

fd.
het financieele dagblad

AD

BNR

RTL7///

MT
MANAGEMENT TEAM

ELSEVIER

QUOTE

nu

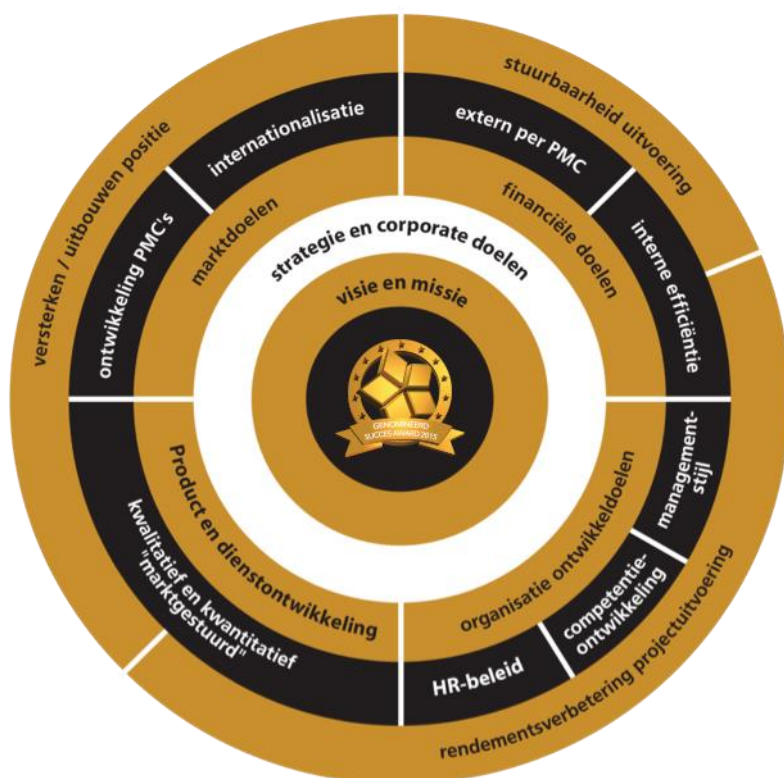
NOMINATIERAPPORT



HET NATIONALE
BUSINESS SUCCES AWARD
INSTITUUT

2016

Heuma Services BV



Score Heuma Services BV

Visie	★	★	★	★	
Missie	★	★	★	★	★
Strategie	★	★	★	★	
Doelen: financieel	★	★	★		
Doelen: organisatieontwikkeling	★	★	★	★	
Doelen: marktbenadering	★	★	★	★	
Doelen: producten en dienst-ontwikkeling	★	★	★	★	
Rendementsverbetering	★	★	★		
Versterken en uitbouwen positie	★	★	★	★	
Stuurbaarheid realisatie	★	★	★		

Opvallende succesfactoren

Internationalisatie	!	!		
Marktbenadering (focus/pmc)	!	!	!	!
Interne efficiëntieverbetering	!	!	!	
Omzetverhoging	!	!	!	
HR-beleid	!	!	!	!
Duidelijke Competentie-ontwikkeling				
Consistente Managementstijl	!	!	!	
Innovatie	!	!	!	!
Productdifferentiaties	!	!	!	



Oordeel Nominatiecommissie

Heuma Services BV presenteert zich als de specialist in een bijzondere sector, namelijk die van de Technische Uitzendbureaus, in de ruimste zin des woord. Zij heeft een zeer grote knowhow op het gebied van het uitzenden van (tijdelijk) personeel in technische functies en onderscheidt zich voorts door haar grote klant- en servicegerichtheid.

Innovatie is het sleutelwoord bij Heuma Services, want zij is continu bezig om haar diensten te verbeteren en zo optimaal mogelijk te laten aansluiten op de wensen van haar klanten. Haar klanten kennen haar inmiddels als een betrouwbare partner, die probeert met hen mee te denken en hen zo goed mogelijk te adviseren en van dienst te zijn.

Heuma Services BV is een zeer hoogwaardig bedrijf, dat in de loop der tijd een opmerkelijke positie heeft opgebouwd. Absoluut een specialist op haar vakgebied. Gedrevenheid, innovatievermogen, durf en visie, plus een 100% focus op de klant maken van Heuma Services BV een absolute topper in haar wereld.

Als werkgever onderscheidt Heuma Services BV zich met name door haar gerichte aannamebeleid en het vertrouwen en de verantwoordelijkheid die zij haar medewerkers geeft, en die voor een zeer laag personeelsverloop en ziekteverzuim zorgdragen.

