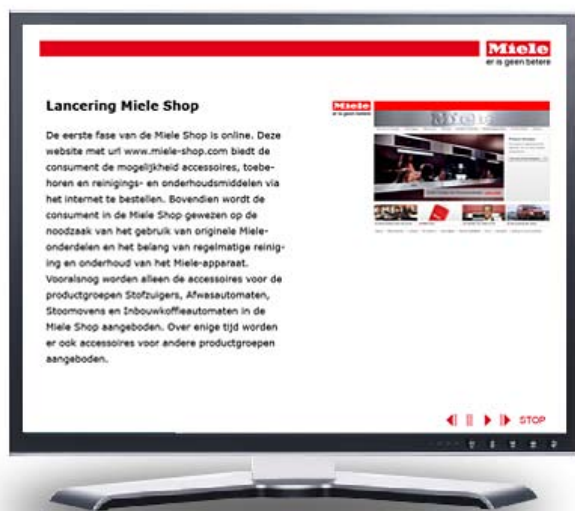


Gebruiksgemak en toekomst

Kwaliteit, duurzaamheid, milieuvriendelijkheid, design en functionaliteit. Deze vijf kernwaarden zijn sinds de oprichting van Miele een belangrijk onderdeel van de bedrijfsfilosofie. Ze vormen een leidraad voor alle activiteiten.

Natuurlijk kijkt het bedrijf naar dezelfde kernwaarden wanneer het zelf een product aanschaft. Zo kwam Miele Nederland in 2005 terecht bij Netpresenter voor haar interne communicatie.



Netpresenter op PC-schermen bij Miele

“Snel communiceren met zowel binnen- als buitendienst”

“Door de komst van internet en e-mail kon en moest er steeds sneller worden gecommuniceerd. Wij hadden vroeger een personeelsblad dat ieder kwartaal uitkwam. Dat bleek niet langer toereikend. We zochten dus een methode om nieuws snel aan ons personeel te communiceren. Vooral ook aan onze ongeveer 140 buitendienstmedewerkers die we zo nog meer wilden betrekken bij het bedrijf,” aldus Robert Bakker, reclame en PR manager, Miele Nederland BV. “Verder was onze doelstelling om de bezoekfrequentie van Miele Intranet te verhogen.”

“Kort, krachtig en visueel”

De marketing- en IT-afdelingen van Miele Nederland kozen na een grondige evaluatie uiteindelijk gezamenlijk voor Netpresenter als intern communicatiemedium. “Kernvoorwaarde was dat het nieuwe communicatiemiddel visueel pakkend was. Ieder bericht in een mooie, corporate layout en met veel foto’s. E-mail viel daardoor af. Bovendien wordt mail door overvolle inboxen vaak niet gelezen. Netpresenter-berichten daarentegen wel, aangezien de berichten kort, krachtig en visueel zijn. Dat leest men,” licht Bakker toe.

“Steeds vaker proactief geraadpleegd”

Sinds 2005 draait Netpresenter op de ruim 200 PC’s op het kantoor en op de computers van de 140 buitendienst medewerkers van Miele Nederland. “Wanneer onze buitendienstmedewerkers aan het einde van de werkdag inloggen om de route en opdrachten voor de volgende dag op te halen, bekijken ze gelijk het laatste nieuws op Netpresenter. Zo blijven ze prima op de hoogte van het reilen en zeilen van het bedrijf,” zegt Bakker.

De eerste maanden na de implementatie waren er nog wel sceptische geluiden te horen binnen de organisatie. Maar Netpresenter heeft onder de medewerkers snel aan populariteit gewonnen. Bakker: “Over het algemeen komt Netpresenter pas in beeld als een PC even niet wordt gebruikt. We merken echter dat de berichten ook steeds vaker actief worden opgeroepen door medewerkers, omdat ze op de hoogte willen blijven van het laatste nieuws. Om te stimuleren dat medewerkers proactief naar de berichten kijken, gaan we binnenkort ook weer- en verkeernieuws toevoegen.”

Zoals gehoopt wordt het intranet dankzij het nieuwe systeem beter bezocht. “Netpresenter bevat alleen de koppen van het nieuws. Alle andere informatie staat, per afdeling, op het intranet. Onder ieder Netpresenter-bericht staat een link naar een uitgebreider artikel op het intranet. Daar wordt veel op geklikt,” aldus Bakker.

“Berichten komen steeds vaker van de afdelingen zelf”

Op Netpresenter wordt bij Miele zeer divers nieuws gepubliceerd: van nieuws over de verbouwing, tot nieuws over producten, reclame-uitingen of testuitslagen. De marketingafdeling heeft een vaste lay out ontwikkeld en richtlijnen opgesteld voor de inhoud. Berichten moeten bijvoorbeeld altijd een link hebben met de commerciële activiteiten van het bedrijf. Bakker: “Het blijkt geen probleem voldoende relevant nieuws te vinden. Door het groeiende enthousiasme voor Netpresenter, komen ideeën voor berichten steeds vaker van de afdelingen zelf.”

“Meer ruimte voor Netpresenter in nieuw pand”

Miele communiceert het interne nieuws nu alleen via computerschermen. Naar aanleiding van een positieve test met een plasmascherm in een wachtruimte voor personeel, wil Miele in de toekomst ook gebruik gaan maken van grote schermen. “We bouwen momenteel een nieuw pand. Daar worden zeker ook grote schermen opgehangen in bijvoorbeeld het bedrijfsrestaurant. Verder willen we enkele schermen voor bezoekers ophangen in ruimten als de receptie. Natuurlijk met een aangepaste nieuwselectie,” besluit Bakker.

MIELE

Miele is een fabrikant van hoogwaardige huishoudelijke apparaten, inbouwapparaten en machines voor professionele toepassingen. Het hoofdkantoor van dit familiebedrijf is van oudsher gevestigd in Duitsland. In Nederland heeft Miele circa 375 medewerkers. Daarmee is Miele Nederland BV de grootste vestiging na het hoofdkantoor.

www.miele.nl

Sector

Witgoed- en keukeninbouwapparatuur.

Uitdaging

Het belangrijkste nieuws snel communiceren naar binnen- en buitendienst en meer bezoekers naar het intranet trekken.

Oplossing

Het belangrijkste nieuws op ieders desktop als interactieve screensaver en desktop player. Visueel en met links naar het intranet.

Voordelen

Kort, krachtig en visueel medium. Buitendienst nog beter betrokken bij bedrijf. Aantal intranetbezoekers gestegen.