

RICOH

Ricoh

Utopialaan 25

5203 MB 's-Hertogenbosch

Telefoon: 073-645 11 11

www.werkenbijricoh.nl

www.ricoh.nl



Uitkomst van het onderzoek

Ricoh als werkgever

Aandacht voor teambuilding en netwerken is eigen aan Ricoh. Vanuit de Ricoh Academy wordt dit gefaciliteerd. Er is een speciaal traject om talent te spotten, dat dan een personal coach krijgt. Binnen de organisatiecultuur is veel aandacht voor gezondheid en goede doelen.

Onderzoeksresultaten

Primaire Arbeidsvoorwaarden	★ ★ ★ ★ ★
Secundaire Arbeidsvoorwaarden	★ ★ ★ ★ ★
Training & Ontwikkeling	★ ★ ★ ★ ★
Carrière mogelijkheden	★ ★ ★ ★ ★
Organisatiecultuur	★ ★ ★ ★ ★

Organisatie in cijfers

Branche	informatie technologie
Aantal medewerkers in Nederland	1.500
Aantal medewerkers internationaal	110.000 medewerkers in 70 landen
90% van de managementposities wordt ingevuld door interne kandidaten	

Opvallende arbeidsvoorwaarden

- Uitstekende beloning, met marktconforme bonusregeling
- 25 vakantiedagen en 13 ADV-dagen
- Eigen pensioenfonds en integraal zorgverzekeringspakket
- Mogelijkheden tot flexibel werk
- Flexibel arbeidsvoorwaardenpakket, oftewel cafetariasysteem
- Ricoh Academy, inclusief MBA-programma
- Uitgebalanceerde duurzame leaseregeling



RICOH

Ricoh levert IT & Documentoplossingen. In haar twintigjarige bestaan is het bedrijf uitgegroeid tot wereldwijd marktleider in duurzame documentoplossingen. Met 108.500 medewerkers en kantoren in meer dan 50 landen beschikt het Ricoh-concern momenteel over één van de grootste verkoop- en servicenetwerken in de branche. Het hoofdkantoor van Ricoh Nederland is gevestigd in Den Bosch.

Ricoh

Op het bureau van Martijn Wecke, Director Human Resources & Organizational Development Ricoh Nederland, staat een bijzondere kalender. Iedere week staat er namelijk een andere medewerker van Ricoh op. En niet in zijn werkkleding, maar in vol ornaat tijdens zijn of haar hobby. En dat is nou net wat het werken bij Ricoh bijzonder maakt, aldus Wecke. 'Wij zijn wat ze een "rode" organisatie noemen. Gedreven, gepassioneerd en emotioneel betrokken. Er wordt hard gewerkt en we zijn zeer resultaatgericht. De omgeving is echter niet alleen maar sturend. We proberen een context te creëren waarin mensen zich prettig en betrokken voelen.'

Internationale strategie

Dat dat goed lukt, blijkt wel uit de resultaten van de verschillende medewerkerstevredenheidsonderzoeken. Wecke: 'Heel regelmatig vragen we medewerkers naar hun mening over de organisatie. Zowel binnen Nederland als op Europees niveau. Uit het laatste onderzoek blijkt dat Ricoh nog steeds behoort tot de toptienprocent van de benchmark met vergelijkbare organisaties. Op een aantal gebieden stegen we aanzienlijk. De tevredenheid over de arbeidsvoorwaarden nam toe, net als de trots op de merknaam Ricoh, de »

tevredenheid over doorgroeimogelijkheden, de hoge standaard van normen en waarden en de tevredenheid over het management.' Van oorsprong is Ricoh een Japans bedrijf, terwijl Nederland een volledig lokaal management heeft. Toch kan de oplettende medewerker wat merken van de oorsprong van het bedrijf. 'Je merkt het in de strategie. Dat is er een die gericht is op de lange termijn. Groei gaat stapje voor stapje, het management gaat absoluut niet overhaast te werk. Maar als de tijd rijp is, dan kan het zeker snel gaan! Voor mede-

werkers is dat eigenlijk alleen maar prettig. Er zijn weinig verrassingen, soms echter wel een enorme versnelling', aldus Wecke.

