ISO 9001: meer dan alleen een certificaat



Pisotive

Inhoud

1 Waar is ISO 9001 voor?

2 Een moetje of een voorsprong?

3 Context

4 Leiderschap

5 Planning

6 Ondersteuning

7 Uitvoering

8 Evaluatie

9 Verbetering

10 Zo pakte een klant het aan

11 En daarna: blijven volgen

12 Wie zijn wij?

Waar is ISO 9001 voor?

Niet voor een lijst met verplichtingen. ISO 9001 helpt je om je bedrijf als geheel te bekijken, en het samen beter te maken.

- Wat verwachten je klanten, nu en over een paar jaar?
- Hoe hangen je processen samen?
- Wat betekent dat voor je mensen en je systemen?

> **Het gaat niet om de auditor**
>
> Bedrijven met een certificaat klagen soms dat de auditor te makkelijk is, of juist te moeilijk. Uiteindelijk gaat het daar niet om. Het gaat om wat je er als bedrijf aan hebt. Je hebt het certificaat nodig, dus haal je het. Maar het kan zoveel meer zijn.



Een moetje of een voorsprong?

Hetzelfde certificaat kan twee heel verschillende dingen betekenen.

Een moetje

- Je doet wat de norm vraagt.
- Je registreert, en gaat weer door.
- Na de audit blijven de problemen.

Een voorsprong

- Je maakt je bedrijf als geheel beter.
- Je leert van wat je registreert.
- Je volgt wat je verandert.

Een voorbeeld: AI

Bedrijven zien AI als een mooie kans. Ze stellen wat licenties ter beschikking en gaan aan de slag. In sommige stappen van het proces levert dat mooie vooruitgang op. Maar het is geen samenhangende verbetering van de organisatie. Daarvoor moet je eerst weten wat je klant verwacht, hoe je processen samenhangen, en wat het betekent voor je mensen.

Waarom meet je klanttevredenheid eigenlijk?

Niet alleen om te weten hoe je het doet. Vooral omdat je wilt weten wat er bij je klant speelt. Waar is hij mee bezig, wat wordt voor hem de komende jaren belangrijk, en wat kun jij daaraan bijdragen? Zo beweeg je mee met je klanten, zolang zij bereid zijn daarvoor te betalen.

HOOFDSTUK 4 · CONTEXT

Weet je wat er op je afkomt?

Klanten, wetgeving en de arbeidsmarkt veranderen. Wie dat ziet aankomen, kan op tijd kiezen.

Wat je doet

- Je zet je sterke en zwakke punten op een rij.
- Je kijkt wie belang heeft bij je bedrijf.
- Je bepaalt wat er onder de certificering valt.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Kijk niet alleen naar wat je klanten nu verwachten. Vraag je af waar ze op hopen, waar ze blij van worden, waar ze voor willen betalen, en wat er de komende jaren niet verandert. Daar zit de basis voor elke keuze die volgt.

HOOFDSTUK 5 · LEIDERSCHAP

Wie neemt het voortouw?

5

Medewerkers kijken meer naar wat de leiding doet dan naar wat er ergens staat.

Wat je doet

- De directie bepaalt het belang en het beleid.
- Je spreekt af wat nodig is voor tevreden klanten.
- Je wijst mensen aan die het samen oppakken.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Beter worden is iets wat je samen doet. Dat lukt alleen als mensen ruimte krijgen om kennis te delen, fouten te maken en er met elkaar van te leren. Die ruimte begint bij de leiding.

HOOFDSTUK 6 · PLANNING

Werk je aan doelen die ertoe doen?

6

Een paar heldere doelen geven meer richting dan een lange lijst met cijfers.

Wat je doet

- Je kiest wat je wilt bereiken.
- Je bepaalt hoe je ziet dat het lukt.
- Je plant acties voor kansen en risico's.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Een kans pak je niet los op. Vraag bij elke stap wat die betekent voor je klanten, je mensen, je systemen en je infrastructuur. Moeten mensen worden opgeleid? Moet er een proces anders? Zo wordt een goed idee een verbetering van het geheel, in plaats van een snelle winst op één plek.

HOOFDSTUK 7 · ONDERSTEUNING

Hebben je mensen wat ze nodig hebben?

7

Kennis die maar bij één persoon zit, is kwetsbaar.

Wat je doet

- Je legt vast wie wat moet kunnen.
- Je zorgt voor de juiste middelen en informatie.
- Nieuwe mensen zijn sneller ingewerkt.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Opleiden is meer dan een cursus volgen. Hoe geef je mensen de kans om wat ze leren met elkaar te delen? Dat is waar een cultuur van beter worden ontstaat.

HOOFDSTUK 8 · UITVOERING

Doe je wat je afspreekt?

8

Je klant moet erop kunnen rekenen, ook als het druk is.

Wat je doet

- Je legt vast hoe je werkt, alleen waar nodig.
- Wat al in je systemen staat, schrijf je niet over.
- Je houdt grip op leveranciers en nazorg.

Zo haal je meer uit de norm

Kijk hoe je processen samenhangen. Een stap die verkoop zet, is later heel belangrijk voor de werkvoorbereiding en voor de administratie. Wie dat ziet, verbetert niet één afdeling, maar de hele keten. Bij een klant met 11 tot 25 medewerkers daalde het aantal gepauzeerde projecten met 17%, door één vast overleg tussen sales, werkvoorbereiding en uitvoering.

HOOFDSTUK 9 · EVALUATIE

Weet je of het werkt?

9

Je klant is de beste graadmeter of je systeem echt werkt.