De Nominatiecommissie is van mening dat Heuma Services op basis van die gronden uitgeroepen kan worden als Best Presterende Werkgever in de Technische Uitzendbureaubranche.

Heuma Services BV is de Best Presterende Werkgever 2016 in de Technische Uitzendbureaubranche

Toelichting op de beslissing van de commissie

Profiel Heuma Services BV- beschrijving activiteiten

Heuma Services BV heeft zich in de loop der tijd ontwikkeld tot een toonaangevend bedrijf op het gebied van uitzendactiviteiten in de technische sector, met een zeer sterke positionering. Het bedrijf heeft grote kennis en ervaring op haar vakgebied en heeft inmiddels een uitstekende reputatie opgebouwd. Het wordt algemeen als een van de beste en meest vooruitstrevende bedrijven op dit gebied gezien en weet haar grote knowhow en haar innovatieve aanpak uitstekend met elkaar te combineren, waardoor zij een zeer grote mate van tevredenheid bij haar klanten weet te bereiken.

Opmerkelijk Onderscheidend Vermogen

Heuma Services heeft zich gespecialiseerd als uitzendbureau voor de technische sector en is voor veel bedrijven het verlengstuk van hun personeelsafdeling geworden, temeer omdat men een totaalpakket biedt, inclusief payrolling, HRM-advies, werving & selectie etc. Door haar grote kennis van de technische sector weet men precies hoe het er in dergelijke bedrijven aan toe gaat. En door zich oprecht in een bepaald bedrijf te verdiepen, weet men precies wat voor soort bedrijf het is, en wat voor mensen het zoekt.

Omdat Heuma veel knowhow heeft van de technische sector en op de hoogte is van de heersende wet- en regelgeving, weet zij haar klant altijd uitstekend en naar volle tevredenheid te helpen. Mede door een zeer klantgerichte houding en een attitude om problemen niet uit de weg te gaan, maar als een uitdaging te zien, weet men in vrijwel alle situaties tot een voor beide partijen tot (grote) tevredenheid strekkende oplossing te komen.



Heuma stelt zich tot doel om mensen en organisaties met hun groei te helpen door middel van kennis en het aandragen van oplossingen. Hiermee wordt dit collectieve doel bereikt.

De levenskwaliteit van de door Heuma uitgezonden medewerkers staat bij Heuma torenhoog op nummer één op de prioriteitenlijst. De constante groei en verbeteringen in de werkprocessen is het dagelijkse credo waarmee Heuma zich binnen haar branche een excellente werkgever toont. Belangrijke kernwaarden daarbij zijn: integriteit, groei, harmonie, respect, plezier, avontuur en moed. Heuma heeft de overtuiging op deze wijze het beste van haarzelf te geven en ook haar medewerkers het best denkbare platform te verschaffen op met een hoog welzijnsgevoel hun werk te kunnen uitvoeren.

Anders gezegd: Heuma zorgt heel erg goed voor haar mensen, want dan zorgen die mensen goed voor haar klanten. En dan zorgen de klanten ook weer goed voor Heuma....

In voorkomende gevallen gaat de directie van Heuma ook wel eens undercover naar een opdrachtgever om goed te ervaren hoe een door Heuma uitgezonden medewerker het werk moet doen. Dat geeft toch op een speciale wijze aan hoe betrokken Heuma is bij haar verantwoordelijkheid als werkgever.

Met zo'n 70 medewerkers toont Heuma zich een geweldige werkgever. De ambitie van Heuma is welhaast grenzeloos te noemen, in alle opzichten is zij een outperformer die zich realiseert dat de medewerkers het daadwerkelijke kapitaal van de onderneming vertegenwoordigen, en die dus de meer dan terechte winnaar is van de award voor Best Presterende Werkgever in deze branche!

