

N I E U W S F L I T S

Bedrijfsbezoek Solcon Internetdiensten te Dronten

24 juni 2008

Door: Frits Lentink, KKF

Inleiding

Een bezoek aan Solcon opende een digitale wereld voor een groep van belangstellenden van o.a. de KKF (Kwaliteitskring Flevoland) en de KKNN (KwaliteitsKring Noord Nederland). Op dinsdag 24 juni waren we op bedrijfsbezoek bij Solcon Internetdiensten in Dronten. Met een kopje koffie en heerlijk gebak werden we gastvrij ontvangen. Solcon is sinds 1996 als Internet Service Provider (ISP) actief met het aanbieden van data-, telecommunicatie- en internetdiensten voor zowel de zakelijke als particuliere markt. Aan particulieren levert Solcon producten op het gebied van internet en telefonie, hosting en veiligheid. Voor de zakelijke markt biedt Solcon een speciaal afgestemd portfolio producten, welke samengevoegd zijn in de drie hoofdgroepen Internet, Hosting en IP Services. Peter van de Vlies (algemeen directeur) startte Solcon in 1996 vanaf een zolderkamer. Solcon is inmiddels gegroeid tot een internationaal bedrijf met 115 medewerkers en groeit 30 tot 40 % per jaar. Het bedrijf heeft ongeveer 70.000 klanten en 160.000 mailadressen van klanten.

The World of Solcon

In een presentatie zette Peter van der Vlies uiteen hoe Solcon zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld. Van een éénmanszaak naar een organisatie met internationale allure en van een inbelverbinding naar mobiel internet en van free publicity naar landelijke marketingcampagnes. De consumentenbond koos Solcon als de provider met de beste prijs/kwaliteit-verhouding. Solcon past het **7-S model van McKinsey** toe binnen haar organisatie. Het 7-S-model is een systeem om de kwaliteit te meten van de prestaties die een onderneming levert. De zeven 'S'-factoren zijn verdeeld in drie 'harde' (strategie, structuur en systemen) en vier 'zachte' (stijl, significante gemeenschappelijke waarden, sleutelbekwaamheden en staf). De 'Shared values' (Significante waarden) plaatst McKinsey in het centrum. Het gaat over de bedrijfsopvatting, de bedrijfscultuur, de identiteit. De werkwijze van Solcon is gebaseerd op een christelijke visie en identiteit. De significante gemeenschappelijke waarden zijn verwoord in een 10 punten overzicht die op elke afdeling zichtbaar aanwezig is en die Solcon zowel voor haar interne als externe relaties toepast. Solcon wil mens en maatschappij bij elkaar brengen door snelle en betrouwbare verbindingen waarbij samenwerking en rentmeesterschap centraal staat. Mission statement : " Solcon, de menselijke internet provider" Structure: de inrichting van de organisatie. Er is een directie bestaande uit drie directieleden.

N I E U W S F L I T S - Bedrijfsbezoek NLR

Daarnaast zijn er managers van de verschillende afdelingen. Verder kent de organisatie lijn- en staf-afdelingen. **Systems:** de formele en informele werkwijze. Op de verschillende disciplines binnen de organisatie zijn systemen ingevoerd. Voorbeelden hiervan zijn: functionerings-/ beoordelingssystemen, informatiesystemen, klachtenafhandelings-systemen, ordersystemen-ADMIN. **Style:** de wijze waarop men met elkaar omgaat. Binnen Solcon heerst een familiale informele cultuur waar waarden en normen hoog in het vaandel staan. Solcon kenmerkt zich als een organisatie die snel inspeelt op een veranderende markt. De organisatie bezit de kracht om in korte tijd nieuwe producten te ontwikkelen. **Staff:** de Solcon medewerkers zijn o.a. te verdelen in de volgende categorieën: leiders, generalisten, professionals, vakspecialisten, allrounders en basiskrachten. **Skills :** (sleutelvaardigheden) waar is de organisatie goed in en/ of competitief. Solcon onderscheidt zich van andere providers door de relatief grote R&D afdeling. De techniek wordt deels zelf gemaakt zowel in Nederland als Roemenië. Bijvoorbeeld: Qaleido, Filtering, Mobiel internet. Solcon beschikt over een eigen netwerk, infrastructuur, datacenters en BackOffice software. **Strategy:** welke uitdrukkelijke doelen worden gesteld en met welke middelen wil men ze bereiken ? Solcon hanteert de "all inclusive" gedachte in de ontwikkeling van haar producten. De keuze van wel of geen filter, wel of geen VOIP.

Rondleiding

Tijdens de rondleiding liet Peter van der Vlies ons de verschillende afdelingen binnen Solcon zien. Bij de front-office (1e lijns) komen de telefoontjes binnen van klanten met klachten. Wanneer deze klachten niet opgelost kunnen worden, komen ze terecht in de back-office (2e lijns), waar de medewerkers dieper op het probleem in kunnen gaan. Tevens beschikt Solcon over een innovatie/ ontwikkel afdeling (3e lijns). Op elke afdeling vertelde een enthousiaste medewerker over de werkzaamheden die daar plaatsvinden.

Tot slot

Na de rondleiding werd er onder het genot van een drankje en een hapje nog wat nagepraat. Een speciaal woord van dank aan Peter van de Vlies en zijn organisatie die dit bedrijfsbezoek mogelijk maakte en een ruimte beschikbaar stelde voor de Algemene Ledenvergadering van de KKF.

Nadere informatie

Kwaliteitskring Flevoland: info@kwaliteitskringflevoland.nl

Website

Solcon: <http://www.solcon.net>