

Wie zijn de mensen achter Viaderna?

Viaderna is een eenmanszaak. Of eenvrouwszaak. Maar niet zo eenmans- of eenvrouws- als in eerste instantie lijkt. Ik geef training (technisch en commerciële) en advies (workflow, tenders, bedrijfsorganisatie, aankoopbegeleiding) en ik doe onderzoek naar alle aspecten omtrent de organisatie van de klant. Heeft een klant zulke specifieke wensen of eisen, waar alleen een specialist op zijn plaats is, weet ik de beste man of vrouw te vinden. Ik werk samen met trainers, integrators, toeleveranciers van software en hardware, personeelsadviseurs en bedrijfsadviseurs. Er loopt behoorlijk wat talent rond in grafisch Nederland. Ik ben in de gelukkige omstandigheid veel van deze talenten te kennen. Het beste van alles is dat ik, doordat ik dit netwerk kan gebruiken mijn klanten het beste kan bieden.

Aanleiding voor oprichting?

Na een carrière van 15 jaar in de grafische industrie als letterzetter, dtp-er, lithograaf, ordermanager, projectbegeleiding kwam de digitale workflow om de hoek kijken. Vandaar mijn overstap naar Océ. De kleurenprinter van Océ, de CPS-familie is vanaf de beginfase mijn 'kindje' geweest. Als product manager heb ik veel bij klanten gezeten. En geluisterd. Wat waren hun wensen, hun eisen, hun problemen. Daarin zag ik veel overeenkomsten. Bij Xerox nam ik, als Business Development Manager iGen3 deze klantproblematieken verder onder de loep.

Door al die klantcontacten werd ik gesterkt in mijn visie. De klant heeft een probleem en wil daar onafhankelijk in geadviseerd worden. Als zelfstandige kan ik dat nu inderdaad bewerkstelligen. Als je voor zo'n grote leverancier werkt, ziet een klant je toch anders. Als visitekaartje van de firma waar je werkt dien je je ook dienovereenkomstig op te stellen. En daar zat nou juist het probleem. Je moet je targets realiseren. Dan kun je wel een keuze maken voor je klant, die binnen je marges ligt, maar dat is niet altijd per definitie de beste keuze!

Dan zit je in een spagaat. Ik wil graag het beste voor mijn klanten. Dat betekent niet altijd dat een klant moet investeren in de hard- of software van de leverancier waar zij mee aan tafel zit. Vaak kan een klant al heel veel met de middelen die hij al tot beschikking heeft. Dat is dan ook mijn uitgangspunt. Kijk eerst naar hetgeen al aanwezig is in hardware, software, kennis. Investeer in het goed op elkaar afstemmen van al deze middelen. Zorg dat alles optimaal werkt. Kijk daarna naar de manier waarop je wil groeien.

Vooraf in MKB bedrijven en Centrale Repro's is veel beweging. Daar spelen vraagstukken als hoe zij zich moeten profileren. Te klein voor een tafellaken, te groot voor een servet. Waar moet in geïnvesteerd worden. Hoe kunnen zij zich onderscheiden. Welke investering is het verstandigst? Die 2-kleurenpers of toch digitaal full colour printen? En als de keuze eenmaal gemaakt is: duimen maar! Dan wordt het prijsvechten om de order binnen te halen. Onbetaald correcties uitvoeren, want het is zo'n goede klant. Toch maar weer extra investeren in software en/of hardware om 'bij te blijven' (of niet).

Juist op die punten is veel te winnen. In dat oerwoud een solide weg aanleggen. Daar ligt mijn kracht, dat is Viaderna!