Wat je doet

- Je meet of je je doelen haalt.
- Je doet een interne audit.
- Eens per jaar zet je alles op een rij.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Zie de interne audit niet als een verplicht nummer, maar als het moment waarop je ontdekt of je mensen nog werken zoals je denkt. Vaak zit de werkelijkheid net anders dan je aannam. En vraag je klanten niet alleen om een cijfer, maar ook wat er bij hen speelt, wat voor hen de komende jaren belangrijk wordt, en wat jij daaraan kunt bijdragen.

HOOFDSTUK 10 · VERBETERING

Leer je ervan?

10

Een klacht elf keer oplossen is iets anders dan hem één keer verhelpen.

Wat je doet

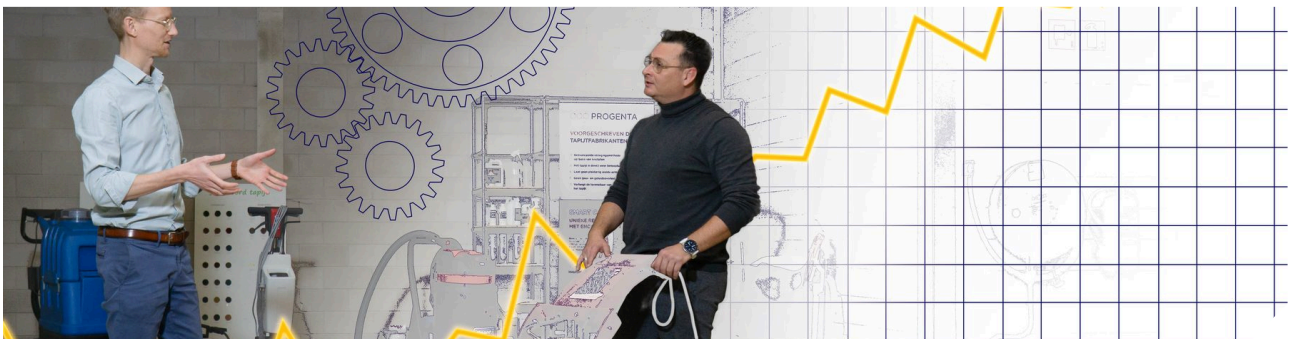
- Je legt klachten en fouten vast.
- Je kijkt waarom ze ontstonden.
- Je zorgt dat ze niet terugkomen.

> **Zo haal je meer uit de norm**
>
> Verbeteren stopt niet bij de lancering. Wat je verandert, volg je: levert het op wat je ervan verwachtte, en kan het eenvoudiger? Niet lanceren en loslaten, maar blijven kijken hoe het beter kan.

Zo pakte een klant het aan

Een klant zag dat groeien op de oude manier steeds lastiger werd. Met het managementsysteem als basis pakte hij het als geheel aan.

Vooruitkijken	Met een SWOT-analyse en een blik op de belanghebbenden keken we wat er de komende jaren op het bedrijf afkwam. Door de krapte op de arbeidsmarkt werd verder groeien met eigen mensen steeds lastiger.
Kiezen	Daaruit kwam een nieuwe propositie, voor een nieuw klantsegment. Niet meer alles zelf uitvoeren, maar een model opzetten dat kan meegroeien. Dat vroeg andere vaardigheden van mensen en een andere uitstraling naar buiten. Daarom kwam er een aparte werkmaatschappij.
Inrichten	Er kwam nieuwe documentatie en sales werd getraind. De processen werden opnieuw ingericht in het ERP-systeem. Met de IT-leverancier keken we meteen wat er in het bestaande proces niet altijd goed ging. Dat vingen we op in workflows, zodat er direct meer grip ontstond.



En daarna: blijven volgen

Een nieuwe propositie lanceer je niet om hem daarna los te laten.

Volgen	We bouwden de propositie verder uit, met stuurcijfers. Levert het op wat we ervan verwachtten? Welke impact heeft het op de resultaten? En worden de bestaande processen er niet door ondermijnd?
Mensen	Kunnen mensen het goed verkopen en goed overdragen? Eerst gaf het bedrijf de training intern en deed het de uitvoering zelf. Nu ligt een deel van de uitvoering bij de eindklant, dus die moet je ook trainen.
Opschalen	Met feedback van de eerste pilotklanten kijken we steeds hoe het eenvoudiger kan, zodat het kan opschalen.

Wat maakte het verschil?

Klant, mensen, processen, systemen en cijfers kwamen samen in één aanpak. En wat er veranderde, bleef gevolgd en verbeterd. Precies daar is een managementsysteem voor bedoeld.

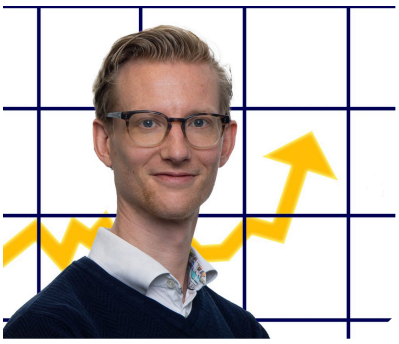
Het certificaat heb je nodig. Maar het kan zoveel meer zijn.

ISO 9001 die past bij hoe jij werkt, tegen een vaste prijs.

56
klanten gingen je voor

Alle
begeleide audits geslaagd. Kunnen we niet overzien wat er nodig is, dan bieden we geen vaste prijs.

Vraag een kennismaking aan



Pisotive Midden
Koen Rippen
Maarn
0343 234 566
koen@pisotive.com
Regio Midden →



Pisotive Noord
Hielke van der Heide
Steenwijk
0521 234 432
hielke@pisotive.com
Regio Noord →



Pisotive Zuidwest
Catharina Bontenbal
Hansweert
0113 450 113
catharina@pisotive.com
Regio Zuidwest →