

Willem Hulshof

Kleur bekennen

Is Nederland innovatiemoe door de langdurige onzekerheid over de economie? De afgelopen jaren is veel naar kosten en efficiëntie gekeken, en minder naar mogelijkheden om de prestaties te verbeteren en te innoveren. Ook dit laatste blijft echter een belangrijke taak het management van ondernemingen. Daarom hebben wij onlangs onze missie als volgt aangescherpt: Magnus is er voor duurzame verbetering en innovatie van organisaties. Deze wijziging was tegelijkertijd markt- en medewerkergedreven. In een serie interne workshops hebben alle Magnus-medewerkers zich namelijk uitgesproken over wat hen nu werkelijk boeit en bindt aan ons bedrijf. Hieruit kwam onze gemeenschappelijke passie helder naar voren: het bedenken en realiseren van verbeteringen die daadwerkelijk toegevoegde waarde leveren aan onze klanten.

In onze externe profilering hebben we ook meer helderheid aangebracht. Kijk maar eens op onze nieuwe website: www.magnus.nl. Deze site is vooral gebaseerd op markt-kennis en referenties.

Oprachtgevers moeten immers goed weten wat voor adviesbureau zij in huis halen. Wat de kennis en ervaring van de organisatie betreft, in welke sectoren zij opereert, vanuit welke normen en waarden zij handelt en wat zij ambieert. Dat zijn de kleurbekennende basisvragen die er ons inziens toe doen om als opdrachtgever een externe adviseur te kunnen beoordelen. Vertrouwen is immers een belangrijke voorwaarde voor het succesvol realiseren van veranderingen!

In het licht van bovenstaande zult u begrijpen dat het mij genoeg doet dat steeds meer organisaties procesverbetering weer op de agenda zetten. Organisaties zoals Sanoma Uitgevers, die het aandurven klantgerichte processen onder de loep te nemen en opnieuw in te richten. Wat - naast kostenbesparing - een breder effect heeft: vereenvoudigde processen, minder administratieve handelingen, effectievere inzet van mensen en middelen en ook betere interactie met klanten cq. adverteerders. Ook dit behoort immers tot kleur bekennen: doen waar je goed in bent en juist hierin continu innoveren. ■



welkom

colofon The Mag is een uitgave van Magnus. The Mag verschijnt tweemaal per jaar in een oplage van 1.500 stuks.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

magnus Gooimeer 5-39, 1411 DD Naarden, Postbus 5021,
1410 AA Naarden, telefoon: 035 699 60 60, e-mail: info@magnus.nl
concept en realisatie Caroline Jooren en Jeroen Roset, Magnus.

© copyright 2004 Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie of op enige andere wijze zonder voorafgaande toestemming van Magnus.