Groei

Ook in absolute cijfers doet Ricoh het goed in vergelijking tot de markt. Waar het marktaandeel bij de concurrenten afnam, is bij Ricoh nog steeds sprake van relatieve groei. 'Ook wij moeten op de kosten letten. Dat doen we vooral door onze efficiency te vergroten. Maar het afgelopen jaar hebben we 180 vacatures



'Samen met mijn collega's heb ik hier één doel'

'Voorheen werkte ik op projectbasis bij een internetbedrijf. Ik heb bewust gekozen voor een interne functie, omdat ik graag meer de diepte in wilde. Samen met mijn collega's heb ik hier één doel, namelijk de organisatie beter maken. Het leuke is dat Ricoh sterk aan het veranderen is. Daardoor is er veel ruimte voor eigen initiatief en ik merk dat meedenken erg wordt gewaardeerd. Mijn taak is het verbeteren van de interne IT-organisatie. We willen klantgerichter werken, meer sparren met de business en daardoor meer kwaliteit leveren. Dit soort veranderingen zijn soms best lastig, maar uiteindelijk hebben we toch allemaal datzelfde doel. Via de Ricoh Academy heb ik al twee trainingen gevolgd en nu wil ik graag mijn soft skills verder ontwikkelen. Ook daar biedt de Academy meer dan voldoende mogelijkheden voor. Wat ik verder prettig vind, is de aandacht die er is voor een goede balans tussen werk en privé. Daardoor voel je je hier absoluut geen nummer. Dat maakt het werken hier supertof.'

Joris Immens (33), Projectleider,
10 maanden in dienst



Martijn Wecke, Director Human Resources & Organizational Development: 'Gezondheid, integriteit, mens, maatschappij en milieu zijn voor ons belangrijke onderwerpen, waar we veel aandacht aan besteden'

vervuld en dit jaar gaan we op dezelfde voet verder. Ik verwacht dat we dit jaar zo'n 150 nieuwe medewerkers kunnen verwelkomen.' Die groei is deels te danken aan de nieuwe strategie van Ricoh. Het bedrijf dat van oudsher gefocust was op hardware (printers, kopieer-machines, faxapparaten) profileert zich steeds nadrukkelijker als organisator van het totale documentproces binnen bedrijven. Wecke: 'Anders gezegd: we organiseren de complete workflow binnen organisaties. Een voorbeeld daarvan is het Platoplan, een complete IT- infrastructuur voor basisscholen. Maar ook de patiëntenzuilen, die nu al in vijftien ziekenhuizen door ons geplaatst zijn, vallen onder die noemer. De informatie vanuit deze zuilen kan namelijk gekoppeld worden aan het elektronisch patiëntendossier. Zeer complexe systemen, waarvoor we hoogopgeleide medewerkers nodig hebben.'

Samen zeilen

Wie een carrière bij Ricoh wel ziet zitten, heeft, naast de juiste opleiding en kennis, een aantal specifieke competenties nodig. 'Onze organi-

satiestructuur bestaat uit een multidimensionale matrix', licht Wecke toe. 'Dat wil zeggen dat de verschillende onderdelen van de organisatie allemaal met elkaar in verband staan en er niet altijd één leidinggevende is die verantwoordelijk is voor een bepaald resultaat. En dat vraagt om veel samenwerking en afstemming.' De HR-director verwacht niet dat dit altijd 'vanzelf' gaat. Wecke: 'Binnen onze eigen Ricoh Academy bieden we veel verschillende opleidingen en trainingen aan. Een ervan vindt plaats op een gesponsord zeilschip. Als team leer je hier samenwerken. Welke rollen vervullen de verschillende teamleden? Hoe spreek je elkaar aan? Zo leer je op een leuke manier heel veel over jezelf en de anderen.'

Sponsor

Netwerken is een andere competentie die goed van pas komt bij Ricoh. 'Wij zijn een verkooporganisatie gericht op het bouwen en onderhouden van relaties. We doen ontzettend veel om ons relatienetwerk te onderhouden en uit te bouwen. We sponsoren bijvoorbeeld musicals en sportevenementen als Indoor >>



'We vinden het belangrijk om onze klanten te ontmoeten, met hen te sparren en zo een betere relatie op te bouwen'

Brabant en het Unicef Open in Rosmalen. We vinden het belangrijk om daar onze klanten te ontmoeten, met hen te sparren en zo een betere relatie op te bouwen.'

Om te ontdekken welke opleidingen passen bij de ontwikkeling van de medewerkers is de Performance Management Cyclus tot in de puntjes uitgewerkt. Medewerkers voeren regelmatig POP-gesprekken en kiezen naar aanleiding daarvan voor een in- of extern opleidingstraject. 'Daarnaast hebben we een speciaal traject om talent te "spotten". We kijken hoe medewerkers scoren op verschillende onderdelen. Wat is hun track record, hoe scoren ze? Daaruit komen een aantal high potentials uit, die aan de slag gaan met een zelfgekozen project. Zo is er binnen sales een collega bezig met de ontwikkeling van duurzame en energie zuinige oplossingen. Zijn projectvraag: "Waar heeft de klant precies behoefte aan en hoe kunnen we daar op inspringen?" Een leuke klus, waardoor deze medewerker zich in korte tijd verder ontwikkelt. Ook dankzij de begeleiding die hij krijgt van een personal coach uit de Academy.'

Thee bij de minister

Persoonlijke ontwikkeling vindt volgens Ricoh niet alleen op de werkvloer plaats. Wecke: 'Ook gezondheid, integriteit, mens, maatschappij en milieu zijn voor ons belangrijke onderwerpen, waar we op allerlei manieren aandacht aan besteden. We werken bijvoorbeeld aan de gezondheid van onze medewerkers door ze begeleiding van een Olympisch atleet, Marko Koers, aan te bieden bij hun voorbereiding op diverse running events, waaronder de marathon van New York. Maar het kan ook wat dichterbij huis; aan de Vestingloop in Den Bosch hebben we met honderd collega's meegedaan. En medewerkers die hardlopen wat teveel van het goede vinden, kunnen zich aansluiten bij de groep van veertig (sportieve) wandelaars.' De lijst met goede doelen die Ricoh met name met capaciteit (tijd) en energie (betrokkenheid) ondersteunt is net zo lang. Wecke: 'Het leuke daarbij is dat medewerkers kunnen kiezen voor een project dat hen aanspreekt. Zo ondersteunen we onder meer Warchild, Kids Moving the World en diverse kleinere initiatieven. En we hebben ook een bijzonder project

dat door een van onze medewerkers is opgezet. Hij is vijftien jaar geleden uit Afghanistan gevlucht en bedacht dat we de onderwijsinstellingen in Afghanistan een dienst kunnen bewijzen door afgeschreven kopieerapparaten daarheen te sturen. Tijdens het Taliban-regime zijn alle schoolboeken verbrand. Sinds 2004 is er een regelmatige stroom van machines en onderdelen naar Kabul. En daar blijft het niet bij; we leiden ook lokale onderhoudsmonteurs op die het onderhoud van de machines voor hun rekening nemen. De collega die dit idee

bedacht heeft, zat laatst thee te drinken met de minister van Onderwijs in Kabul om hierover afspraken te maken. Dat zijn toch bijzondere momenten!

RICOH



'Naar hartenlust ervaring opdoen'

'Ik ben cum laude afgestudeerd in de Informatica en was in eerste instantie van plan om te gaan promoveren in Delft. Dat heb ik ook gedaan, maar na een jaar kwam ik tot de conclusie dat dat voor mij te theoretisch is. Ik wilde graag meer praktijkervaring opdoen. In mijn zoektocht naar een leuk bedrijf kwam ik uit bij Ricoh. Hier kan ik naar hartenlust praktijkervaring opdoen. In het Purchase-to-Pay team houd ik me als Document Solutions Specialist bezig met het implementeren van oplossingen. Veelal gebeurt dit bij grote klanten als KLM en Heineken. Ondanks dat ik het erg interessant vind, verwacht ik niet dat deze functie mijn eindstation is. In de toekomst wil ik graag een meer adviserende en ontwerpende rol vervullen. Een productonafhankelijke functie, zo staat het ook in mijn Persoonlijk Ontwikkelingsplan. De interne carrièrekansen en opleidingsmogelijkheden zijn bij Ricoh ontzettend breed, dus dat biedt absoluut perspectief voor de toekomst.'

Michael Reinders (27), Document Solutions Specialist, 2,5 jaar in dienst