Positie in de markt

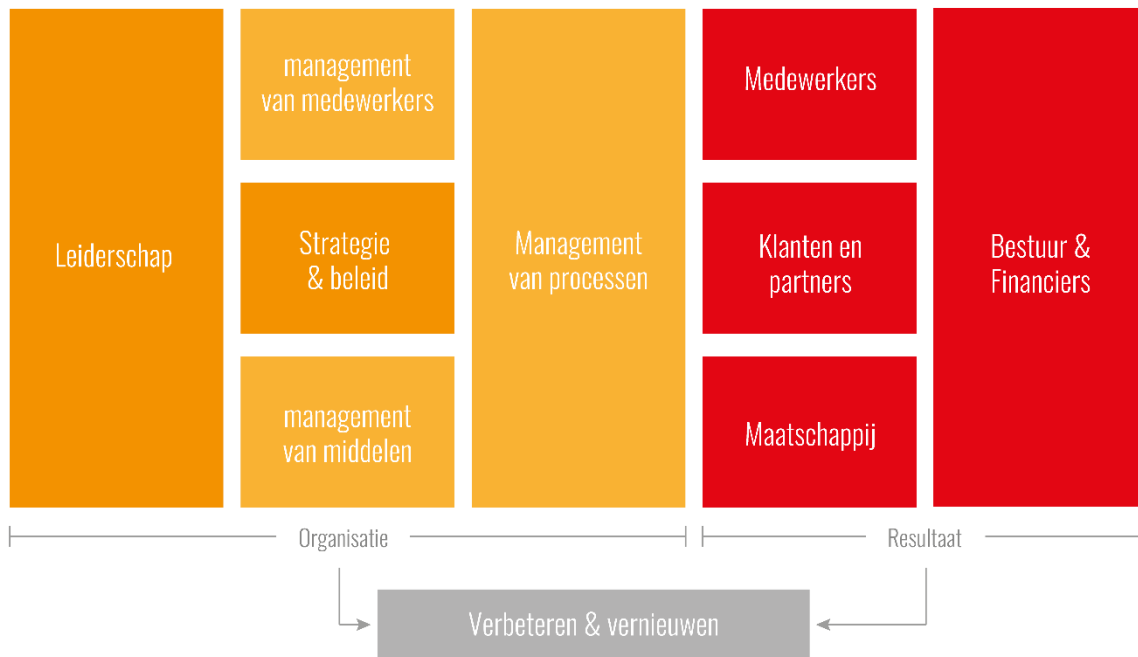
Heuma Services BV is opgericht in 2010 en is gevestigd in Amersfoort. Het heeft circa 70 medewerkers en is internationaal actief.

Het bedrijf valt op bij de Nominatiecommissie door de uitstekende reputatie die het in de branche heeft. In een markt die continu in beweging is, weet Heuma Services BV door zijn vooruitstrevende instelling uitstekend te anticiperen op de laatste nieuwe trends en ontwikkelingen en is het zijn concurrenten vaak een slag voor.

De Nominatiecommissie ziet in Heuma Services BV een stabiele, vooruitstrevende onderneming die naar verwachting in de toekomst nog veel successen kan behalen binnen de markt.



INK-model



Het INK Model onderscheidt 5 fundamentele kenmerken ten aanzien van succes:

1. Leiderschap met lef

De leiding bepaalt op basis van externe en interne informatie een uitdagende koers, draagt deze uit, motiveert, luistert, gaat de consequenties – ook voor zichzelf – niet uit de weg, is integer en houdt vol.

2. Resultaatgerichtheid

De leiding stuurt op de toegevoegde waarde van de verrichte inspanningen en houdt de waardering door de verschillende groepen belanghebbenden (klanten, leverancier, partners, medewerkers, bestuur, financiers en maatschappij) in balans.

3. Continu verbeteren

Gemeten resultaten worden systematisch vergeleken met de, van de visie afgeleide, doelstellingen. Trends en afwijkingen worden geanalyseerd en leiden tot duurzame verbeteringen. De leiding stimuleert medewerkers om innovatieve oplossingen aan te dragen en kennis uit te wisselen.

4. Transparantie

Processen, hun onderlinge relaties en prestatie-indicatoren zijn vastgelegd en gecommuniceerd naar belanghebbenden. Taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden zijn bekend. Kosten en baten zijn per proces(onderdeel) te meten en iedere werknemer kent zijn bijdrage aan het eindresultaat.

5. Samenwerking

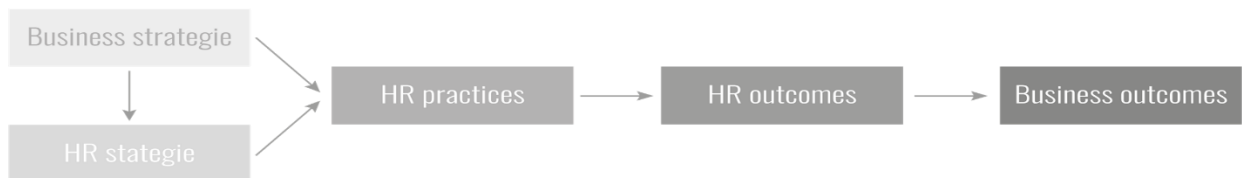
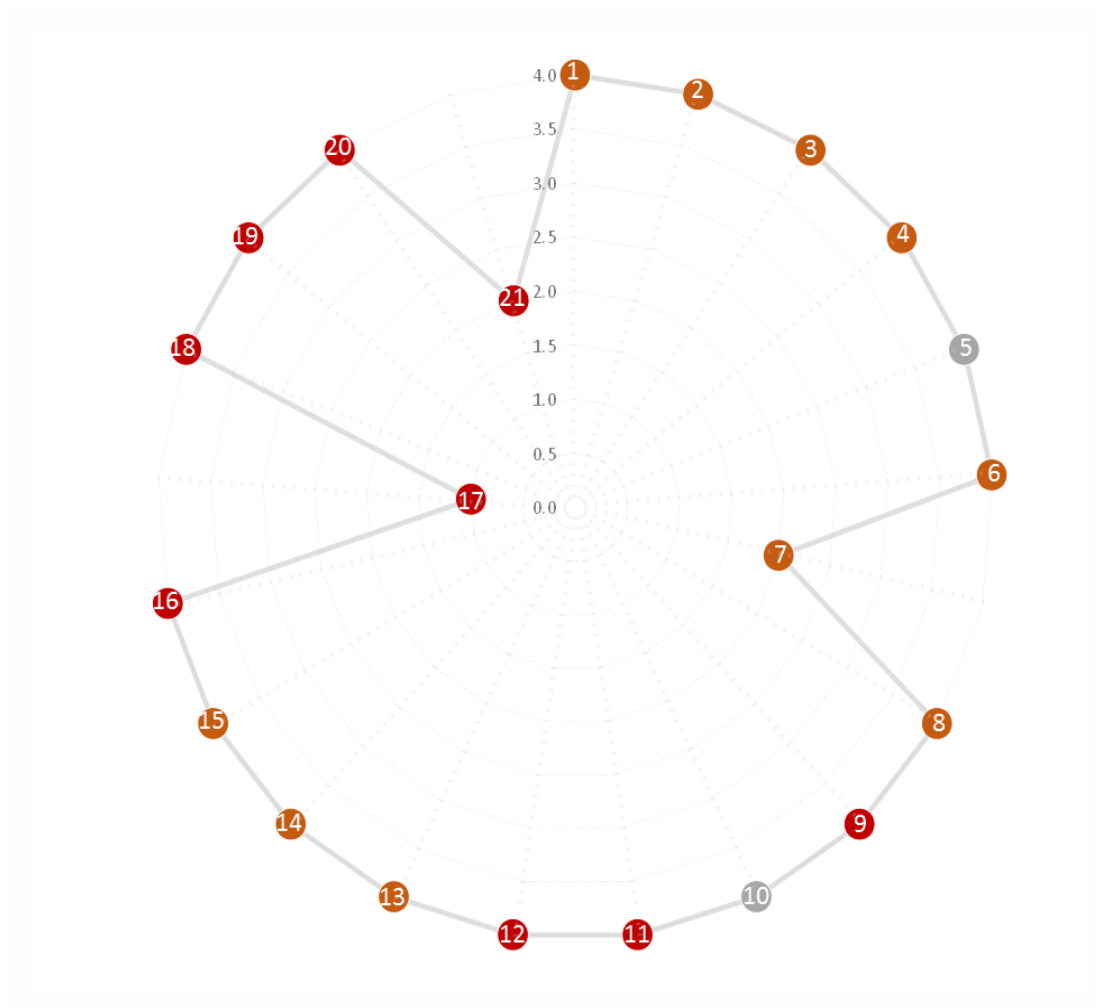
Management en medewerkers werken op een professionele manier samen, waarbij persoonlijke doelen en organisatiedoelen op elkaar zijn afgestemd. Bureaucratische structuren zijn afgebroken. Met partners in netwerken wordt gezicht naar maximale toegevoegde waarde voor het geheel.



1. Heeft de leiding van de organisatie een duidelijke visie over de vraag waar de organisatie over drie jaar hoort te staan?	4
2. Is deze visie gebaseerd op een gedegen kennis van de markt en op een grondige analyse van de concurrentie, van de samenwerkingsverbanden en van de toepasbare technologie?	4
3. Spant de leiding zich persoonlijk en zichtbaar in om zowel medewerkers, partners en klanten te betrekken bij het formuleren van de strategie en het beleid van de organisatie?	4
4. Komen verbeterideeën uit alle lagen van de organisatie en worden leveranciers, klanten en partners ook gestimuleerd met verbeterideeën te komen?	4
5. Wordt systematisch gemeten bij de verschillende groepen belanghebbenden (de stakeholders) hoe zij de activiteiten van de organisatie waarderen? En worden de uitkomsten van de meting aantoonbaar gebruikt om het beleid tijdig bij te stellen?	4
6. Hanteert de organisatie maatstaven om de efficiency te kunnen meten (zoals bestede tijd versus normtijd, bezettingsgraad, doorlooptijd, directe/indirecte uren)?	4
7. Worden deze metingen systematisch gebruikt om de efficiency van de organisatie te verbeteren?	2
8. Blijkt uit diverse metingen dat het met uw organisatie steeds beter gaat?	4
9. Worden interne stafdiensten en ondersteunende diensten als interne leverancier behandeld en wordt hun prestatie door de interne klant gemeten?	4
10. Is er een manier gevonden om te voorkomen dat eenzelfde fout een tweede keer wordt gemaakt?	4
11. Worden de financiële doelstellingen gerealiseerd (omzet, marge, solvabiliteit, toegevoegde waarde, enz.)?	4
12. Presteert uw organisatie op grond van deze maatstaven beter dan uw twee grootste concurrenten?	4
13. Zijn de financiële positie en het financieel beleid zodanig dat organisatiedoelen gerealiseerd kunnen worden?	4
14. Is er een systeem om per proces te bepalen welke activiteiten beter uitbesteed kunnen worden?	4
15. Is er voldoende (aandacht voor) kennismanagement vanuit het besef dat kennis een belangrijke financiële waarde vertegenwoordigt?	4
16. Worden er interne metingen verricht om de relatie met de klant te evalueren? Denk hierbij aan reactietijd, aandeel nieuwe klanten, verloren opdrachten, retouren, klachten e.d.	4
17. Voert de organisatie regelmatig een extern onderzoek uit naar de klanttevredenheid? En worden deze resultaten ook gebruikt voor aanpassingen van beleid?	2
18. Is er beleid voor MVO en worden gestelde doelen gerealiseerd?	4
19. Leiden contacten met klanten, leveranciers en partners tot aantoonbare verbeteringen voor de eigen organisatie ten aanzien van de samenwerking en de kwaliteit van producten/diensten? Zijn er voorbeelden te geven?	4
20. Kan de organisatie bogen op een goede reputatie in de maatschappij? En kan dat worden aangetoond?	4
21. Zijn er informatiesystemen van uw organisatie afgestemd op die van leveranciers en afnemers om sneller, goedkoper en met minder fouten te kunnen werken?	2



■ Organisatie ■ Resultaat ■ Verbeteren & vernieuwen





Het HR-model

Het HR Model omschrijft 4 dimensies die bijdragen aan organisatie succes:

1. Business strategie

De business strategie is op die manier ingericht dat deze ervoor zorgt dat het beste uit medewerkers kan worden gehaald. Efficiënt en effectief kunnen werken en de medewerkers op de beste manier inzetten zijn hierbij belangrijke parameters.

2. HR strategie

De HR strategie draagt bij aan het optimaal benutten van het potentieel van de medewerkers. Pijlers in het beleid die hieraan bijdragen zijn gericht op inzetbaarheid van de medewerkers in de organisatie en de betrokkenheid van de medewerkers.

3. HR practices

De inrichting van het HR beleid stelt de organisatie in staat de medewerkers een zo prettig mogelijke werkomgeving te bieden. Het gaat binnen HR practices daarom voornamelijk om de manier waarop de organisatie thema's als verzuim, werkdruk en vitaliteit tot uiting brengt.

4. HR outcomes

Organisaties die bovenstaande drie dimensies succesvol weten in te richten en toe te passen zijn in staat om de outcomes positief te beïnvloeden. De uitkomsten vertalen zich naar tevreden, loyale, betrokken en bevroegen medewerkers.

Organisatiebeleid	
22. Worden medewerkers door de organisatiemissie en -visie geraakt en/of verbonden?	4
23. Zorgt het organisatiebeleid voor trots?	4
24. Is het organisatiebeleid gericht op bekendheid van de organisatie en positieve reputatie?	4
25. Is het organisatiebeleid gericht op een positief arbeidsmarktimage?	4
Organisatiekwaliteit	
26. Is het organisatiebeleid gericht op baanzekerheid?	4
27. Is het organisatiebeleid gericht op een betere organisatie (efficiënter werken)?	4
28. Is het organisatiebeleid gericht op een leukere organisatie (effectiever werken: middelen, samenwerking)?	4
29. Is het organisatiebeleid erop gericht om de juiste medewerkers op de juiste plek te krijgen?	4
HR-beleid	
30. Is het organisatiebeleid gericht op continu goede instroom?	4
31. Is het organisatiebeleid gericht op voortdurende ontwikkeling van medewerkers en bieden van perspectief?	4
32. