij welke aanbieder de bedrijven de trainingen volgen, worden veel van de bovenstaande aanbieders genoemd. Er worden ook nieuwe namen genoemd: PerfectView, Ehrbecker, Innovam Groep, Abacus Training en Ittanex. Een aantal geënquêteerden geeft aan dat dit van het soort training afhangt.

37% van de ondervraagden is bereid om niets te betalen voor een training. Gevolgd door 23% die bereid is om tussen de € 1,- en € 499,- te betalen en 21% tussen de € 500,- en € 999,-. Slechts 1% is bereid om meer dan € 3000,- te betalen voor een technische computer training. De ondervraagden zijn het er unaniem over eens dat kwaliteit van de training het meest belangrijk is (80%).

Op de vraag hoe er het liefst een training gevolgd wordt, zijn de meningen aardig verdeeld. 23% wil dit 'op locatie, een klassikale training met het bedrijf/afdeling'. Gevolgd door 19% dat de training 'online' wil volgen. Maar ook een individuele training op locatie, of een klassikale training op locatie met andere (onbekende) medecursisten is geliefd. 17% antwoord

met 'anders', waarbij vaak wordt gezegd dat ze hiermee in-house trainingen bedoelen, dus bij het bedrijf dat de trainingen volgt. Voorbeelden van argumenten voor bovenstaande keuzes zijn: tijd & geld (thuiswerken scheelt reistijd en reisgeld), efficiëntie (in-house trainingen zijn efficiënter), directe wensen van individuen/collega's kunnen zo makkelijker beantwoord worden (bij trainingen op locatie met een compleet bedrijf/afdeling) en meer aandacht voor de cursist en hogere kwaliteit (als je op locatie en individueel traint).

Maar liefst 69% van de ondervraagden vindt het belangrijk dat het uiteindelijke examen bij dezelfde instelling en in dezelfde vestiging gemaakt kan worden dan waar de trainingen gevolgd zijn. 65% van de bedrijven geeft aan dat er de komende tijd geen technische trainingen gevolgd zullen worden, en 17% heeft hier geen idee van.

Tot slot zijn er in de enquête een aantal vestigingsfactoren behandeld, waarbij de ondervraagden aan konden geven of ze deze al dan niet belangrijk vonden. De uitkomsten zijn:

- Dicht bij de snelweg: 58% vindt dit wel belangrijk, 42% niet.
- Mate van doorstroming via de weg: 75% vindt dit wel belangrijk, 42% niet.
- Dicht bij OV verbindingen: 48% vindt dit wel belangrijk, 52% niet.
- Aanwezigheid van breedbandinfrastructuur: 65% vindt dit wel belangrijk, 35% niet.
- Voldoende parkeergelegenheid: 89% vindt dit wel belangrijk, 11% niet.

De ondervraagden gaven nog een aantal 'extra' vestigingsfactoren aan die zij belangrijk vonden. In de meeste gevallen was dit de reistijd/ligging van de aanbieder. Men geeft duidelijk aan dat ze niet bereid zijn meer dan +/- 30 tot 60 minuten te reizen voor een technische training. De aanbieder moet dus centraal liggen in de regio (1 van de ondervraagden geeft aan dat de aanbieder centraal in Nederland moet liggen, maar deze laat ik buiten beschouwing omdat IP zich richt op deze regio). Verder worden de 'kosten van de parkeergelegenheid' als een belangrijke vestigingsfactor naar voren gehaald. Tot slot voeg ikzelf nog 2 vestigingsfactoren toe: 'het aantal zitplaatsen dat de vestiging kan bieden' en 'eventuele obstakels in het lokaal' (bijvoorbeeld pilaren). In hoofdstuk 8 zal ik de 2 kandidaat vestigingen daarom onderzoeken aan de hand van 3 van de 5 originele factoren, aangevuld met de 4 extra vestigingsfactoren:

- Dicht bij de snelweg.
- Aanwezigheid van breedbandinfrastructuur.
- Voldoende parkeergelegenheid.
- De kosten voor het parkeren.
- De ligging van de vestiging in de regio.
- Het aantal zitplaatsen dat de vestiging kan bieden.
- Eventuele obstakels in het lokaal.

We laten 'mate van doorstroming via de weg' hierbij buiten beschouwing, hoewel deze wel als belangrijk gezien werd. Deze vestigingsfactor is echter moeilijk en te tijdrovend om te onderzoeken.

Conclusie

Het meest opvallende van de enquêteresultaten is dat slechts 6% van de ondervraagden IP Computer Training Centrum kent. Dit is een bedreiging als men dadelijk de markt voor technische computer trainingen wil betreden.

De resultaten laten echter ook een paar kansen zien, waar IP haar voordeel uit kan halen. Allereerst is duidelijk geworden dat klanten vaak een aanbieder zoeken via het Internet. Dit betekent dat IP ervoor moet zorgen dat ze vooral via Google gemakkelijk te vinden zijn. Verder valt het op dat klanten erg verschillen, als je kijkt naar de wensen over waar er

getraind wordt. Er zijn klanten die dit online willen, maar er zijn ook klanten die willen trainen in het eigen bedrijf, of op locatie bij IP.

6.2 Uitkomst interviews

Voor dit onderzoek zijn er zes interviews afgenomen, meestal met een of twee ICT-medewerkers van de verschillende ondernemingen. Zowel profit organisaties (IAA Architecten en H.J. Wiefferink B.V.), als non-profit organisaties (ZGT, UWV Werkbedrijf en de gemeente Dinkelland en Enschede) zijn geanalyseerd. Het aantal werknemers verschilde behoorlijk bij deze bedrijven (van 85 werknemers bij Wiefferink tot 3400 bij het ZGT). Vanzelfsprekend waren ook de werkzaamheden verschillend bij de onderzochte ondernemingen.

De grootste overeenkomst tussen de bedrijven was dat alle zes ondernemingen gebruik maakten van technische computer programma's en hiervoor trainingen volgden. De programma's verschilden onderling enorm, natuurlijk gericht op de werkzaamheden van de betreffende onderneming. Er werd door de bedrijven zowel intern, als extern getraind. Intern werd er 'les gegeven' door professionals van buitenaf of collega's, extern werd er op locatie getraind, meestal met een groepje werknemers. Ook als slechts 1 persoon een externe training moest volgen, waren er bij deze trainingen wel meerdere werknemers (van andere bedrijven) aanwezig.

De computer programma's die gebruikt werden door de bedrijven verschilden van elkaar, evenals de aanbieders. Wel is het zo dat meestal een aanbieder in de buurt werd gezocht, om zo de reiskosten en reistijd zo laag mogelijk te houden. In de meeste gevallen bepaalde een directe leidinggevende (directie of ICT-hoofd) of er een training gevolgd moest worden, en in alle gevallen werd deze training betaald door de werkgever. Soms is een dergelijke training er voor het leren omgaan met een nieuw programma, maar vaak gaat het 'slechts' om een stukje bijscholing als er weer een nieuwe versie van een computer programma op de markt is. Meestal wordt er getraind onder werktijd, maar soms moeten werknemers ook in de avonden naar een trainingsaanbieder toe. Ook krijgt men in de meeste gevallen opdrachten mee voor thuis. Kwaliteit wordt gezien als het meest belangrijke bij een technische training, maar ook wil men goede service en uiteraard een zo laag mogelijke prijs.

Op de vraag hoe men op zoek ging naar een geschikte aanbieder, werd verschillend geantwoord. Opvallend was dat bedrijven vaak een langere periode vasthouden aan dezelfde aanbieder, en dus niet snel een nieuwe aanbieder zullen zoeken. Mocht dit wel nodig zijn, dan maakt men vaak gebruik van zoekmachines (Google) op Internet, of kijkt men in vakbladen. In tijden van crisis werd er over het algemeen niet minder geïnvesteerd in personeel: er werd niet bezuinigd op technische computer trainingen.

Conclusie

Net als de enquêteresultaten, leren de interviewresultaten ons ook dat klanten soms intern en soms extern willen trainen. Er is een zeer brede vraag naar allerlei technische trainingen en men is vaak bereid om zowel overdag, als 's avonds te trainen. Dit zijn allemaal kansen voor IP Twente om klanten te werven.

Verder zien we dat klanten vaak gedurende een langere periode vasthouden aan dezelfde aanbieder. Dit kan betekenen dat het wellicht moeilijk wordt om klanten over te nemen van andere aanbieders, maar er ontstaan ook kansen om klanten langer aan je te binden.

6.3 Imago-onderzoek

Het is voor IP Computer Training Centrum belangrijk om te weten hoe zij in de markt staan. Zijn ze bekend in deze regio, of moet er wellicht meer aan marketing gedaan worden? Dit is

lastig te onderzoeken aan de hand van een simpele enquête, maar we zullen toch wat voorzichtige uitspraken over het imago van IP doen.

Het feit dat slechts 6% van de ondervraagden van IP Computer Training Centrum heeft gehoord, is opvallend. Het bedrijf heeft 33 vestigingen in heel Nederland en één in België, het is het op een na oudste opleidingsinstituut in het hele land. Als dan niemand je kent, dan gaat er waarschijnlijk iets fout. In de directe omgeving van de ondervraagden zaten ten tijde van de uitgifte van de enquête zelfs twee vestigingen van IP: één in Hengelo en één in Enschede. Hier is nu nog een extra vestiging bij gekomen in Almelo. Bovendien zit er een IP vestiging in Deventer. Het lijkt niet onverstandig om meer geld uit te geven aan marketing en reclame maken, om op die manier meer naamsbekendheid te krijgen. Dan kun je ook meer klanten trekken.

Uit de enquête is verder gebleken dat vele bedrijven die technische computer trainingen nodig hebben, een aanbieder zoeken via Internet. Van deze groep zoekt veruit de meerderheid deze aanbieder via Google. Bij gerichte trefwoorden in de zoekmachine van Google (bijv. "Computertraining, Twente") valt het op dat IP Computer Training Centrum bijna altijd bovenaan komt te staan. Het zit wat dat betreft wel goed met de zogenaamde 'Google Hits', en het imagoprobleem zal hier dus waarschijnlijk niet aan liggen. Wel is het zaak voor IP om dit zo te houden, dus er continu voor te zorgen dat ze de meeste Google Hits hebben en dus na een zoekopdracht bovenaan de lijst komen te staan van eventuele aanbieders.

Conclusie

Ik ben van mening dat IP zich duidelijk moet blijven onderscheiden van haar concurrenten. Dit kan ook goed zijn voor je imago. Ze kunnen dit doen door een lage prijs voor technische computer trainingen te hanteren (de enquête resultaten leren ons immers dat bedrijven, niet heel verassend, zo weinig mogelijk willen betalen voor een cursus). Maar ik ben van mening dat kwaliteit hier boven prijs staat. De geënquêteerden gaven duidelijk aan dat kwaliteit het meest belangrijk is bij een technische computer training. En aangezien IP zich bijna onmogelijk op zowel een lage prijs, als een hoge kwaliteit kan richten, is mijn advies om de kwaliteit zo hoog mogelijk te houden. Daarnaast kan IP zich onderscheiden van haar concurrenten door de trainingen op verschillende manieren aan te bieden. De enquête resultaten vertellen ons dat de wensen over hoe een training wordt aangeboden nogal verschillen. En omdat deze verschillen dusdanig dicht bij elkaar liggen, is het verstandig om alle mogelijkheden na te gaan. Op die manier kan een breder publiek bereikt worden. Dus er moet gedacht worden aan zowel het online volgen van trainingen, het op locatie trainen bij IP (zowel individueel als in groepen/afdelingen) en het trainen bij het bedrijf zelf (dus dat IP op bezoek gaat bij de klant).

Kortom: om haar imago te verbeteren zal IP Twente reclame moeten maken. Hierin moet duidelijk worden dat er een hoge kwaliteit wordt nagestreefd en dat de klant kan bepalen hoe en waar een training gevolgd wordt. Deze punten worden op de website van IP al als een sterke kant van het bedrijf genoemd (ze streven naar kwaliteit en zijn flexibel in het aanbieden van trainingen) (website IP CTC), maar blijkbaar is de klant zich hier nog niet geheel van bewust. Anders hadden meerdere ondervraagden IP wel gekend.

6.4 Concurrentieonderzoek

In dit subhoofdstuk zullen we twee grote concurrenten van IP Computer Training Centrum onder de loep nemen, namelijk Centric en Compu'Train. Deze twee organisaties waren bekend bij vele geënquêteerden: 24% van de ondervraagden kende Centric en 17% had wel eens gehoord van Compu'Train. Daarmee waren ze veruit het meest bekend van alle trainingaanbieders, op de reguliere onderwijsinstellingen na, maar deze worden hier niet nader onderzocht door een eerdergenoemde reden. Na Compu'Train was IP Computer Training

Centrum het meest bekend: 6% van de ondervraagden had wel eens van de organisatie gehoord.

6.4.1 Centric

Centric is een ervaren trainingaanbieder met vestigingen door heel het land, maar ook in het buitenland. In deze regio zit het bedrijf in Deventer en Hengelo. Centric heeft in totaal 5300 werknemers. Zoals ze op hun eigen website zeggen: “Centric biedt maatwerk- en standaardsoftware, infrastructuur, branchespecifieke oplossingen en een uitgebreid portfolio van gerelateerde diensten. Zij werken daarbij samen met diverse gerenommeerde partners, waardoor de klant verzekerd is van innovatieve oplossingen en diensten van hoge kwaliteit.” (website Centric). Verder geeft het bedrijf aan dat ze zich op diverse branches richten om op die manier zoveel mogelijk klanten van dienst te kunnen zijn. Er zijn branche specifieke cursussen (technische trainingen), maar ook algemene cursussen. De omzet en winst van Centric zijn in de laatste jaren eigenlijk alleen maar gegroeid, wat aangeeft dat het bedrijf hard aan de weg timmert.

Centric hanteert een ‘projectmatige aanpak’ als het gaat om trainingen aanbieden. Ze geven aan dat er altijd een aanspreekpunt aanwezig zal zijn, dat er helderheid is over belangrijke informatie en deadlines, en dat ze kwaliteit leveren voor een lage prijs (website Centric). Ook door te doen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen probeert Centric een goede naam neer te zetten.

Centric presenteert op haar website een hele lijst met partners waar ze mee samen werken. Op die manier proberen ze de kwaliteit zo hoog mogelijk te houden, en dat tegen betaalbare prijzen. IP Computer Training Centrum ontbreekt in deze lijst, maar misschien is het interessant om te onderzoeken of een zakenrelatie met Centric voordelen kan opleveren. Uit de website valt helaas verder niet op te maken op welke manier Centric haar computer trainingen aanbiedt.

6.4.2 Compu’Train

In maart 2009 is IP CTC overgenomen door Compu’Train. Ook Compu’Train zit, net als Centric en IP, verdeeld over heel het land. Het hoofdkantoor zit centraal in Utrecht. Het bedrijf biedt meer dan 500 cursussen aan en helpen jaarlijks (naar eigen zeggen) 20.000 cursisten. Dat zijn toch indrukwekkende cijfers. Compu’Train voorziet de klant in zowel algemene - als technische trainingen en past de manier van aanbieden aan op de klant (website Compu’Train).

Kwaliteit staat bij het bedrijf centraal en wordt gezien als ‘absolute voorwaarde voor een opleidingsinstituut’. Er wordt alleen samengewerkt met gecertificeerde docenten en iedere cursus wordt geëvalueerd. Compu’Train scoort 10 tot 12% hoger bij klanttevredenheids-onderzoeken ten opzichte van 32 andere ICT-opleiders in ons land. Vooral op de punten cursuslocaties, installaties, lesmateriaal en docenten scoren ze hoog (website Compu’Train). Omdat iedere cursist een bepaalde voorkeur van leren heeft, kunnen de klanten kiezen uit verschillende cursusvormen: het zogenaamde ‘*expertisecentrum*’ (de cursist bestudeert zelfstandig de studiematerialen op een locatie van Compu’Train, voor vragen is een docent beschikbaar), ‘*klassikaal leren*’ bestaande uit ‘klassikale cursus’ (1 tot 5 dagen aaneengesloten kennis op doen bij Compu’Train, de verdeling tussen theorie en praktijk is ongeveer 50/50) en ‘begeleid certificeringstraject’ (gericht op het behalen van de MCSA/MCSE 2003 certificering, bestaat uit intensieve klassikale lessen en zelftraining) en ‘*blended cursus*’ (een begeleide leervorm dat bestaat uit een klassikale cursus en uit zelfstudie via e-learning). Tot slot zijn er de zogenaamde ‘*bootcamps*’ (zelfstudie en klassikaal leren voor personen die niet achtereenvolgende meerdere dagen gemist kunnen worden op hun werkplek) (website Compu’Train).

Compu'Train maakt gebruik van meerdere acties om klanten te werven. De zogenaamde 'last minutes' zijn er om lege plekken bij een cursus op het laatste moment nog op te vullen. Klanten kunnen korting krijgen tot 50%. Daarnaast heb je de 'quality card', waarmee in één keer een tegoed wordt aangeschaft voor meerdere cursussen. Hiermee kunnen ook flinke kortingen bedongen worden: bij een vast bedrag van € 5.000,- krijgt de klant € 1.000,- korting, bij een vast bedrag van € 10.000,- krijgen ze € 2.500,- korting.

Conclusie

Er zijn een aantal overeenkomsten te vinden tussen de bovenstaande aanbieders. Zo hebben Centric en Compu'Train vestigingen door heel het land. Dit is zeker nodig om succesvol te zijn, aangezien klanten niet lang willen reizen voor een training. Ook IP heeft vestigingen door heel Nederland, iets dat dus gunstig is. Hoewel IP Twente hier natuurlijk niets voor koopt, aangezien hun werkgebied voornamelijk Twente is. En van de klassikale, technische vestiging is er straks maar één.

Verder geven beide bedrijven aan dat kwaliteit van de cursus belangrijk is, en de klant wil ook een zo hoog mogelijke kwaliteit. Er wordt dus weer bevestigd dat kwaliteit boven prijs gaat bij een technische computer training. En toch zullen de aanbieders hun best doen om de prijs van trainingen zo laag mogelijk te houden. Zij doen dit door allerlei zakenrelaties aan te gaan, of door het in het leven roepen van bepaalde kortingsacties. Wellicht dat IP met soortgelijke acties moet komen om klanten te werven en bekender te worden in deze regio. Tot slot blijkt maar weer dat de klant altijd koning is en dat er naar haar mening geluisterd wordt. Door trainingen op verschillende manieren aan te bieden, zul je een groter publiek bereiken en aan de wensen van meer potentiële klanten voldoen. Door de overname van IP CTC door Compu'Train is deze manier van aanbieden al aardig verbeterd. Naast het grotere aantal locaties om te trainen, kan de klant uit meerdere trainingsvormen kiezen (website Compu'Train). Maar omdat de nieuwe klassikale vestiging in deze regio los komt te staan van IP, zal Compu'Train nog altijd een concurrent blijven, en waarschijnlijk 1 van de grootste. Of wellicht is Compu'Train een geschikte nieuwe franchisegever.

6.5 Klantonderzoek

Van de 81 ondervraagden in de enquête, hebben er 21 'ja' geantwoord op de vraag of er in hun organisatie technische trainingen worden gevolgd. Dit is slechts 26% van het totaal, iets dat wel opvallend is. We zullen de kenmerken van deze 21 organisaties hier op een rijtje zetten, en vervolgens proberen een klantprofiel op te stellen. De reden dat dit klantprofiel wordt opgesteld aan de hand van de informatie van slechts deze 21 bedrijven, is dat dit de toekomstige klanten van IP kunnen zijn. Bedrijven die geen technische trainingen volgen laten we buiten beschouwing, omdat we hier in de toekomst niet mee te maken zullen krijgen. De geënquêteerde had de keuze uit 12 sectoren. 7 van deze 12 sectoren deden aan technische computer trainingen. Dit is terug te vinden in tabel 6.1, samen met het aantal werknemers dat actief is binnen het bedrijf.

Sector	Aantal werknemers	Aantal bedrijven	Totaal
<i>Industrie</i>	10 – 49	3	7 (33,3%)
	50 – 99	3	
	250 – 499	1	
<i>Handel en reparatie</i>	10 – 49	1	1 (4,8%)
<i>Gezondheids- en welzijnszorg</i>	100 – 249	1	1 (4,8%)
<i>Zakelijke dienstverlening</i>	10 – 49	2	4 (19,0%)
	50 – 99	2	
<i>Bouwnijverheid</i>	10 – 49	3	3 (14,3%)
<i>Onderwijs</i>	50 – 99	1	2 (9,5%)
	100 – 249	1	
<i>Overige diensten</i>	< 10	2	3 (14,3%)
	750 – 1000	1	
			21 (100%)

Tabel 6.1: de sectoren die gebruik maken van technische computer trainingen

Uit bovenstaande data valt het volgende op:

- Het valt direct op dat de sector ‘industrie’ de onbetwiste leider is in het geheel van sectoren dat technische computer trainingen volgt. In totaal waren er 14 organisaties ondervraagd in deze sector, waarvan dus precies 50% aan technische computer trainingen doet. Zes organisaties hadden tussen de 10 en 99 werknemers, en 1 organisatie had tussen de 250 en 499 arbeiders in dienst.
- In de sector ‘Handel en reparatie’ zijn er in totaal 13 bedrijven ondervraagd. Slechts 1 van deze 13 bedrijven (7,7%) doet aan technische computer trainingen. Dit bedrijf had tussen de 10 en 49 werknemers.
- In de ‘Gezondheids- en welzijnszorg’ zijn 5 organisaties onderzocht, waarvan er 1 aan technische computer trainingen deed. Dit is gelijk aan 20%. Dit bedrijf had tussen de 100 en 249 werknemers.
- In de zakelijke dienstverlening zijn 13 ondernemingen bekeken, waarvan er 4 technische trainingen volgden. Dit is gelijk aan 30,8%. De bedrijven hadden tussen de 10 en 99 werknemers.
- In de sector ‘Bouwnijverheid’ zijn 13 organisaties onderzocht. Hiervan deden 3 bedrijven aan technische computer trainingen, oftewel 23,1%. Al deze bedrijven hadden tussen de 10 en 49 werknemers.

- Er zijn in totaal 2 onderwijsinstellingen onderzocht, waarvan de werknemers bij beide bedrijven technische computer trainingen volgden. Dit is gelijk aan 100%. Deze organisaties hadden tussen de 50 en 249 werknemers.
- De laatste sector die aan technische computer trainingen deed, was de sector 'Overige diensten'. Hieronder kunnen sectoren vallen als metaal- en elektro, voedingssector, autosector, post en telecommunicatie, etc. In totaal zijn er in deze sector 14 ondernemingen bekeken, waarvan er 3 aan technische computer trainingen deden (21,4%). Deze bedrijven hadden 2 maal minder dan 10 werknemers, en één maal tussen de 750 en 1000 werknemers.
- In de overige sectoren werd niet aan technische computer trainingen gedaan. Dit zijn de sectoren 'Vervoer, opslag en communicatie' (2 ondernemingen onderzocht), 'Horeca' (4 ondernemingen onderzocht), 'Openbaar bestuur en overheid' (0 ondernemingen onderzocht), 'Agrarische sector' (1 onderneming onderzocht) en 'Financiële instellingen' (0 ondernemingen onderzocht).

Het is opvallend dat zo weinig organisaties daadwerkelijk technische computer trainingen volgen om programma's te leren kennen. Maar uit de data van de bedrijven en sectoren die dit wel doen, zijn wel degelijk conclusies te trekken:

- De meeste bedrijven die bekeken zijn komen uit de sector industrie, iets dat niet echt opvallend is aangezien ons land vele productie en industriebedrijven kent. Wel valt het op dat de helft van deze organisaties baat hebben bij technische computer trainingen. Dit gemiddelde ligt veel hoger dan bij de meeste andere sectoren. De sector industrie is dus wel degelijk een interessante sector om klanten te werven.
- Ook de sector onderwijs lijkt zeer interessant, maar dit kan een vertekend beeld zijn omdat er maar twee organisaties in deze sector onderzocht zijn. Maar toch lijkt het mij wel raadzaam om deze sector met haar organisaties in de gaten te houden als potentiële klanten.
- In de sector 'Handel en reparatie' volgde slechts 1 van de 13 ondervraagde organisaties technische computer trainingen. Deze sector lijkt daarom niet interessant voor IP om zich op te richten.
- In de overige sectoren waar wel getraind werd (gezondheids- en welzijnszorg, zakelijke dienstverlening, bouwnijverheid en de overige diensten) trainde 20% of meer van de onderzochte bedrijven. Hier zullen dus ook wel degelijk kansen liggen voor IP om klanten binnen te slepen.
- Over de overige sectoren waar niet getraind werd valt weinig te zeggen. In al deze sectoren zijn zeer weinig (maximaal 4, soms zelfs 0) bedrijven onderzocht. Hier kunnen dus pas meer uitspraken over gedaan worden als deze sectoren nader zijn onderzocht. Bijvoorbeeld Centric richt zich ook op de branche 'financiële dienstverlening', dus er zal wel degelijk potentie zitten in deze sector.
- Ook het aantal werknemers binnen de bedrijven die trainen is zeer verschillend. In de meeste gevallen ligt dit tussen de 10 en 49 personen, maar er wordt uiteraard ook wel getraind door bedrijven met meer of minder werknemers. Wel geldt natuurlijk: hoe meer personeel een bedrijf heeft, des te meer personen er voor een eventuele training in aanmerking kunnen komen.

Conclusie

In de meeste sectoren worden wel technische computer trainingen gevolgd. De sector 'industrie' lijkt het meest interessant, maar ook in de overige sectoren (met uitzondering van de sector 'handel en reparatie') maakt men wel degelijk gebruik van technische computer programma's en volgt men dus trainingen. Over het algemeen zal waarschijnlijk gelden: hoe

meer personeel, hoe meer potentiële cursus volgers. Maar bovenstaande informatie geeft geen aanwijzing dat er in bedrijven met veel personeel meer getraind wordt dan in bedrijven met minder werknemers.

6.6 Conclusie/Samenvatting

In dit hoofdstuk is het veldonderzoek besproken. Allereerst is de uitkomst van de enquête geanalyseerd, waarbij we uiteindelijk een zestal belangrijke vestigingsfactoren hebben opgesteld. Vervolgens is de uitkomst van de interviews in grote lijnen besproken. Omdat er gebruik gemaakt is van een combinatie tussen een enquête en interviews, stijgt de betrouwbaarheid (hoe groot is de kans dat je de volgende keer dezelfde uitkomsten krijgt) en validiteit (meten wat je wilt meten) van het onderzoek. De enquête levert ons de statistiek (betrouwbaarheid), terwijl de interviews dieper ingaan op wat er werkelijk speelt binnen de bedrijven (validiteit).

Verder is er een imago-, concurrentie-, en klantonderzoek uitgevoerd. Dit is vooral gebaseerd op de uitkomsten van de enquête en de interviews. Grofweg zijn hier de conclusies dat IP Twente meer aan marketing moet doen, dat ze kunnen leren van de "grote jongens" in de markt (Centric, Compu'Train), en dat er in bijna iedere sector potentiële klanten te vinden zijn.

7. Een vervolg op de omgevingsanalyse

7.1 De SWOT-analyse

Nu zullen we de uitkomsten van de omgevingsanalyse toepassen op de SWOT-analyse.

Wat is een SWOT-analyse?

Een SWOT-analyse is een hulpmiddel om de Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats van een specifiek bedrijf te analyseren. De sterke en zwakke punten zijn de interne factoren binnen het bedrijf die waarde creëren of verminderen. Het bedrijf kan hier invloed op uitoefenen. De kansen en bedreigingen zijn de externe factoren die waarde creëren of verminderen. Hier heeft een bedrijf geen invloed op, ze ontstaan vaak door de dynamische markt (Andrews 1969). De SWOT-analyse zorgt ervoor dat de organisatie haar omgeving beter kan begrijpen en beheersen.

Waarom een SWOT-analyse?

De SWOT-analyse is een veelgebruikt en gemakkelijk hulpmiddel om de sterke en zwakke punten van een bedrijf aan het licht te brengen. Op die manier kan de onderneming zich meer richten op de sterke punten, en de zwakke punten proberen te elimineren. Verder worden de kansen en bedreigingen geanalyseerd, waardoor het bedrijf dus kan zien waar ze zich in de markt op moeten richten, en welk deel ze moeten vermijden. Omdat hierna de confrontatiematrix aan bod komt, beperk ik het model tot maximaal 4 sterkten, 4 zwakten, 4 kansen en 4 bedreigingen. Ik zal van elk onderdeel de belangrijkste punten noemen en op die manier het geheel overzichtelijk houden.

Toepassing op IP Computer Training Centrum

Tabel 7.1 laat zien wat de sterke en zwakke punten van IP Computer Training Centrum zijn, en waar de kansen en bedreigingen in de markt voor technische computer trainingen liggen.

Sterkten • IP is specialist in het aanbieden van computer trainingen en heeft al een klantenbestand en een bepaalde reputatie (als het gaat om algemene computer trainingen). • Klanten hebben de mogelijkheid om een technische training klassikaal te volgen. Op locatie of op het werk. De klant is dus koning. • Het gaat om een innovatieve service, want de trainingen zijn continu ‘up to date’ en aan te passen. IP zorgt voor de nieuwste versies van trainingen. • De freelance docent heeft de nodige praktijkervaring, waar de cursisten uiteraard van kunnen leren.	Zwakten • Als nieuwe toetreders heb je vrijwel geen ervaring in het aanbieden van technische trainingen. • Vooral in het begin zal het aanbod van trainingen minder zijn dan dat van concurrenten, waarschijnlijk ook minder gedifferentieerd. • IP heeft vestigingen in heel Nederland en één in België, maar van de technische, klassikale vestiging is er straks maar één. Deze staat los van IP. • Er zal straks nog heel veel aan marketing gedaan moeten worden, zodat potentiële klanten van de technische trainingen horen. De nieuwe vestiging zal dus starten met een achterstand, als het gaat om naamsbekendheid in deze regio.
Kansen • De uitkomst van de enquête leert ons dat de grootste kans ongetwijfeld het online aanbieden van trainingen is. Hierdoor kan een veel groter gebied dan Twente bereikt worden. IP Twente biedt deze mogelijkheid al aan bij haar algemene trainingen en dat moet zeker in stand gehouden worden. Het is beter als deze mogelijkheid nog verder uitgebreid wordt en ook toegepast kan worden op technische trainingen. • In de regio Twente zijn er weinig grote bedrijven bekend die technische computer trainingen aanbieden. De ‘grote jongens’ zitten vooral in het midden of westen van Nederland. • Door het aanbieden van technische trainingen, en dat de klant nu ook de mogelijkheid heeft om dit klassikaal te volgen, wordt een groter publiek bereikt. Hierdoor kan het klantenbestand van de IP vestigingen in de regio Twente aanzienlijk uitbreiden. • Als de nieuwe franchisegever een goede reputatie heeft en veel ervaring, dan kan de onderneming hier behoorlijk van profiteren.	Bedreigingen • Een bedreiging kan zijn dat in bijvoorbeeld tijden van crisis het eerst bezuinigd wordt op het personeel, waardoor klanten uitblijven. De interviews leren ons echter dat dit zeker niet altijd het geval is. • Omdat de nieuwe klassikale vestiging los komt te staan van IP Computer Training Centrum, moet er een nieuwe franchisegever komen. Deze zal de franchisenemer het recht moeten geven om haar handelsnaam te exploiteren (bijvoorbeeld Compu’Train). Het grootste gevaar is dat niemand bereid is mee te werken. • IP kan concurrentie verwachten van de grote, ervaren bedrijven in de markt. Wellicht zo hevig, dat ze te weinig klanten kunnen trekken voor deze nieuwe business en op die manier veel geld en tijd verspillen. • Door het aanbieden van klassikale technische trainingen wijkt IP van haar unieke concept af, waardoor klanten minder in te brengen hebben (bijvoorbeeld vaste trainingstijden) en wellicht minder snel een training willen volgen.

Tabel 7.1: de SWOT-analyse voor IP Computer Training Centrum, m.b.t. technische computer trainingen

7.2 De confrontatiematrix

Om de SWOT-analyse verder uit te breiden wordt er gebruik gemaakt van een confrontatiematrix.

Wat is een confrontatiematrix?

Daar waar de SWOT-analyse slechts een algemene strategie weergeeft, gaat de confrontatiematrix een stap verder. Er worden gewogen opties geselecteerd op basis waarvan de onderneming straks haar strategie kan bepalen. Door middel van de score op de kruispunten in de confrontatiematrix wordt het voor de onderneming duidelijk wat de belangrijkste opties zijn die tegen elkaar afgewogen kunnen worden. Per kruispunt zijn er 5 scores mogelijk:

++	→	Zeer kansrijk
+	→	Kansrijk
0	→	Neutraal
-	→	Bedreigend
--	→	Zeer bedreigend

Op deze manier wordt de complete matrix gescoord. Wanneer alle relaties zijn beoordeeld vindt een totaal telling plaats, deze vind je verticaal onder de matrix en horizontaal naast de matrix.

Als de totaal telling heeft plaatsgevonden worden de meest kritische of kansrijke issues binnen de kwadranten 1, 2 en 3 geïdentificeerd. Hier moet de komende tijd aandacht aan besteed worden. Tot slot wordt binnen kwadrant 4 (zwakten en bedreigingen) het kernprobleem geformuleerd. De drie zwaarst tellende issues (meestal twee minnen) worden gecombineerd in een kernprobleem (website marketing4results). Op deze manier kan een keuze gemaakt worden voor de toekomstige strategie van de onderneming (Mulders 2009).

Waarom een confrontatiematrix?

Iedere organisatie moet zich op de juiste manier aanpassen aan de externe omgeving. De SWOT-analyse is een goed hulpmiddel voor het analyseren van de sterke en zwakke punten, de kansen en bedreigingen. Deze analyse is echter pas de eerste stap voor het bedrijf. Om de juiste 'fit' met de externe omgeving te creëren, kan de confrontatiematrix van pas komen.

Toepassing op IP Computer Training Centrum

Tabel 7.2 laat de confrontatiematrix van IP Computer Training Centrum zien.

		Kansen				Bedreigingen						
		Het online aanbieden van techn. trainingen	Weinig grote aanbieders in de regio	Groter publiek	Goede franchisegever	Tijdens crisis minder vraag naar trainingen	Wachten op nieuwe franchisegever	Concurrentie van ervaren spelers in de markt	Afwijken van unieke IP-concept	Aant. +	Aant. -	
Sterkten	Specialist in aanbieden trainingen	++	++	+	+	-	+	-	--	7	4	3
	Meerdere manieren van les geven	++	++	+	+	-	+	-	-	7	3	4
	Innovatieve service	+	++	+	0	0	+	0	0	5	0	5
	Praktijk-ervaring docent	0	++	++	+	0	+	+	0	7	0	7
Zwakten	Weinig ervaring in aanbieden technische trainingen	-	0	-	+	--	--	--	0	1	8	-7
	In begin kleiner trainings-aanbod dan concurrenten	-	0	-	+	--	0	--	0	1	6	-5
	Slechts één techn. vestiging	++	+	--	--	0	--	-	0	3	7	-4
	Achterstand op gebied van marketing	0	+	-	+	--	0	--	0	2	5	-3
Aant. +		7	10	5	6	0	4	1	0			
Aant. -		2	0	5	2	8	4	9	3			
		5	10	0	4	-8	0	-8	-3			

Tabel 7.2: de confrontatiematrix voor IP Computer Training Centrum

Kwadrant 1: sterkten en kansen

→ Binnen kwadrant 1 zijn er geen kritische issues.

→ Binnen kwadrant 1 zijn de meest kansrijke issues:

- Zoals eerder gezegd zitten de grote aanbieders vooral in de Randstad of in de grote steden, en daar kan IP CTC van profiteren (interview dhr. Weber). Het feit dat zij specialist zijn in het aanbieden van trainingen en dat zij meerdere vormen van les geven hanteren, werkt alleen maar positief ten opzichte van het aantal klanten dat de nieuwe vestiging aan kan trekken.
- Ook het online aanbieden van trainingen geeft IP veel mogelijkheden. Op die manier kunnen Nederlandstalige klanten over de hele wereld eventueel een training volgen bij IP. De praktijkervaring van de docent zal hier minder belangrijk zijn, want dit komt uiteraard meer tot uitdrukking wanneer men op locatie bij IP traint.
- De drie ondernemers moeten ervoor zorgen dat ze hun specialisme in het aanbieden van algemene trainingen over weten te brengen naar het aanbieden van technische trainingen. Klanten zijn sneller bereid om trainingen te volgen bij 'een specialist'.
- Het is van groot belang dat er een goede trainer naar de nieuwe vestiging komt, die kennis van zaken heeft. Op die manier wordt de kwaliteit van de trainingen ook hoog gehouden. De enquête en interviews leren ons dat kwaliteit het belangrijkste is bij een training.

→ Het is zaak voor IP Twente om gebruik te maken van deze sterkten en kansen om te groeien. Dit zijn de punten die in het achterhoofd gehouden moeten worden om een kans te maken in de nieuwe markt.

Kwadrant 2: sterkten en bedreigingen

→ Binnen kwadrant 2 is de meest kritische issue:

- Omdat men overgaat op het aanbieden van klassikale en technische trainingen is het niet langer mogelijk om vast te blijven houden aan het unieke IP-concept. Klanten kunnen nu vaak niet meer eigen trainingstijden bepalen, en de hoeveelheid trainingen is afhankelijk van de docent.

→ Binnen kwadrant 2 is de meest kansrijke issue:

- Door het aantrekken van een goede, bekende franchisegever (die uiteraard sneller bereid is te komen als deze op de hoogte is van de sterkten van IP) zul je sneller klanten trekken.

→ IP Twente moet haar sterkten gebruiken om zich te verdedigen tegen bedreigingen. IP stapt bijvoorbeeld wel af van haar unieke concept, maar zal andere sterke punten moeten gebruiken om geen klanten te verliezen.

Kwadrant 3: zwakten en kansen

→ Binnen kwadrant 3 zijn de meest kritische issues:

- Door het aanbieden van technische trainingen naast algemene trainingen, is de onderneming van plan om een groter publiek te bereiken. Maar omdat men dadelijk maar één vestiging heeft voor klassikale trainingen, haalt men waarschijnlijk nog niet het optimale uit de investering. Hoewel bepaalde kansen dit probleem weer kunnen oplossen (bijvoorbeeld online aanbieden van trainingen).
- Je kunt als bedrijf je best doen om trainingen op zoveel mogelijk manieren aan te bieden, maar als je weinig ervaring hebt op het gebied van technische trainingen, een kleiner aanbod dan concurrenten en slechts één vestiging hebt, trek je alsnog moeilijk klanten.

→ Binnen kwadrant 3 is de meest kansrijke issue:

- Als een goede franchisegever is gevonden, kan deze haar ervaringen delen met de franchisenemer. Op die manier staan de drie ondernemers er niet alleen voor en omdat ze de naam zullen overnemen van de franchisegever, kopen ze gelijk een stuk reputatie voor hun geld. Een goede franchisegever kan bepaalde zwakten elimineren (bijvoorbeeld achterstand op marketinggebied).

→ IP Twente kan gebruik maken van de kansen om zwakke punten te versterken of te elimineren. Als voorbeeld is al gegeven: het online aanbieden van trainingen om de zwakte van ‘slechts één vestiging’ te elimineren, of in ieder geval te verminderen.

Kwadrant 4: zwakten en bedreigingen

→ Binnen kwadrant 4 zijn de meest kritische issues:

- IP Twente heeft geen ervaring in het aanbieden van technische computer trainingen. Men moet uitkijken dat dit niet ten koste gaat van klanten. De concurrent zal een voordeel hebben ten opzichte van IP Twente en hier zal IP zeker in het begin last van hebben.
- De klant moet weten van de nieuwe mogelijkheid op het gebied van computertrainingen die er ontstaan is in deze regio. Maar vooral in het begin zal er een behoorlijke achterstand op het gebied van marketing zijn, ten opzichte van de concurrenten. Dit maakt het aantrekken van klanten lastiger.

→ Binnen kwadrant 4 zijn er geen kansrijke issues.

→ Als IP Twente is toegetreten tot de markt van technische computer trainingen, en ze krijgen te maken met serieuze zwakten en bedreigingen, dan is het beste advies: terugtrekken. Mocht het te lastig zijn om klanten te trekken omdat de concurrentie te hevig is, of er is sprake van te weinig ervaring, dan verliest het bedrijf alleen maar extra geld.

→ Het kernprobleem:

Het voornaamste probleem van de drie ondernemers is dat ze geen ervaring hebben in het aanbieden van technische trainingen. Het is wel de vraag in hoeverre dit verschilt van het aanbieden van ‘normale’ computer trainingen. Dit in combinatie met de ervaring en kennis van concurrenten, zal IP Twente in ieder geval beginnen met een achterstand. Ook op het gebied van marketing zal IP achterliggen op haar concurrenten.

Al deze problemen kunnen grotendeels opgelost worden bij het vinden van een goede, ervaren franchisegever. Het is van groot belang dat een bedrijf met naam bereid is om samen te werken met de drie ondernemers. Dit samenwerkingsverband moet ervoor zorgen dat ze gebruik kunnen maken van een bekende handelsnaam. Verder kunnen ze leren van de franchisegever en op die manier ervaring opdoen. Tot slot zal het bedrijf van de franchisegever dagelijks uitgebreid adverteren en reclame maken. Ook hier zullen de drie ondernemers van profiteren en hun marketingachterstand wegpoetsen.

Maar zelfs als een franchisegever gevonden is, blijft het een groot risico dat IP Twente hier neemt. Het is niet ondenkbaar dat ze het niet kunnen winnen van de grote aanbieders. Aan de andere kant, IP heeft ook veel sterkten en op de markt zijn er genoeg kansen om te slagen. En natuurlijk geldt: wie niet waagt, wie niet wint...

8. Vestigingsanalyse

In dit hoofdstuk zullen we een analyse maken van de vestigingen. In de enquête zijn een aantal vestigingsfactoren genoemd, en de geënquêteerden hebben hier hun mening over gegeven. We zullen nu zien welke vestiging (Almelo of Enschede) het beste aan de eisen van de klant voldoet. Zoals eerder gezegd laten we de vestiging in Hengelo, vanwege de te kleine ruimte, buiten beschouwing.

De vestigingsfactoren die gebruikt worden zijn: ' dicht bij de snelweg', 'aanwezigheid van breedbandinfrastructuur', 'voldoende parkeergelegenheid', 'de kosten voor het parkeren', 'de ligging van de vestiging in de regio', 'het aantal zitplaatsen dat de vestiging kan bieden' en 'eventuele obstakels in het lokaal'. Om de vestigingen te analyseren, wordt per vestiging iedere factor onderzocht. Er kan een score behaald worden van 1 tot en met 5, waarbij 1 de slechtste score betekend, en 5 de hoogste haalbare score. Ook is er een weging gekoppeld aan de factoren, omdat niet elke factor als even belangrijk gezien wordt door de geënquêteerden. Deze weging is als volgt:

- 1) Dicht bij de snelweg, weging = 0,15 of 15%.
- 2) Aanwezigheid van breedbandinfrastructuur, weging = 0,20 of 20%.
- 3) Voldoende parkeergelegenheid, weging = 0,20 of 20%.
- 4) De kosten voor het parkeren, weging = 0,05 of 5%.
- 5) De ligging van de vestiging in de regio, weging = 0,15 of 15%.
- 6) Het aantal zitplaatsen dat de vestiging kan bieden, weging = 0,20 of 20%.
- 7) Eventuele obstakels in het lokaal, weging = 0,05 of 5%.

8.1 Vestiging in Almelo

Vestigingsfactor	Weging	Score	Uitkomst
1	0,15	4	0,60
2	0,20	5	1,00
3	0,20	4	0,80
4	0,05	2	0,10
5	0,15	4	0,60
6	0,20	5	1,00
7	0,05	5	0,25
Totaal	1,00		4,35

Tabel 8.1: de analyse van de vestiging in Almelo

Toelichting

- 1) De vestiging in Almelo ligt 5 kilometer van de snelweg af. Dit is 12 minuten rijden.
- 2) Deze is aanwezig.
- 3) In Almelo is er op loopafstand een grote parkeerplaats, waar men de hele dag kan parkeren.
- 4) De prijs voor parkeren is € 2,80 per dag.
- 5) Zoals in bijlage 13.1 te zien is, ligt Almelo een stuk centraler in de regio dan Enschede.
- 6) IP Almelo (VisualTraining) biedt tot 15 cursusplekken rondom een U-vormige inrichting. Deze inrichting is natuurlijk ideaal voor het aanbieden van klassikale trainingen.
- 7) Geen.

8.2 Vestiging in Enschede

Vestigingsfactor	Weging	Score	Uitkomst
1	0,15	4	0,60
2	0,20	5	1,00
3	0,20	3	0,60
4	0,05	5	0,25
5	0,15	2	0,30
6	0,20	3	0,60
7	0,05	1	0,05
Totaal	1,00		3,40

Tabel 8.2: de analyse van de vestiging in Enschede

Toelichting

- 1) De vestiging in Enschede ligt 6,6 kilometer van de snelweg af. Dit is 9 minuten rijden.
- 2) Deze is aanwezig.
- 3) Er zijn 10 parkeerplaatsen aan de aanliggende straat.
- 4) Parkeren is gratis.
- 5) Zoals in bijlage 13.1 te zien is, ligt Almelo een stuk centraler in de regio dan Enschede.
- 6) De vestiging van IP Twente in Enschede biedt 14 cursusplekken, maar niet in een U-vormige opstelling.
- 7) Een grote pilaar in het midden van het lokaal. Dit maakt klassikale trainingen lastig.

8.3 Conclusie

In bovenstaande tabellen zijn de eindscores te vinden: locatie Almelo scoort een 4,35 tegenover een 3,40 van locatie Enschede (maximale score = 5,00). IP Almelo komt dus het beste uit de bus als het gaat om het aanbieden van technische computer trainingen. Er is gekeken naar de meest ideale ruimte als het gaat om het verzorgen van klassikale cursussen. Ook is er gekeken naar bereikbaarheid en parkeergelegenheid. De meeste vestigingsfactoren die bekeken zijn, zijn aangedragen door de geënquêteerden (potentiële klanten van IP). We kunnen eindigen met één simpele conclusie: *de technische, klassikale computer trainingen moeten gehouden worden bij de IP Twente vestiging in Almelo.*

9. Antwoorden deelvragen

De hoofdvraag in dit onderzoek luidde: **Zijn technische trainingen in de regio Twente een business opportunity voor IP Computer Training Centrum?** Om deze vraag te beantwoorden zijn er een vijftal deelvragen opgesteld die hier apart beantwoord zullen worden. In hoofdstuk 10 (Conclusie en advies) wordt uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord.

9.1 Antwoord deelvraag 1

Hoe gaat IP Computer Training Centrum in Hengelo en Enschede op dit moment te werk?

In paragraaf 1.1 tot en met 1.3 is de eerste deelvraag beantwoord. In de vestigingen in Enschede en Hengelo worden individuele, algemene computertrainingen aangeboden aan particulieren en bedrijven. De klant heeft de mogelijkheid om op locatie bij IP, “in company” (bij het eigen bedrijf) of thuis een training te volgen in bijvoorbeeld Microsoft Word, Excel of Outlook. Het unieke concept van IP Computer Training Centrum is dat er een volledig individuele training wordt aangeboden. Hierdoor kan de deelnemer op elk moment beginnen en net zoveel trainingen volgen als hij/zij wil, zonder bijkomende kosten. De deelnemer luistert tijdens een training een audio track af en maakt vervolgens de opdrachten op de aanwezige computer. Voor vragen is er altijd een docent aanwezig, ook als men thuis aan een training werkt: in dat geval kan men gebruikmaken van de chathelpdesk, om alsnog in contact te komen met een deskundige. Het komt er op neer dat de deelnemer voor een vaste prijs, individueel en op eigen tempo een computercursus kan volgen.

9.2 Antwoord deelvraag 2

Wat zijn de trends/ontwikkelingen in de markt van technische computer trainingen?

Dit is ook na dit onderzoek nog moeilijk te zeggen, omdat we dit niet specifiek onderzocht hebben. Wat wel opvalt, is dat bijna alle geïnterviewde personen aangeven dat het volgen van technische computer trainingen binnen het bedrijf een continu proces is. Meestal gaat het om een stukje bijscholing als er een nieuwe versie van een bepaald programma op de markt is. Dit betekent dat klantenbinding belangrijk kan zijn, aangezien er continu getraind wordt binnen bedrijven. Verder is de manier van trainingen volgen (online, op locatie of op het eigen bedrijf) verschillend per organisatie. Hoewel wel gezegd moet worden dat door de continue ontwikkeling van de technologie, het aanbieden van trainingen wellicht eenvoudiger wordt in de toekomst. De ontwikkeling van het Internet draagt hier in ieder geval aan bij. En deze ontwikkeling van het Internet kan als de meest belangrijke gezien worden van het afgelopen decennium. Afstandeducatie is kosteneffectief en helpt bedrijven om een groter gebied dan alleen de regio te beslaan.

9.3 Antwoord deelvraag 3

Hoe bieden concurrenten de trainingen aan?

Het antwoord op deze vraag is in paragraaf 6.4 besproken. Twee grote concurrenten (Centric en Compu'Train) zijn onderzocht, voornamelijk aan de hand van de website van beide bedrijven. Beide concurrenten zitten verdeeld over heel het land en streven naar een maximalisatie van de kwaliteit. De klant staat centraal en kan kiezen uit een groot trainingsaanbod. Deze trainingen kunnen op verschillende manieren gevolgd worden, en het aanbod bestaat vaak uit zowel algemene- als technische trainingen. Eigenlijk verschilt de manier van aanbieden tussen IP en haar concurrenten niet zoveel. Hoewel IP misschien in de toekomst meer acties (bijvoorbeeld kortingsacties) in het leven kan roepen om nog meer klanten te werven.

9.4 Antwoord deelvraag 4

Op welke doelgroep moet IP Computer Training Centrum zich richten en wat zijn hun belangen?

Om een zo groot mogelijk publiek te bereiken, is mijn advies aan IP om zich niet enkel te richten op een bepaalde doelgroep. We hebben namelijk al te maken met een beperkte groep potentiële klanten, omdat we spreken over technische computer trainingen. In dat geval heb je voornamelijk te maken met technische mensen als programmeurs, databasebeheerders en ander ICT personeel. Verder blijft de doelgroep beperkt tot de regio Twente, omdat veel mensen niet te ver willen reizen voor een training. Echter, zoals eerder gezegd, kan er door het online aanbieden van trainingen een veel grotere groep mensen bereikt worden dan alleen in de regio Twente. Dit gebied kan zich dan uitbreiden tot alle Nederlandstalige personen over de hele wereld die in aanmerking komen voor een technische computer training. En misschien is het een idee om in de toekomst ook trainingen aan te bieden in het Engels, om zo een nog grotere groep te kunnen bereiken.

9.5 Antwoord deelvraag 5

Welke vestiging (Almelo of Enschede) is het meest geschikt voor het geven van klassikale trainingen, gezien de relatieve afstand voor de cursisten?

Deze vraag is beantwoord in hoofdstuk 8. Daar hebben we gezien dat de IP vestiging in Almelo het meest geschikt is voor het aanbieden van technische, klassikale trainingen. Dit is gebaseerd op een aantal vestigingsfactoren die aangedragen zijn door de geëncquêteerden. Vervolgens is er een weging gegeven aan iedere factor, en zijn per vestiging alle factoren 'gescoord'. Uiteindelijk kwam de vestiging in Almelo als winnaar uit de bus.

10. Conclusie en advies

Tot slot zullen we in dit hoofdstuk komen met een algemene conclusie en proberen een goed advies te geven richting IP Twente. Uiteindelijk zullen er een aantal alternatieven worden opgesomd, wat in mijn ogen de meest reële mogelijkheden zijn.

10.1 Algemene conclusie

IP Twente staat voor de keuze om naast algemene computer trainingen ook technische computer trainingen aan te gaan bieden. Het bedrijf is gespecialiseerd in het aanbieden van algemene trainingen, en het is belangrijk dat ze deze expertise nu over kunnen brengen richting de technische trainingen. Een probleem is echter dat ze hierbij waarschijnlijk af moeten wijken van het unieke IP concept: ze staan straks waarschijnlijk minder flexibel tegenover de klant. De klant krijgt minder vrijheid in het bepalen van bijvoorbeeld trainingstijden, als deze technische trainingen enkel klassikaal aangeboden worden.

Wel is het zo dat toetreden tot deze technische trainingsmarkt niet moeilijk hoeft te zijn. IP Twente heeft onlangs een ideale vestiging voor deze trainingen geopend in Almelo, en de verdere kosten voor toetreding zijn laag. IP Twente zal echter wel beginnen met een achterstand ten opzichte van concurrenten. Deze concurrenten zullen niet alleen veel bekender zijn bij de klant als het gaat om technische computer trainingen, maar ze zullen ook een veel breder aanbod van trainingen te bieden hebben. Het is belangrijk dat IP het gaat winnen van deze concurrenten op andere gebieden: door vooral in het begin een prijzenoorlog te voeren (dit mag echter niet ten koste gaan van de kwaliteit) en door veel reclame te maken (een goede franchisegever kan hierbij helpen). Verder kan er geconcentreerd worden op het gebied van service, aangezien de klant dit zeker belangrijk vindt.

Zoals aangegeven blijven klanten vaak gedurende een langere tijd bij dezelfde trainingsaanbieder, en dat moet IP Twente goed in het achterhoofd houden. De klant is koning en alles moet eraan gedaan worden om deze klant tevreden te houden. Hier kun je op langere termijn van profiteren. Zoals aangegeven kan IP zich het beste richten op de bedrijven in alle sectoren in Twente, ongeacht het aantal werknemers.

Verder is het belangrijk voor IP Twente dat de klant kan kiezen uit meerdere trainingsvormen en op verschillende locaties. De mogelijkheid moet geboden worden om bij IP te trainen, maar ook bij het bedrijf dat om deze trainingen vraagt. En het is van groot belang dat de mogelijkheid van het online aanbieden van technische computer trainingen nader onderzocht wordt, want waarschijnlijk wordt op dit gebied in de toekomst de slag gewonnen.

Tot slot gaf de klant aan het belangrijk te vinden dat het uiteindelijke examen in dezelfde vestiging gemaakt kan worden als waar is getraind. Deze mogelijkheid zal IP haar klanten dus moeten geven.

10.2 Advies

Het advies dat gegeven wordt aan IP Twente is gebaseerd op het antwoord op de probleemstelling. Deze luidde:

Zijn technische trainingen in de regio Twente een business opportunity voor IP Computer Training Centrum?

Mijn antwoord hierop is 'ja'. Mijn advies: is overgaan op het aanbieden van technische trainingen (naast het bestaande algemene aanbod), aangezien het IP een unieke kans geeft om een breder publiek te bereiken. Zoals gezegd hebben ze een geschikte vestiging in deze regio, en zullen ze dus 'alleen nog maar' op zoek hoeven te gaan naar een geschikte franchisegever die haar naam wil exploiteren. De drie ondernemers hebben de nodige ervaring in het aanbieden van computer trainingen en hebben op die manier ook al een klantenbestand

opgebouwd. Een lagere drempel voor toetreding tot deze nieuwe markt zal er waarschijnlijk niet zijn. En zoals eerder gezegd zitten er meer aanbieders van dergelijke trainingen in de Randstad, dan in het oosten van Nederland (interview dhr. Weber).

Mocht het allemaal uiteindelijk toch niet gaan zoals verwacht, dan hebben de ondernemers het in ieder geval geprobeerd. Dat lijkt misschien gemakkelijk praten voor een 'buitenstaander', maar de kosten die verspeeld worden zullen minimaal zijn. De nieuwe vestiging in Almelo kan immers altijd nog gebruikt worden voor het aanbieden van algemene trainingen.

Kortom, het aanbieden van technische trainingen in de regio Twente zijn wel degelijk een business opportunity. Wel zal de klant goed op de hoogte gesteld moeten worden van deze nieuwe mogelijkheid, en de ondernemers zullen de nodige tijd en moeite in dit project moeten steken. En zoals zo vaak gezegd inmiddels: de mogelijkheid van het online aanbieden van technische computer trainingen moet onderzocht worden. Misschien is dit lastig, omdat het gaat om zeer gespecialiseerde trainingen. Maar de klant heeft aangegeven dit belangrijk te vinden en het werkgebied van IP Twente kan hierdoor aanzienlijk uitgebreid worden. IP zal de concurrentiestrijd aan moeten gaan door een hoge kwaliteit na te streven (total quality management). De focus moet continu liggen op het behalen van de gestelde standaarden, zodat de service voldoet aan de verwachtingen van de klant (Blythe 2006). Dan zijn zij ook vaak bereid om meer te betalen voor een training (uitkomsten enquête en interviews).

10.3 Alternatieven

Misschien zal IP Twente het niet helemaal met mij eens zijn over bovenstaand advies, en daarom zet ik hieronder nog een aantal alternatieven op een rijtje, met een korte toelichting.

1. Niet overgaan op het aanbieden van technische trainingen.

Dit is meteen het andere uiterste en staat recht tegenover mijn advies. Echter, als de ondernemers zelf niet geloven in de mogelijkheid, dan moeten ze dit project niet starten. Er is natuurlijk sprake van risico's als men toetreedt tot de nieuwe markt: er kan veel tijd en geld verloren gaan.

2. Overgaan op slechts een klein aanbod in technische trainingen.

Dit is een mogelijkheid, omdat de focus blijft op het aanbieden van algemene trainingen. Ook zal er minder geld verloren gaan, mocht alles verkeerd aflopen. Het aanbod van technische trainingen kan later altijd nog uitgebreid worden.

3. Overgaan op het aanbieden van technische trainingen, alleen op de locatie in Almelo.

Dit zou ik niet adviseren, aangezien de klant op deze manier beperktere mogelijkheden heeft. Het zou betekenen dat de klant altijd naar Almelo moet voor een training, ongeacht de afstand en reiskosten.

4. Overgaan op het aanbieden van technische trainingen, op de locatie in Almelo en bij de klant zelf.

Dit is ook een mogelijkheid. Het geeft de klant meer vrijheid in het bepalen waar er getraind wordt. Op die manier zullen meer klanten aangetrokken worden. Het betekent echter wel meer moeite en kosten voor IP Twente.

5. Overgaan op het aanbieden van technische trainingen, op de locatie in Almelo, bij de klant zelf en online.

Heel kort samengevat is dit mijn uiteindelijke advies. Dit zal moeilijk worden voor IP Twente, zeker in het begin. Misschien is het verstandig voor het bedrijf om zich eerst te

beperken tot het aanbieden van trainingen op de locatie in Almelo, met een beperkt trainingsaanbod. Maar uiteindelijk zal er ook de mogelijkheid moeten ontstaan voor de klant om op het eigen bedrijf te trainen. Verder hoef ik het belang van online trainen hier niet meer te onderstrepen. Ook het trainingsaanbod kan en moet in de loop der jaren uitgebreid worden, om zo competitief te blijven.

11. Reflectie

Achteraf is het altijd makkelijker praten dan voor de tijd. Als iemand mij voordat ik aan deze opdracht begon had verteld dat ik er meer dan een jaar over zou doen, dan had ik die persoon waarschijnlijk uitgelachen. Helaas is echter niets minder waar. Bij een volgende opdracht zou ik zeker dingen anders aanpakken. In die zin heb ik wel degelijk geleerd van deze opdracht.

Ik ben aardig tevreden over wat er in dit verslag staat. Het verslag is iets te uitgebreid geworden, maar dat was naar mijn mening nodig om in ieder geval alle modellen voldoende te behandelen. Verder is de inhoud vrij algemeen gehouden, om twee redenen. Allereerst moet het verslag te begrijpen zijn voor de leken onder ons. Ten tweede was het voor mij te moeilijk om dieper in te gaan op de technische trainingen en alles daar om heen, omdat ik zelf ook niet in die wereld thuis ben. Maar zoals ik al had aangegeven, ben ik wel tevreden met het uiteindelijke report en mijn advies richting IP Twente.

Ik betreurt het ten zeerste dat de samenwerking tussen het bedrijf en mij niet optimaal verliep. Dit heeft meerdere redenen en het zou oneerlijk zijn om dit puur op IP Twente af te schuiven. We hadden allebei dingen anders kunnen en moeten doen. Helaas is hierdoor het onderzoek wel behoorlijk uitgelopen. Dit komt ook omdat ik naast mijn bacheloropdracht mijn master vakken heb gevolgd, welke ik gelukkig wel inmiddels allemaal succesvol heb afgerond.

Na het afronden van dit verslag rest mij “alleen nog maar” het afronden van mijn master thesis. Ik heb mijzelf hierbij voorgenomen dat ik een opdracht wil uitvoeren bij een groot bedrijf, met een stagebegeleider of in ieder geval iemand die mij vanuit het bedrijf goed kan begeleiden. Bovendien wil ik een eigen werkplek bij dat bedrijf, zodat ik daar aan mijn onderzoek kan werken, het liefst vijf dagen per week. Ik ben er van overtuigd dat het onderzoek op die manier veel sneller afgerond zal worden dan wanneer ik thuis aan de opdracht werk.

12. Bronnenlijst

Literatuur

Aguilar, J., 1967, Scanning the business environment, PESTEL analysis, MacMillan Publishers, New York.

Andrews, K., 1969, Business policy, text and cases, SWOT analysis, Harvard Business School General Management Group, Boston Massachusetts.

Babbie, E., 2006, The practice of social research, 11e druk, Cengage Learning Inc., Belmont California USA.

Bates, T.A.W., 2005, Technology, e-learning and distance education, second edition, Routledge, Abingdon Oxon. Pp. 5 -13.

Blythe, J., 2006, Principles & practices of marketing, Thomson Learning, London. Pp. 375-378.

Mulders, M., 2009, 75 Managementmodellen, 1e druk, Noordhoff Uitgevers bv., Groningen, Pp. 72-74.

Pascale, R., Peters, T. en Waterman, R., 1981, The art of Japanese management, 7-S Model, Business Horizons Elsevier, Bloomington Indiana.

Porter, M.E., 1979, Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors, Porter's five forces framework, Free Press, New York.

Rubens, W., 2008, E-learning: trends en ontwikkelingen. Develop: Kwartaaltijdschrift over human resource development, 4/4. Pp. 7-16.

Shadish, W.R., Cook T.D. en Campbell D.T., 2001, Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference, 2e druk, Houghton Mifflin Harcourt Company, Boston New York.

Websites

Centric, 2010, Centric Gouda Nederland, <http://www.centric.eu/NL/Default/Over-Centric.aspx>, geraadpleegd op 17 maart 2010.

Centric, 2010, Centric Gouda Nederland, <http://www.centric.eu/NL/Default/Over-Centric/Cultuur.aspx>, geraadpleegd op 17 maart 2010.

Centric, 2010, Centric Gouda Nederland, <http://www.centric.eu/NL/Default/Over-Centric/MVO.aspx>, geraadpleegd op 17 maart 2010.

Compu'Train, 2010, Compu'Train BV, <http://www.computrain.nl/computrain/>, geraadpleegd op 18 maart 2010.

Compu'Train, 2010, Compu'Train BV, <http://www.computrain.nl/computrain/kwaliteit.aspx>, geraadpleegd op 18 maart 2010.

Compu'Train, 2010, Compu'Train BV,
<http://www.computrain.nl/nieuws/Compu'Train%20neemt%20IP%20CTC%20en%20OC%20ICT%20over.aspx>, geraadpleegd op 20 maart 2010.

Marketing 4 Results, 2010, Marketing 4 Results Beesd,
<http://www.marketing4results.eu/swot/>, geraadpleegd op 27 maart 2010.

IP Computer Training Centrum, 2007, IP Businessopleidingen & Training BV Apeldoorn,
<http://www.ip-computer-training-centrum.nl/franchise.php?t=11&k=11&d=11>, geraadpleegd op 18 augustus 2009.

IP Computer Training Centrum, 2007, IP Businessopleidingen & Training BV Apeldoorn,
<http://www.ip-computer-training-centrum.nl/ip.php>, geraadpleegd op 16 augustus 2009.

IP Computer Training Centrum, 2007, IP Businessopleidingen & Training BV Apeldoorn,
<http://www.ip-computer-training-centrum.nl/ip.php?t=0&d=0&k=0>, geraadpleegd op 16 augustus 2009.

Rijksoverheid, 2010,
http://www.regering.nl/Actueel/Pers_en_nieuwsberichten/2009/maart/25/Balkenende_maatregelen_om_crisis_het_hoofd_te_bieden, geraadpleegd op 23 januari 2010.

Visual Training, 2009, Visual Training Hengelo, <http://www.visualtraining.nl/pagina/over-visual-training.aspx>, geraadpleegd op 3 september 2009.

Wikipedia, 2010, WikiMedia Foundation, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Leefstijdsdiscriminatie>, geraadpleegd op 22 januari 2010.

Interviews

Interview met Ir. T. Pikkemaat, IAA Architecten, Enschede, gehouden op 18 november 2009.

Interview met Dhr. G. Gortemaker, H.J. Wiefferink B.V., Oldenzaal, gehouden op 25 november 2009.

Interview met Dhr. R. Agerbeek, Ziekenhuisgroep Twente, Almelo, gehouden op 27 november 2009.

Interview met Dhr. P. Kamp, Gemeente Dinkelland, Denekamp, gehouden op 4 december 2009.

Interview met Dhr. T. Bomers, UWV WERKbedrijf, Oldenzaal, gehouden op 8 februari 2010.

Interview met Dhr. J. Van Hummel en dhr. B. Draaijers, Gemeente Enschede, gehouden op 26 maart 2010.

Interviews met Dhr. M. Weber, IP vestiging in Enschede en Hengelo, gehouden in de periode juni 2009 en februari 2010.

13. Bijlagen

13.1 De regio voor het marktonderzoek¹



¹ <http://www.map-of-netherlands.co.uk/images/overijssel.gif>

13.2 De enquête vragen

1. Tot welke sector behoort uw bedrijf?

- | | |
|--|--|
| ☐ Industrie | ☐ Handel en reparatie |
| ☐ Gezondheids- en welzijnszorg | ☐ Zakelijke dienstverlening |
| ☐ Vervoer, opslag en communicatie | <input type="text" value="1"/> Bouwnijverheid |
| ☐ Onderwijs | ☐ Horeca |
| ☐ Openbaar bestuur en overheid | <input type="text" value="2"/> Agrarische sector |
| ☐ Financiële instellingen | ☐ Overige diensten |

2. Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="text" value="8"/> < 10 | ☐ 10 - 49 |
| ☐ 50 - 99 | ☐ 100 - 249 |
| ☐ 250 - 499 | ☐ 500 - 749 |
| ☐ 750 - 1000 | <input type="text" value="2"/> > 1000 |

3. Hebt u ooit van één of meerdere van onderstaande (technische) training aanbieders gehoord?

Meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- | | |
|--|---|
| ☐ CompuTrain | ☐ CompuAct |
| ☐ Centric | ☐ 4DotNet |
| ☐ Decisco | <input type="text" value="7"/> Twice |
| ☐ IP Computer Training Centrum | <input type="text" value="6"/> Learnit |
| ☐ Bakker Computer Opleidingen | ☐ Reguliere onderwijsinstellingen (ROC, Saxion, Universiteit Twente) |
| ☐ Nee, ik ken geen van bovenstaande training aanbieders | |

4. Kent u nog meerdere (technische) training aanbieders?

Zo ja, welke?

(Open vraag)

5. Worden er binnen uw bedrijf technische computer trainingen gevolgd door het personeel?

Is uw antwoord Ja, vink dan bij vraag 6 n.v.t. aan en ga verder naar vraag 7.



Ja



Nee

6. Waarom worden er geen technische trainingen gevolgd door het personeel?

Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Ga na deze vraag door naar vraag 11 (a.u.b. bij de multiple choice vragen die u dient over te slaan n.v.t. aanvinken).



Om financiële redenen



Er zijn in de directe omgeving weinig mogelijkheden om een dergelijke training te volgen



De werknemer heeft geen interesse



Het personeel heeft geen trainingen nodig



Anders



N.v.t.

7. Waarom worden er technische trainingen gevolgd door het personeel?

Meerdere antwoorden zijn mogelijk.



Goed getrainde medewerkers zijn productiever en efficiënter.



Goed getrainde medewerkers leveren uitstekende producten en diensten en stellen zo klanten tevreden.



Goed getrainde medewerkers helpen om optimaal rendement uit investeringen te halen.

- ☐ Medewerkers vormen één van de succesfactoren van het bedrijf. Door te investeren in hun groei verbetert hun motivatie.
- ☐ Na een training kan persoonlijke kennis omgezet worden in algemeen gangbare kennis.
- ☐ Anders.
- ☐ N.v.t.

8. Graag hier aangeven welke trainingen gevolgd worden.

(Open vraag)

9. Bepaald de werknemer zelf of hij/zij een training volgt?

- ☒ Ja
- ☐ Nee
- ☐ N.v.t.

10. Is het personeel bereid om deze trainingen te volgen in zijn/haar vrije tijd?

- ☒ Ja
- ☐ Nee
- ☐ N.v.t.

11. Hoe worden de trainingen gefinancierd?

Indien uw bedrijf geen trainingen volgt, graag aangeven hoe de trainingen gefinancierd worden als deze wel gevolgd worden.

- ☒ Door de werkgever
- ☐ Door de werknemer
- ☐ Deels door de werkgever en deels door de werknemer
- ☐ Anders

12. Als uw personeel trainingen nodig heeft, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

Als u het 1e antwoord kiest, ga dan door naar vraag 13. Als u het 2e antwoord kiest, ga dan door naar vraag 14. Als u het 3e, 4e of 5e antwoord kiest, ga dan door naar vraag 15. Graag bij de multiple choice vragen die u dient over te slaan wederom n.v.t. aanvinken.

- ☒ Wij volgen de trainingen al jaren bij dezelfde aanbieder
- ☐ Via het Internet
- ☐ Via vakbladen en magazines
- ☐ Via kranten en dagbladen
- ☐ Anders

13. Bij welk bedrijf volgt u de technische computer trainingen?

Vink na deze vraag bij vraag 14 n.v.t. aan en ga door naar vraag 15.

(Open vraag)

14. U zoekt geschikte training aanbieders op het Internet. Maakt u hierbij gebruik van zoekmachines?

- ☒ Ja, ik gebruik Google
- ☐ Ja, ik gebruik Yahoo
- ☐ Ja, ik gebruik Ilse
- ☐ Ja, ik gebruik Live Search
- ☐ Ja, maar ik gebruik een andere zoekmachine dan hierboven is genoemd
- ☐ Nee, ik maak hierbij geen gebruik van zoekmachines
- ☐ N.v.t.

15. Hoeveel bent u bereid te betalen voor een technische computer training?

- | | |
|--|--|
| ☐ € 0 | ☐ € 1 - € 499 |
| ☐ € 500 - € 999 | ☐ € 1000 - € 1499 |
| ☐ € 1500 - € 1999 | ☐ € 2000 - € 2499 |
| ☐ € 2500 - € 3000 | ☐ > € 3000 |

16. Wat is in uw ogen het meest belangrijk bij een technische computer training?

- ☐ Prijs
- ☐ Kwaliteit
- ☐ Service
- ☐ Anders

17. Hoe volgt u het liefst een technische computer training?

- ☐ Online (thuis/op het werk). Met de mogelijkheid om contact op te nemen met een gespecialiseerde docent.
- ☐ Op locatie, maar dan wel een individuele training.
- ☐ Op locatie, een klassikale training samen met mijn bedrijf/afdeling.
- ☐ Op locatie, een klassikale training.
- ☐ Op locatie, omdat ze daar beschikken over het beste materiaal. De manier van lesgeven maakt niet uit.
- ☐ Anders

18. Kunt u uw antwoord toelichten?

(Open vraag)

19. Vindt u het belangrijk dat het uiteindelijke examen bij dezelfde instelling en in dezelfde vestiging gemaakt kan worden dan waar de trainingen gevolgd zijn?

- ☒ Ja
- ☐ Nee

20. Zullen er binnen uw bedrijf de komende tijd technische computer trainingen worden gevolgd?

- ☒ Nee.
- ☐ Ja, binnen de komende 6 maanden.
- ☐ Ja, binnen de komende 12 maanden.
- ☐ Ja, binnen de komende 18 maanden.
- ☐ Ja, maar niet binnen de komende 18 maanden.
- ☐ Geen idee.

21. Hieronder volgen een aantal vestigingsfactoren. Graag per factor aangeven of u deze belangrijk vindt of niet (m.b.t. de vestiging waar u een technische training zou volgen).

Dicht bij de snelweg

- ☒ Ja, dat vind ik wel belangrijk
- ☐ Nee, dat vind ik niet belangrijk

22.

Mate van doorstroming via de weg

- ☒ Ja, dat vind ik wel belangrijk
- ☐ Nee, dat vind ik niet belangrijk

23.

Dicht bij OV verbindingen (bijv. trein/bus)

- ☒ Ja, dat vind ik wel belangrijk
- ☐ Nee, dat vind ik niet belangrijk

24.

Aanwezigheid van breedbandinfrastructuur

- ☒ Ja, dat vind ik wel belangrijk
- ☐ Nee, dat vind ik niet belangrijk

25.

Voldoende parkeergelegenheid

- ☒ Ja, dat vind ik wel belangrijk
- ☐ Nee, dat vind ik niet belangrijk

26. Mist u nog een belangrijke vestigingsfactor?

Zo ja, welke?

(Open vraag)

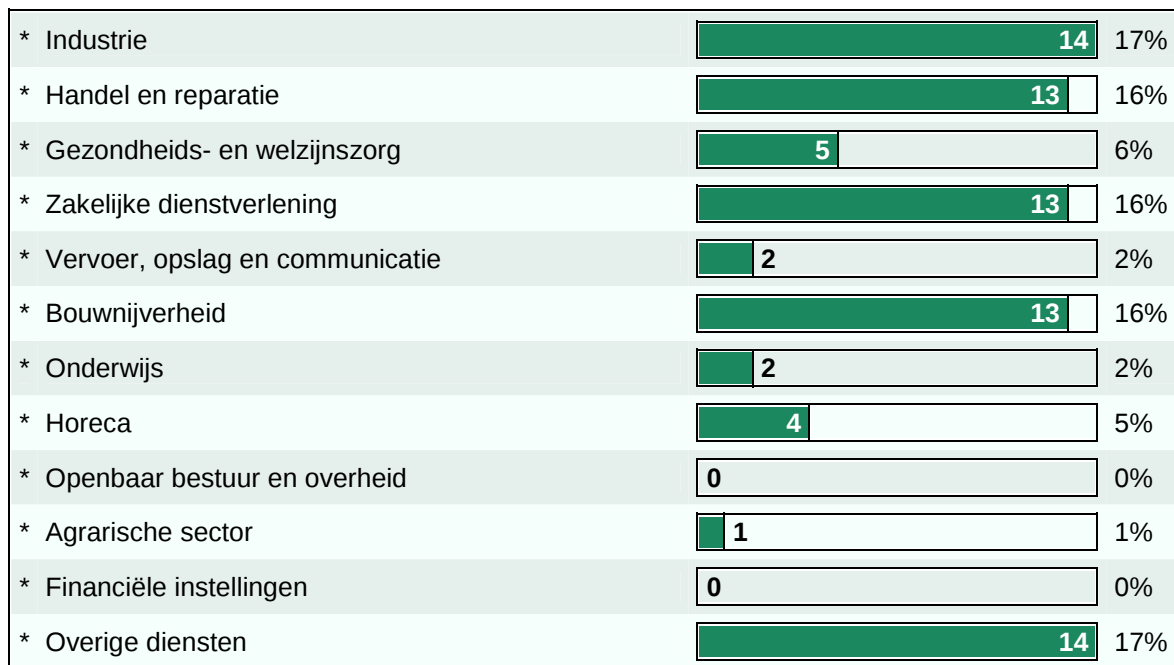
27. Heeft u nog opmerkingen?

(Open vraag)

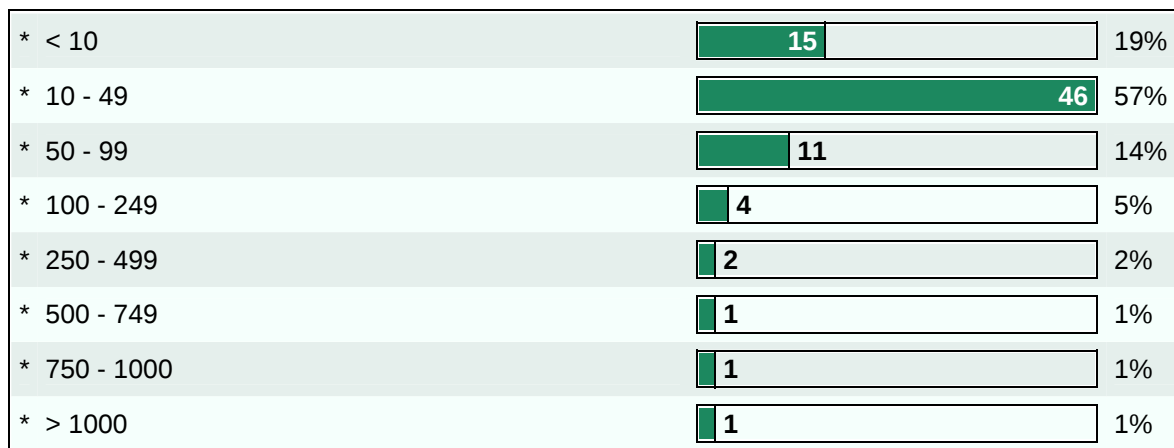
13.3 De enquête resultaten

13.3.1 Staafdiagrammen

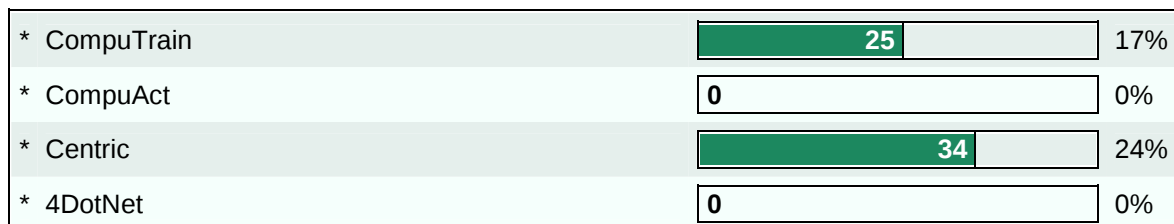
1. Tot welke sector behoort uw bedrijf?



2. Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?



3. Hebt u ooit van één of meerdere van onderstaande (technische) training aanbieders gehoord?



* Twice	5	3%
* IP Computer Training Centrum	9	6%
* Learnit	4	3%
* Bakker Computer Opleidingen	1	1%
* Reguliere onderwijsinstellingen (ROC, Saxion, Universiteit Twente)	49	34%
* Nee, ik ken geen van bovenstaande training	15	10%

4. Kent u nog meerdere (technische) training aanbieders?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

5. Worden er binnen uw bedrijf technische computer trainingen gevolgd door het personeel?

* Ja	21	26%
* Nee	60	74%

6. Waarom worden er geen technische trainingen gevolgd door het personeel?

* Om financiële redenen	0	0%
* Er zijn in de directe omgeving weinig mogelijkheden om een dergelijke training te volgen	1	1%
* De werknemer heeft geen interesse	3	3%
* Het personeel heeft geen trainingen nodig	30	35%
* Anders	19	22%
* N.v.t.	33	38%

7. Waarom worden er technische trainingen gevolgd door het personeel?

* Goed getrainde medewerkers zijn productiever en efficiënter.	18	17%
* Goed getrainde medewerkers leveren uitstekende producten en diensten en stellen zo klanten tevreden.	7	6%
* Goed getrainde medewerkers helpen om optimaal rendement uit investeringen te halen.	8	7%
* Medewerkers vormen één van de succesfactoren van het bedrijf. Door te investeren in hun groei verbetert hun motivatie.	13	12%
* Na een training kan persoonlijke kennis omgezet worden in algemeen gangbare kennis.	8	7%
* Anders.	1	1%
* N.v.t.	53	49%

8. Graag hier aangeven welke trainingen gevolgd worden.

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

9. Bepaald de werknemer zelf of hij/zij een training volgt?

* Ja	19	23%
* Nee	33	41%
* N.v.t.	29	36%

10. Is het personeel bereid om deze trainingen te volgen in zijn/haar vrije tijd?

* Ja	38	47%
* Nee	10	12%
* N.v.t.	33	41%

11. Hoe worden de trainingen gefinancierd?

* Door de werkgever	62	77%
* Door de werknemer	0	0%
* Deels door de werkgever en deels door de werknemer	10	12%
* Anders	9	11%

12. Als uw personeel trainingen nodig heeft, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

* Wij volgen de trainingen al jaren bij dezelfde aanbieder	17	21%
* Via het Internet	30	37%
* Via vakbladen en magazines	6	7%
* Via kranten en dagbladen	0	0%
* Anders	28	35%

13. Bij welk bedrijf volgt u de technische computer trainingen?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

14. U zoekt geschikte training aanbieders op het Internet. Maakt u hierbij gebruik van zoekmachines?

* Ja, ik gebruik Google	48	59%
* Ja, ik gebruik Yahoo	0	0%
* Ja, ik gebruik Ilse	0	0%
* Ja, ik gebruik Live Search	0	0%

* Ja, maar ik gebruik een andere zoekmachine dan hierboven is genoemd		1%
* Nee, ik maak hierbij geen gebruik van zoekmachines		4%
* N.v.t.		36%

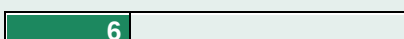
15. Hoeveel bent u bereid te betalen voor een technische computer training?

* € 0		37%
* € 1 - € 499		23%
* € 500 - € 999		21%
* € 1000 - € 1499		5%
* € 1500 - € 1999		10%
* € 2000 - € 2499		0%
* € 2500 - € 3000		2%
* > € 3000		1%

16. Wat is in uw ogen het meest belangrijk bij een technische computer training?

* Prijs		6%
* Kwaliteit		80%
* Service		6%
* Anders		7%

17. Hoe volgt u het liefst een technische computer training?

* Online (thuis/op het werk). Met de mogelijkheid om contact op te nemen met een gespecialiseerde docent.		19%
* Op locatie, maar dan wel een individuele training.		17%
* Op locatie, een klassikale training samen met mijn bedrijf/afdeling.		23%
* Op locatie, een klassikale training.		16%
* Op locatie, omdat ze daar beschikken over het beste materiaal. De manier van lesgeven maakt niet uit.		7%
* Anders		17%

18. Kunt u uw antwoord toelichten?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

19. Vindt u het belangrijk dat het uiteindelijke examen bij dezelfde instelling en in dezelfde vestiging gemaakt kan worden dan waar de trainingen gevolgd zijn?

* Ja	56	69%
* Nee	25	31%

20. Zullen er binnen uw bedrijf de komende tijd technische computer trainingen worden gevolgd?

* Nee.	53	65%
* Ja, binnen de komende 6 maanden.	7	9%
* Ja, binnen de komende 12 maanden.	6	7%
* Ja, binnen de komende 18 maanden.	1	1%
* Ja, maar niet binnen de komende 18 maanden.	0	0%
* Geen idee.	14	17%

21. Hieronder volgen een aantal vestigingsfactoren. Graag per factor aangeven of u deze belangrijk vindt of niet (m.b.t. de vestiging waar u een technische training zou volgen).

* Ja, dat vind ik wel belangrijk	47	58%
* Nee, dat vind ik niet belangrijk	34	42%

22.

* Ja, dat vind ik wel belangrijk	61	75%
* Nee, dat vind ik niet belangrijk	20	25%

23.

* Ja, dat vind ik wel belangrijk	39	48%
* Nee, dat vind ik niet belangrijk	42	52%

24.

* Ja, dat vind ik wel belangrijk	53	65%
* Nee, dat vind ik niet belangrijk	28	35%

25.

* Ja, dat vind ik wel belangrijk	72	89%
* Nee, dat vind ik niet belangrijk	9	11%

26. Mist u nog een belangrijke vestigingsfactor?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

27. Heeft u nog opmerkingen?

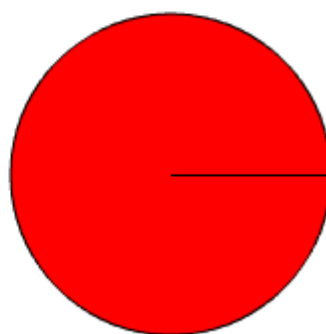
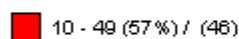
Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

13.3.2 Taartdiagrammen

1. Tot welke sector behoort uw bedrijf?



2. Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?



(Zie voor volledige resultaat vraag 2 subhoofdstuk 12.3.1: 'Taartdiagrammen')

3. Hebt u ooit van □ of meerdere van onderstaande (technische) training aanbieders gehoord?

- Reguliere onderwijsinstellingen (ROC, Saxion, Universiteit)
- Centric (24%) / (34)
- CompuTrain (17%) / (25)
- Nee, ikken geen van bovenstaande training aanbieders
- IP Computer Training Centrum (6%) / (9)
- Twice (3%) / (5)
- Learnit (3%) / (4)
- Decisco (1%) / (1)
- Overige (1%) / (1)

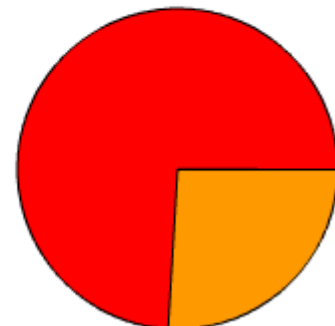


4. Kent u nog meerdere (technische) training aanbieders?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

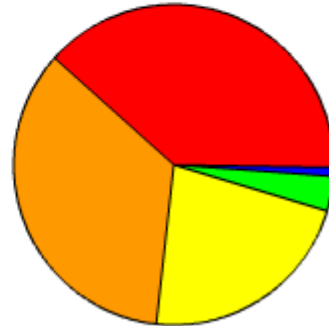
5. Worden er binnen uw bedrijf technische computer trainingen gevolgd door het personeel?

- Nee (74%) / (60)
- Ja (26%) / (21)



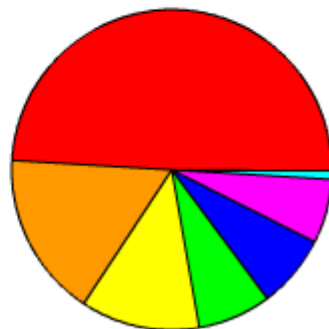
6. Waarom worden er geen technische trainingen gevolgd door het personeel?

- N.v.t. (38%) / (33)
- Het personeel heeft geen trainingen nodig (35%) / (30)
- Anders (22%) / (19)
- De werknemer heeft geen interesse (3%) / (3)
- Er zijn in de directe omgeving weinig mogelijkheden om
- Om financiële redenen (0%) / (0)



7. Waarom worden er technische trainingen gevolgd door het personeel?

- N.v.t. (49%) / (53)
- Goed getrainde medewerkers zijn productiever en efficiënter.
- Medewerkers vormen 1 van de succesfactoren van het
- Goed getrainde medewerkers helpen om optimaal
- Na een training kan persoonlijke kennis omgezet worden in
- Goed getrainde medewerkers leveren uitstekende
- Anders. (1%) / (1)

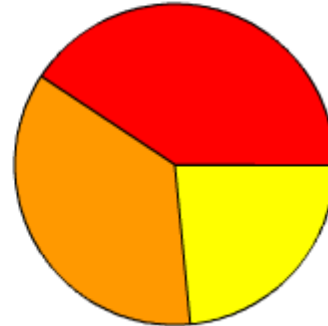


8. Graag hier aangeven welke trainingen gevolgd worden.

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

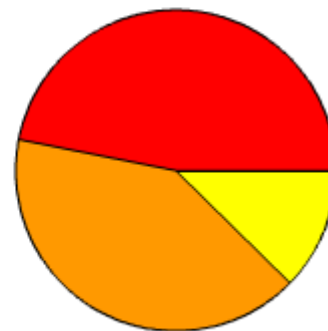
9. Bepaald de werknemer zelf of hij/zij een training volgt?

- Nee (41%) / (33)
- N.v.t. (36%) / (29)
- Ja (23%) / (19)



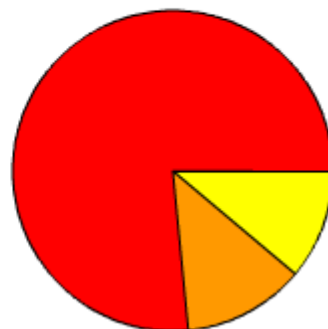
10. Is het personeel bereid om deze trainingen te volgen in zijn/haar vrije tijd?

- Ja (47%) / (38)
- N.v.t. (41%) / (33)
- Nee (12%) / (10)



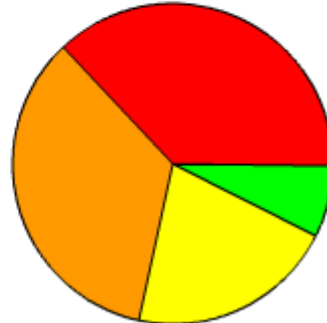
11. Hoe worden de trainingen gefinancierd?

- Door de werkgever (77%) / (62)
- Deels door de werkgever en deels door de werknemer (12%)
- Anders (11%) / (9)
- Door de werknemer (0%) / (0)



12. Als uw personeel trainingen nodig heeft, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

- Via het Internet (37%) / (30)
- Anders (35%) / (28)
- Wij volgen de trainingen al jaren bij dezelfde aanbieder
- Via vakbladen en magazines (7%) / (6)
- Via kranten en dagbladen (0%) / (0)

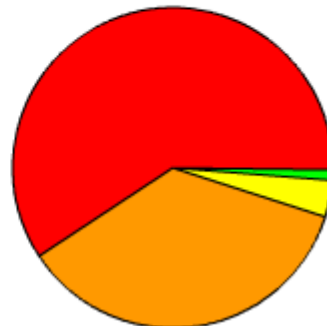


13. Bij welk bedrijf volgt u de technische computer trainingen?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

14. U zoekt geschikte training aanbieders op het Internet. Maakt u hierbij gebruik van zoekmachines?

- Ja, ik gebruik Google (59%) / (48)
- N.v.t. (36%) / (29)
- Nee, ik maak hierbij geen gebruik van zoekmachines (4%) /
- Ja, maar ik gebruik een andere zoekmachine dan
- Ja, ik gebruik Live Search (0%) / (0)
- Ja, ik gebruik Yahoo (0%) / (0)
- Ja, ik gebruik Ilse (0%) / (0)



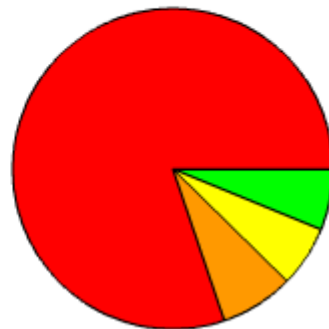
15.Hoeveel bent u bereid te betalen voor een technische computer training?

- 0 (37%) / (30)
- 1 - 499 (23%) / (19)
- 500 - 999 (21%) / (17)
- 1500 - 1999 (10%) / (8)
- 1000 - 1499 (5%) / (4)
- 2500 - 3000 (2%) / (2)
- > 3000 (1%) / (1)
- 2000 - 2499 (0%) / (0)



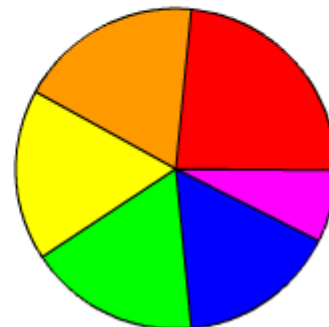
16.Wat is in uw ogen het meest belangrijk bij een technische computer training?

- Kwaliteit (80%) / (65)
- Anders (7%) / (6)
- Service (6%) / (5)
- Prijs (6%) / (5)



17.Hoe volgt u het liefst een technische computer training?

- Op locatie, een klassikale training samen met mijn
- Online (thuis/op het werk). Met de mogelijkheid om contact
- Op locatie, maar dan wel een individuele training. (17%) /
- Anders (17%) / (14)
- Op locatie, een klassikale training. (16%) / (13)
- Op locatie, omdat ze daar beschikken over het beste

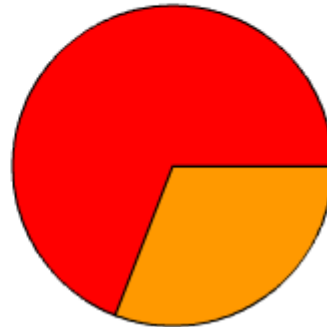


18. Kunt u uw antwoord toelichten?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

19. Vindt u het belangrijk dat het uiteindelijke examen bij dezelfde instelling en in dezelfde vestiging gemaakt kan worden dan waar

- Ja (69%) / (56)
- Nee (31%) / (25)



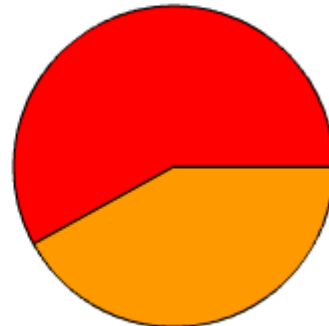
20. Zullen er binnen uw bedrijf de komende tijd technische computer trainingen worden gevolgd?

- Nee. (65%) / (53)
- Geen idee. (17%) / (14)
- Ja, binnen de komende 6 maanden. (9%) / (7)
- Ja, binnen de komende 12 maanden. (7%) / (6)
- Ja, binnen de komende 18 maanden. (1%) / (1)
- Ja, maar niet binnen de komende 18 maanden. (0%) / (0)



21. Hieronder volgen een aantal vestigingsfactoren. Graag per factor aangeven of u deze belangrijk vindt of niet (m.b.t. de

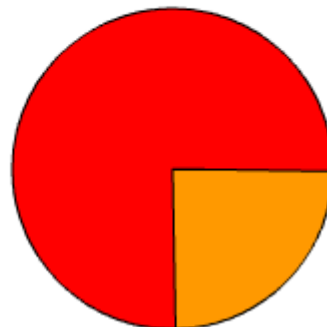
- Ja, dat vind ik wel belangrijk (58%) / (47)
- Nee, dat vind ik niet belangrijk (42%) / (34)



(Dicht bij de snelweg)

22.

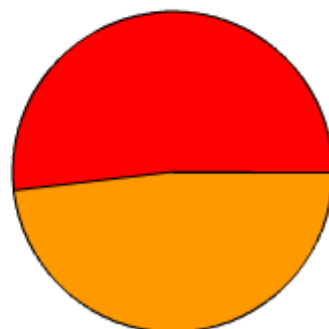
- Ja, dat vind ik wel belangrijk (75%) / (61)
- Nee, dat vind ik niet belangrijk (25%) / (20)



(Mate van doorstroming via de weg)

23.

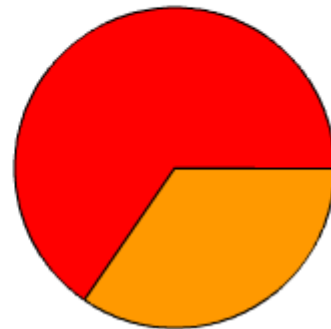
- Nee, dat vind ik niet belangrijk (52%) / (42)
- Ja, dat vind ik wel belangrijk (48%) / (39)



(Dicht bij OV verbindingen, bijv. trein/bus)

24.

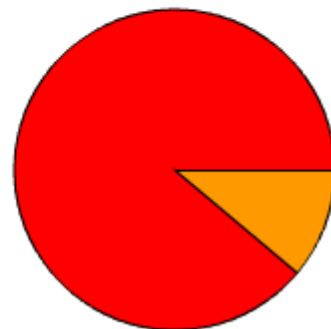
- Ja, dat vind ik wel belangrijk (65%) / (53)
- Nee, dat vind ik niet belangrijk (35%) / (28)



(Aanwezigheid van breedbandinfrastructuur)

25.

- Ja, dat vind ik wel belangrijk (89%) / (72)
- Nee, dat vind ik niet belangrijk (11%) / (9)



(Voldoende parkeergelegenheid)

26. Mist u nog een belangrijke vestigingsfactor?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

27. Heeft u nog opmerkingen?

Invoerveld. Geen grafische afbeelding mogelijk.

13.4 De gehouden interviews

13.4.1 IAA Architecten

Interview met ir. T. Pikkemaat (IAA Architecten Enschede)

18-11-2009

1) Wat doet IAA Architecten?

We ontwerpen gebouwen, met name in publieke sectoren als: onderwijs, gezondheidszorg en leisure, maar ook houden we ons bezig op het terrein van kantoorgebouwen, woningen en bedrijfsgebouwen (zowel 2D als 3D). We hebben bijvoorbeeld een ontwerp gemaakt voor de uitbreiding van de Grolsch Veste in Enschede en de nieuwe IJssbaan Twente. Ook zijn wij bezig met de nieuwbouw en uitbreiding van het ziekenhuis in Enschede (MST).

Verder krijgen we interieuropdrachten (we hebben onze eigen 'interieurarchitectuur' afdeling). Een voorbeeld van een dergelijk project is de bioscoop Cinestar in Enschede. Tot slot houden we ons bezig met stedenbouw en landschapsarchitectuur. We werken aan ruimtelijke plannen en de juridische vertaling hiervan. Daarvoor stellen wij een zogenaamd bestemmingsplan op. In dit geval moet je vaak denken aan het opstellen van een bestemmingsplan wijziging voor een bepaald gebouw, instellingsterreinen of complete woonwijken. Deze tekeningen worden gemaakt in 2D.

2) Is IAA landelijk actief? Uit hoeveel vestigingen bestaat het bedrijf?

IAA is landelijk actief. We krijgen opdrachten door heel Nederland. We hebben 2 vestigingen: in Almelo en Enschede.

3) Uit hoeveel werknemers bestaat IAA Architecten Enschede? En hoeveel totaal?

In Enschede, waar ik ook zit, zitten 100 werknemers en in Almelo 20. IAA bestaat dus in totaal uit 120 werknemers.

4) Wat is uw functie binnen IAA Architecten?

Mijn functie is landschapsarchitect. Een landschaparchitect speelt een belangrijke rol in het analyseren en doorgronden van verschillende processen en uiteindelijk het ontwerpen van de omgeving (zowel landelijk- als stedelijk gebied). Ik werk op het vlak van aangrenzende vakdisciplines uit de stedenbouw, ecologie, hydrologie, planologie of cultuurtechniek.

5) Jullie maken veel gebruik van computers. Welke technische computer programma's gebruiken jullie daar zoal bij? Zou jullie werk nog wel mogelijk zijn zonder deze programma's?

Architecten maken uiteraard veel gebruik van ontwerp- en tekenprogramma's. De belangrijkste programma's die wij gebruiken zijn:

- Autodesk Revit Architecture (Revit, Autocad)
- Arkey

Verder gebruiken we nog meer programma's voor het ontwerpen en tekenen in 2D en 3D:

- SketchUp.
- Vectorworks.
- 3D Studio Max.
- Meer standaard programma's: Photoshop en Illustrator.

- Verder tekenen we af en toe nog met de hand.

Tot slot gebruiken we:

- NedPlan: Voor het digitaal maken van 'bestemmingsplannen'.

Ons werk zou uiteraard niet meer zo efficiënt te doen zijn zonder deze computer programma's. Tekenprogramma's zorgen voor vele extra mogelijkheden als architect. Het scheelt heel veel tijd, nu alles via computers gebeurt. Bovendien kan dit tekenen in 3D.

6) Hoe heeft u deze programma's leren gebruiken? Volgt u bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen?

We volgen cursussen en doen aan 'zelf leren' in combinatie met de uitleg van een collega. We volgen +/- 2 maal per jaar een cursus.

7) Vindt u het belangrijk dat u trainingen/cursussen kunt volgen? Waarom wel/niet?

Ik denk dat iedereen dat wel belangrijk zou vinden. Je kunt jezelf ontwikkelen en bent voor de werkgever meer en beter inzetbaar.

8) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

- Cad & Company
- Itannex

9) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

Klassikaal bij IAA zelf, dus op ons eigen bedrijf. Dit gebeurt in groepjes van ongeveer 4 personen. Daarnaast krijgen we nog opdrachten mee voor thuis.

10) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden? (Gebeurt dit centraal, of bijvoorbeeld via een afdelingshoofd)

Dit bepaald de projectleider in overleg met ICT en de directie.

11) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

12) Volgt u deze trainingen in uw vrije tijd?

Deels. Zoals gezegd worden de trainingen gegeven bij IAA, onder werktijd. Maar de opdrachten die je thuis moet maken gebeurt dus in ieders vrije tijd.

13) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service?

Kwaliteit is uiteraard belangrijk, maar ook service staat bij mij hoog in het vaandel. Als je bijvoorbeeld nog vragen hebt over een bepaalde training, moet je een paar weken later nog wel bij het bedrijf terecht kunnen.

14) Volgt u op dit moment nog bepaalde computer trainingen? Denkt u de komende tijd nog trainingen te moeten volgen?

Op dit moment volg ik geen training en ik denk ook dat dit niet nodig is op de korte termijn. Wij werken nu met programma's die iedereen kent, dus er moet al een uitbreiding van een bestaand programma, of een geheel nieuw programma komen, waardoor ik weer een training moet volgen. Zoals gezegd gebeurt dit meestal 2 maal per jaar.

13.4.2 H.J. Wiefferink B.V.

Interview met dhr. G. Gortemaker (H.J. Wiefferink B.V. Oldenzaal)

25-11-2009

1) Wat doet H.J. Wiefferink B.V.?

Wiefferink produceert en monteert afdek- en opslagsystemen van flexibele kunststof(folie). We leveren veel afdekkingen en buffersystemen voor biogas, screens (afschermzeilen voor maritieme doeleinden, bijvoorbeeld het afschermen van olie dat uit een schip is gelekt) en 'dunnage bags' voor het vastzetten van scheeps-/vrachtwagenladingen.

2) Is Wiefferink nationaal/internationaal actief? Uit hoeveel vestigingen bestaat het bedrijf?

- Wiefferink is internationaal actief. We krijgen veel orders uit Europa, de Baltische Staten en bijvoorbeeld de Verenigde Arabische Emiraten of Indonesië. Eigenlijk zijn we actief over de hele wereld.
- We hebben een vestiging in Nederland (Oldenzaal) en één in Polen (Wykroty).

3) Hoeveel werknemers heeft Wiefferink?

85 werknemers. Dit zijn productiemedewerkers, monteurs en indirecte medewerkers (inkoop-, verkoop- en administratiepersoneel).

4) Wat is uw functie binnen Wiefferink?

Hoofd bedrijfsbureau. Dit bureau regelt de acceptatie en uitwerking van opdrachten, inkopen en plannings voor productie.

5) Jullie maken gebruik van computers. Welke technische computer programma's gebruiken jullie daar zoal bij?

We maken voornamelijk gebruik van twee technische computer programma's:

- Autocad (teken- en calculatieprogramma);
- Unit-4 (besturing- en planningsprogramma).

Verder is een collega op dit moment bezig met een technische computer training voor:

- Autodesk Inventor (werktuigbouwkundige ontwerpsoftware).

6) Hoe leren jullie om deze programma's te gebruiken? Volgen de werknemers bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen?

Ja, we volgen hier trainingen voor. In het geval van Autocad ging het om externe cursussen bij Computer Service Denekamp (CSD). Bij Unit-4 ging het om interne trainingen, dus bij Wiefferink zelf. Deze werden gegeven door GNB B.V. Autodesk Inventor wordt geleverd door de Cadac Group. Dit is ook een externe training (in Meppel).

7) Vindt u het belangrijk dat Wiefferink medewerkers stimuleert om cursussen te volgen? Waarom wel/niet?

Ja, natuurlijk. Dit om de programma's zo optimaal mogelijk te kunnen gebruiken en werknemers kunnen dan efficiënter werken.

8) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

Deze werden/worden dus geleverd door Computer Service Denekamp, GNB en de Cadac Group.

9) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

- Autocad: op locatie, klassikaal (+/- 5 personen), in een lokaal met een deskundige die les gaf.
- Unit-4: op het werk, klassikaal (+/- 4 personen), in een ruimte waar ook een deskundige les gaf.
- Autodesk Inventor: op locatie, klassikaal (met personen van andere organisaties) waar een deskundige les geeft.

10) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden? (Gebeurt dit centraal, of bijvoorbeeld via een afdelingshoofd)

Centraal, via de directie.

11) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

12) Worden de trainingen ook in de vrije tijd gevolgd?

Gedeeltelijk. Autocad werd aangeboden in onze vrije tijd, op locatie. Daarnaast kregen we opdrachten mee voor thuis. Unit-4 trainingen werden hoofdzakelijk gegeven op het bedrijf, maar we moesten in onze vrije tijd, net als bij Autocad, oefenen. Autodesk Inventor wordt gegeven onder werktijd, en je krijgt eveneens opdrachten mee voor thuis.

13) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service?

Kwaliteit, omdat dat voornamelijk het resultaat van de opleiding bepaalt.

14) Volgt u op dit moment nog bepaalde technische computer trainingen? Denkt u de komende tijd nog trainingen te moeten volgen?

Ikzelf volg op dit moment geen technische computer training. Een collega is op dit moment dus wel bezig met een technische training in tekenen (Autodesk Inventor).

13.4.3 Ziekenhuisgroep Twente

Interview met dhr. R. Agerbeek (Ziekenhuisgroep Twente)

27-11-2009

Algemeen

1) Wat is het ZGT?

Het ZGT staat voor Ziekenhuisgroep Twente. Het is een samenwerkingsverband of fusie tussen twee ziekenhuizen in deze regio. Het voormalige Twenteborg Ziekenhuis in Almelo en het Streekziekenhuis Midden-Twente in Hengelo gingen samen verder onder de namen ZGT Almelo en ZGT Hengelo. Het ZGT werkt samen met huisartsen, thuiszorgorganisaties en verpleeghuizen.

2) Ziekenhuisgroep Twente bestaat uit 2 vestigingen (Hengelo en Almelo). Zijn deze vestigingen verschillend van elkaar, als we bijvoorbeeld kijken naar afdelingen en specialismen?

Beide ziekenhuizen bieden hetzelfde aan. Vrijwel alle medische specialismen zijn hierbij aanwezig.

3) Hoeveel werknemers heeft het ZGT? Hoeveel van deze werknemers behoren tot ICT of kunnen voor een technische training in aanmerking komen?

Beide ziekenhuizen samen hebben ongeveer 3400 medewerkers. Er is voor beide ziekenhuizen samen 1 ICT afdeling. Deze bestaat uit ongeveer 30 personen, maar er zijn uiteraard meerdere personen die voor een technische computer training in aanmerking kunnen komen.

4) Wat is uw functie binnen het ZGT?

Mijn functie is: 'Docent ICT'. Ik bied aan onze medewerkers Office cursussen aan en verzorg cursussen in het EZIS dat staat voor het Electronisch Zorg Informatie Systeem.

Specifiek over trainingen

5) Jullie maken gebruik van computers. Welke technische computer programma's worden hier zoal bij gebruikt?

We maken gebruik van het platform Windows XP. We hebben daarbij te maken met Office trainingen. Citrix is hier de overkoepelende schil (hiermee zijn via een lokale pc de applicaties op de centrale Citrix-server te benaderen). Verder zijn er bijvoorbeeld trainingen specifiek voor de laboratorium- of de röntgenafdeling. Ook dit draait allemaal om Windows.

6) Hoe leren jullie om deze programma's te gebruiken? Volgen de werknemers bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen? Hoe vaak per jaar gebeurt dit ongeveer?

De office trainingen worden intern aangeboden. Op Ziekenhuis Informatie Systeem gebied: dit gebeurt gedeeltelijk intern, maar deze trainingen worden ook gegeven door externe opleiders.

Het volgen van technische computer trainingen is een continu proces, het gebeurt het hele jaar door.

7) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

De trainingen worden o.a. geleverd door IDée ICT. De productmanager ICT gaat hierover. Hij is ook degene die het budget bijhoudt.

8) Als bepaalde werknemers van het ZGT een technische computer training moet volgen, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

De trainingen worden altijd aangeboden door dezelfde organisaties, hier hebben we goede relaties mee.

9) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

- Dit gebeurt soms individueel, als bijvoorbeeld een specialist van ons een training nodig heeft. Hij/zij zit dan wel in een klas met meerdere specialisten van andere organisaties. De trainingen worden op locatie, dus bij de aanbieder, gevolgd.
- Soms gebeurt dit klassikaal, als meerdere personen van ons de training moeten volgen. Ook in dat geval gaan we naar de aanbieder toe om de training te volgen.

10) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden? (Gebeurt dit centraal, of bijvoorbeeld via een afdelingshoofd)

De productmanager ICT bepaalt dit. Als wij denken dat er een bepaalde training nodig is, wordt dit in overleg met hem bepaald.

11) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

12) Hoeveel zijn jullie bereid te betalen voor een technische computer training?

Wij zijn bereid om de gangbare prijzen te betalen. Dat wil zeggen: we zullen niet zomaar stoppen met het volgen van trainingen, als de prijzen boven een bepaalde grens uitkomen. Kwaliteit staat voorop.

13) Volgen werknemers de trainingen ook in hun vrije tijd?

Werknemers volgen de trainingen onder werktijd, maar soms moeten ze ook 's avonds, in hun vrije tijd, naar het bedrijf toe om te trainen.

14) Hoeveel uren is een werknemer gemiddeld ongeveer kwijt voor een technische training?

Dat hangt er natuurlijk van af welke training er gevolgd wordt.

15) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service? Of misschien iets anders?

Kwaliteit is hier belangrijker dan de prijs. Zoals gezegd: we zullen niet zomaar stoppen met het volgen van trainingen als deze (te) duur zijn.

16) Wordt er in tijden van crisis ook minder geïnvesteerd in personeel? Dat wil zeggen: worden er in tijden van crisis minder technische computer trainingen gevolgd?

Nee. Onze organisatie heeft geen winstoogmerk, het aanbieden van goede zorg staat voorop. Het was wel te merken dat er de afgelopen tijd, tijdens de crisis, werd bezuinigd. Maar tot op heden is dit niet van toepassing op de ICT-afdeling. ICT-ers willen ook altijd vooruit. Als ze weinig mogelijkheden krijgen om te trainen, zullen ze snel een ander bedrijf zoeken. Daar komt bij dat ICT-ers over het algemeen goed geschoold moeten zijn.

***17) Worden er op dit moment nog bepaalde technische computer trainingen gevolgd?
En in de toekomst?***

Zoals eerder gezegd is dit een continu proces. Trainingen worden altijd gevolgd en dat zal de komende tijd ook wel zo blijven.

13.4.4 Gemeente Dinkelland

Interview met dhr. P. Kamp (Gemeente Dinkelland)

04-12-2009

Algemeen

1) Wat is uw functie bij de Gemeente Dinkelland?

Ik ben ICT coördinator. We hebben bij de Gemeente Dinkelland te maken met een informatiserings- en een automatiseringskant. Ik houd me voornamelijk bezig met de automatiseringskant. Dit houdt in: het coördineren, plannen en als linking pin dienen tussen het afdelingshoofd en het team.

2) Hoeveel werknemers heeft de Gemeente Dinkelland? Hoe is dit opgedeeld?

De Gemeente Dinkelland bestaat uit ongeveer 180 medewerkers. Dit is verdeeld over de gemeentewerf, het zwembad en het kantoorpersoneel.

Specifiek over trainingen

3) Jullie maken gebruik van computers. Welke technische computer programma's worden hier zoal bij gebruikt?

Eigenlijk is het enige echt technische computer programma Microstation. Dit is een CAD-programma (tekenprogramma).

4) Hoe leren jullie om deze programma's te gebruiken? Volgen de werknemers bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen? Hoe vaak per jaar gebeurt dit ongeveer?

Iedere afdeling maakt een opleidingsplan. Dit wordt dan ingediend, centraal bekeken en goedkeuring opgegeven.

5) Hoeveel werknemers van de Gemeente Dinkelland zouden voor een technische training in aanmerking kunnen komen?

Dit is moeilijk te zeggen, want dit gebeurt per afdeling. We hebben op automatiseringgebied te maken met eerstelijns werknemers (2 personen, deze hebben meer diepgang in bijvoorbeeld de office pakketten en zijn er voor interne vragen) en tweedelijns werknemers (3 personen). Deze mensen komen in aanmerking voor netwerktrainingen.

6) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

Dit gebeurt door NewLevel en Centric. Centric regelt hier trainingen, maar zorgt ook voor hardware en heeft de BackOffice ingericht.

7) Als bepaalde werknemers van het gemeente een technische computer training moeten volgen, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

We hebben over het algemeen goede relaties met de huidige aanbieders. Maar dit betekent niet dat we altijd trainingen krijgen van dezelfde bedrijven. Als een training de vorige keer wel (of juist niet) is bevallen, kan dat onze keuze beïnvloeden. Als we op zoek moeten naar een aanbieder, dan zoeken we op Internet, maar kijken ook in folders of catalogussen.

8) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

Bij automatisering worden de eerstelijns en tweedelijns medewerkers altijd gecombineerd. Het zal dus nooit zo zijn dat alle tweedelijns personen samen een training volgen en alle eerstelijns samen. Bijvoorbeeld cursussen op netwerkgebied: hier hebben alle vijf medewerkers mee te maken. Dan splitsen we deze groepen op en hebben we in beide groepen een eerste- en tweedelijns werknemer. In een dergelijk geval wordt de training vaak op locatie gevolgd, bijvoorbeeld in Amsterdam.

Als er slechts 1 persoon een training nodig heeft, dan gebeurt dit vaak inhouse in Ootmarsum (bij de gemeentewerf bespreken we dan een ruimte). Er komt dan een docent van bijvoorbeeld Centric die les geeft. Wel is er eerst een intakegesprek met de gespecialiseerde docent, om op die manier duidelijk te maken wat we willen.

9) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden? Bent u de verantwoordelijke hiervoor, of gebeurt dit centraal?

Dit gebeurt dus per afdeling. Die stellen een opleidingsplan op (gebaseerd op hun core business) en die wordt dan ingediend. Vervolgens moet dit goedgekeurd worden.

10) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

11) Hoeveel zijn jullie bereid te betalen voor een technische computer training?

Dit hangt van de cursus af. Ook is er verschil tussen interne en externe trainingen. Als we de trainingen intern verzorgen, dan zijn deze vaak goedkoper, maar moeten we zelf voor een locatie zorgen (huren) en voor bijvoorbeeld lunch.

12) Volgen werknemers de trainingen ook in hun vrije tijd?

Trainingen die specifiek voor het werk zijn, worden onder werktijd gevolgd. Maar als een individu bijvoorbeeld een training wil/moet volgen om het eigen niveau hoog te houden, dan gebeurt dat vaak 's avonds. Ik kan bijvoorbeeld nog een financiële training volgen, omdat een collega van mij is vertrokken en ik een deel van zijn werk overneem. Ik heb wel verstand van financiering, maar om toch wat meer van budgetteren en dergelijke af te weten, dus om mijn eigen niveau hoog te houden, kan ik deze training volgen. In zo'n geval ben ik ook wel bereid om één maal per week op locatie te trainen.

13) Hoeveel dagen/weken/maanden is een werknemer gemiddeld ongeveer kwijt voor een technische training?

Voor automatisering ongeveer 3 tot 5 dagen.

14) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service? Of misschien iets anders?

Kwaliteit. We vinden het belangrijk dat er een gecertificeerd persoon de training verzorgt, iemand die buiten het boek om ook nog verstand heeft van zaken. Een persoon waar we dus terecht kunnen met vragen. Dit hebben we bijvoorbeeld geëist van Centric bij de training Novell ZENworks 10. Daarnaast hadden we graag dat er gebruik werd gemaakt van de originele boeken van Novell, om zo toch een bepaalde lijn in de training te hebben. We kunnen dan zelf altijd zeggen dat we bepaalde delen van het boek over willen slaan, omdat we die niet gebruiken.

15) Wordt er in tijden van crisis ook minder geïnvesteerd in personeel? Dat wil zeggen: worden er in tijden van crisis minder technische computer trainingen gevolgd?

Ja, dat kun je wel merken.

***16) Worden er op dit moment nog bepaalde technische computer trainingen gevolgd?
En in de toekomst?***

Dit is een continu proces. Het hangt er ook vanaf wat een bepaalde organisatie van je verwacht.

13.4.5 Uitvoeringsinstituut Werknemers Verzekeringen (UWV)

Interview met dhr. T. Bomers (UWV WERKbedrijf Oldenzaal)

08-02-2010

Algemeen

1) Wat is het UWV en waarvoor staat het?

Het UWV (Uitvoeringsinstituut Werknemers Verzekeringen) is een zelfstandig orgaan dat in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid de werknemersverzekeringen uitvoert (o.a. WW, WIA, WAO, Ziektewet). De opdracht van het bedrijf is om zo snel mogelijk mensen weer aan het werk te krijgen. En als mensen toch een beroep moeten doen op een uitkering, dan zorgt het UWV hiervoor. Om de mogelijkheden nog verder uit te breiden is het UWV in 2009 gefuseerd met het CWI (Centrum voor Werk en Inkomen). Het UWV biedt haar diensten het liefst aan in één centraal 'bedrijfsverzamelgebouw', ook wel Werkplein genoemd.²

Het UWV Werkplein is een divisie van het UWV. Het is een concept van ketenpartners die samenwerken. De UWV Werkpleinen werken samen met gemeenten om mensen weer zo snel mogelijk aan het werk te krijgen. Het Werkplein in Oldenzaal werkt nauw samen met de gemeenten Oldenzaal, Losser en Dinkelland.

2) Uit hoeveel vestigingen bestaat het UWV? En hoeveel in deze regio?

Het UWV heeft 127 vestigingen van het WERKbedrijf waar werkzoekenden terecht kunnen. Daarnaast zijn er 27 kantoren waar mensen ook voor andere zaken terecht kunnen.³ In deze regio zit er een Werkplein in Almelo, Enschede, Hengelo, Nijverdal en Oldenzaal. De vestiging in Nijverdal gaat sluiten. Het BackOffice zit in Hengelo.

3) Zijn deze vestigingen verschillend van elkaar of wordt overal hetzelfde werk verricht?

Er worden dezelfde diensten aangeboden. Het Werkplein NO-Twente (Oldenzaal) is een satellietbedrijf van Enschede. De Werkpleinen in Hengelo en Almelo werken zelfstandig. Op regionaal gebied trekken deze vestigingen veel met elkaar op. Dit gebeurt op het POWI (Platform Onderwijs, Werk en Inkomen). Dit is een ontmoetingsplek van partijen op de arbeidsmarkt. Het UWV en de gemeenten bespreken dan het arbeidsmarktbeleid.

4) Wat is uw functie binnen het UWV?

Adjunct Vestigingsmanager.

Specifiek over trainingen

5) Jullie maken ongetwijfeld gebruik van computers. Welke technische computer programma's worden hier zoal bij gebruikt?

Vanuit het UWV gebruiken we het programma 'Sonar'. Dit programma zorgt ervoor dat de gegevens en handelingen van klanten worden vastgelegd. Het is een ICT-systeem dat de adviseurs van het UWV ondersteunt bij hun werkzaamheden.

Vanuit de gemeente gebruiken we het programma 'GWS4all'. Dit is een "welzijnssysteem voor werk, inkomen en zorg". Een programma dat door veel gemeenten wordt gebruikt.

² <http://www.uwv.nl/overuwv/over-UWV/wie-en-wat-is-UWV/profiel/index.aspx>

³ <http://www.uwv.nl/overuwv/over-UWV/wie-en-wat-is-UWV/huisvesting/index.aspx>

6) Hoe leren jullie om deze programma's te gebruiken? Volgen de werknemers bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen? Hoe vaak per jaar gebeurt dit ongeveer?

Door de Ketenacademie en de Academie UWV worden er trainingen aangeboden om te leren omgaan met applicaties. Verder worden er regelmatig nieuwe mensen ingewerkt door collega's die verstand van de programma's hebben. Beide vormen van training worden intern aangeboden. Dit is een continu proces, want er komen regelmatig updates van een bepaald programma. We hebben net een periode van vele trainingen en cursussen achter de rug.

7) Hoeveel werknemers heeft het UWV Oldenzaal? Hoeveel van deze werknemers behoren tot ICT of kunnen voor een technische training in aanmerking komen? En hoe zit het met de andere vestigingen in deze regio?

Het werkplein in Oldenzaal heeft ongeveer 35 werknemers. Het merendeel hiervan komt in aanmerking voor technische computer trainingen. In Enschede zitten ongeveer 120 werknemers (waarvan 80 coaches die in aanmerking zouden komen voor trainingen). Dit is het grootste Werkplein in de regio. Hengelo en Almelo zullen minder werknemers hebben.

8) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

Zoals gezegd gebeurt dit intern, door specialisten van het UWV.

9) Als bepaalde werknemers van het UWV een technische computer training moet volgen, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

Wij volgen deze trainingen al jaren bij dezelfde aanbieder.

10) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

Er wordt veel aan e-learning gedaan. Af en toe wordt er individueel getraind (dit hoort bij het coaching proces), maar meestal wordt er klassikaal getraind, soms samen met het UWV Werkplein Enschede.

11) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden? (Gebeurt dit centraal, of bijvoorbeeld via een afdelingshoofd)

De (adj.) vestigingsmanager bepaalt voor wie welke training wordt ingezet.

12) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

13) Hoeveel zijn jullie bereid te betalen voor een technische computer training?

Dat hangt natuurlijk af van de inhoud van de training. Kwaliteit staat hier wel voorop.

14) Volgen werknemers de trainingen ook in hun vrije tijd?

De werknemers volgen de trainingen onder werktijd, maar mocht het in de vrije tijd moeten gebeuren dan zouden ze dit waarschijnlijk wel willen.

15) Hoeveel dagen/weken is een werknemer gemiddeld ongeveer kwijt voor een technische training?

Meestal duurt het een aantal dagdelen. Dit ligt er natuurlijk aan hoe uitgebreid je kennis over de applicatie al is. Een complete training duurt meestal 4 tot 5 dagdelen. Bijscholing duurt meestal 1 dagdeel.

16) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service? Of misschien iets anders?

Kwaliteit.

17) Wordt er in tijden van crisis ook minder geïnvesteerd in personeel? Dat wil zeggen: worden er in tijden van crisis minder technische computer trainingen gevolgd?

Nee, juist niet. Een crisis betekent meer klanten voor ons, omdat er meer mensen werkloos zijn. En om al deze klanten goed van dienst te kunnen zijn, moeten we ons continu ontwikkelen.

18) Worden er op dit moment nog bepaalde technische computer trainingen gevolgd? En in de toekomst?

Dit gaat altijd door, het is een continu proces.

13.4.6 Gemeente Enschede

Interview met dhr. J. Van Hummel en dhr. B. Draaijers (Gemeente Enschede)

26-03-2010

Algemeen

1) Wat is uw functie bij de Gemeente Enschede?

- J. Van Hummel: accountmanager van de afdeling ICT.
- B. Draaijers: Coördinator digitaal ontwerpen van de dienst DSOB (Dienst Stedelijke Ontwikkeling en Beheer). Deze dienst zorgt binnen de Gemeente Enschede voor het beheer van de openbare ruimte en de ontwikkeling van de stad.

2) Hoeveel werknemers heeft de Gemeente Enschede? Hoe is dit opgedeeld?

Er werken hier 2300 werknemers. Hiervan zijn er +/- 1600 vaste werknemer, en de rest is 'inhuur personeel'. We hebben bij de Gemeente Enschede 4 diensten, die onderverdeeld zijn naar specialismen. Eén hiervan is bijvoorbeeld de brandweer. We gaan binnenkort overstappen van diensten op programma's, dat wil zeggen dat we ons meer gaan richten op de functies van personen.

Specifiek over trainingen

3) Jullie maken gebruik van computers. Welke technische computer programma's worden hier zoal bij gebruikt?

We maken gebruik van een heleboel technische computer programma's. De meest bekende is AutoCAD. Dit programma wordt gebruikt door ongeveer 80 personen, verdeeld over meerdere afdelingen. Ook mensen met een beheersfunctie maken hier tegenwoordig gebruik van, want deze personen nemen geen genoegen meer met 'het zien van iets', maar willen alles goed in beeld hebben.

Verder zijn de bekendste programma's Adobe Creative Suite voor het bewerken van foto's die dan richting de drukker gaan. En een ander bekend programma is SketchUP (ontwerpsoftware).

Hiernaast heb je nog de zeer technische computer programma's voor bijvoorbeeld constructeurs en geluidstechnici, maar deze programma's worden maar gebruikt door een paar personen.

4) Hoe leren jullie om deze programma's te gebruiken? Volgen de werknemers bepaalde cursussen om programma's onder de knie te krijgen? Hoe vaak per jaar gebeurt dit ongeveer?

Er worden inderdaad trainingen gevolgd. Beginners die AutoCAD gaan gebruiken volgen een basisopleiding van enkele dagen. En de ervaren AutoCAD gebruikers volgen eenmaal in de twee jaar een dagje bijscholing als er een nieuwe versie op de markt is. Ook voor Adobe CS worden trainingen gevolgd.

Voor SketchUP worden geen trainingen gevolgd, omdat dit programma een goede handleiding bevat. Dit programma leer je vanzelf kennen wanneer je ermee gaat werken. De mensen die de meest technische programma's volgen krijgen hier ook trainingen voor.

5) Hoeveel werknemers van de Gemeente Enschede zouden voor een technische training in aanmerking kunnen komen?

Voor AutoCAD zijn dit er ongeveer 80. Voor Adobe CS +/- 10 personen, en de heel specifieke trainingen worden door slechts een paar man gevolgd. SketchUP wordt gebruikt door 5 tot 10 personen, maar hier wordt dus geen training voor gevolgd.

6) Door welk bedrijf worden de technische trainingen geleverd?

De zeer technische programma's worden vaak geleverd door de makers zelf, want zij weten precies hoe deze programma's in elkaar steken. Programma's als AutoCAD en Adobe CS worden door reguliere trainingaanbieders geleverd. Deze bedrijven komen in ons geval uit Zwolle en Nijmegen.

7) Als bepaalde werknemers van de gemeente een technische computer training moeten volgen, hoe gaat u dan op zoek naar een geschikte aanbieder?

Dit is natuurlijk verschillend. Als je weet wat je wilt, dan kun je heel gericht zoeken en het liefst in deze regio. Maar als je kijkt naar de heel specifieke trainingen, dan praat je over bijvoorbeeld maar 3 aanbieders in heel Nederland. Hiervoor kijk je dan voornamelijk in vakbladen en magazines. Verder helpen goede contacten/connecties natuurlijk ook. We hebben ook geprobeerd om een aanbieder over de grens te zoeken, maar dat was geen succes.

8) Hoe worden de trainingen gevolgd? (Individueel of klassikaal; thuis/werk of op locatie)

Dit is ook verschillend. Als er bijvoorbeeld meerdere collega's een basistraining AutoCAD moeten volgen, dan ga je als groep. Maar als er bijvoorbeeld een upgrade is van AutoCAD, dan heeft waarschijnlijk niet iedereen dit nodig. We gaan altijd op locatie trainen, want dan beschik je over het beste lesmateriaal, heb je geen verstoring tussendoor, etc. We maken er een soort 'dagje weg' van. Ook als er slechts 1 persoon een training nodig heeft, dan sturen we hem of haar het land in. Hier, bij de Gemeente Enschede zelf, wordt dus niet getraind.

9) Wie bepaalt dat de trainingen gevolgd worden?

Dit bepaald de leiding. Als er iets nieuws op de markt komt met grote wijzigingen ten opzichte van het bestaande programma, dan is men verplicht om te trainen. Dit wordt dan ook gesteund door de leiding en hier is een budget voor beschikbaar gesteld. Als er sprake is van een kleine wijziging in het programma, dan hoeft niet per se iedereen hieraan mee te doen.

10) Wie betaalt de trainingen?

De werkgever.

11) Hoeveel zijn jullie bereid te betalen voor een technische computer training?

Dit verschilt nog wel eens. Je hebt trainingen die per dag in totaal 800 tot 1000 euro kosten, en dat zijn dan tweedaagse trainingen. Maar soms kun je bij een bedrijf ook terecht voor 200 euro per persoon. Het hangt er dus een beetje vanaf met hoeveel personen je gaat, maar we zullen altijd voor de goedkoopste optie gaan (als we dan uitgaan van dezelfde kwaliteit).

12) Volgen werknemers de trainingen ook in hun vrije tijd?

Meestal gebeurt het trainen onder werktijd. Soms is men wel bereid om thuis extra opgaven te maken of iets dergelijks. En af en toe biedt een bedrijf haar trainingen ook in de avonden aan, waar we soms gebruik van maken. Maar ook dan kan de werknemer bijvoorbeeld de volgende dag eerder vrijaf krijgen. Dus eigenlijk is dit ook geen vrije tijd.

13) Hoeveel dagen/weken/maanden is een werknemer gemiddeld ongeveer kwijt voor een technische training?

Meestal is dit dus 1 dag in 2 jaar (in het geval van een AutoCAD upgrade). Voor beginners is de basistraining 3 tot 4 dagen (of 6 tot 8 dagen in de avonduren).

14) Wat vindt u het meest belangrijk bij een technische computer training? Prijs, kwaliteit of service? Of misschien iets anders?

Kwaliteit, maar zoals dus al eerder aangegeven is de prijs ook belangrijk.

15) Wordt er in tijden van crisis ook minder geïnvesteerd in personeel? Dat wil zeggen: worden er in tijden van crisis minder technische computer trainingen gevolgd?

Nee. We hebben bij de Gemeente Enschede zogenaamde opleidingsbudgetten, en daar is de afgelopen crisisperiode niet aan gesleuteld.

16) Worden er op dit moment nog bepaalde technische computer trainingen gevolgd? En in de toekomst?

Ja, nu wel en in de toekomst ook.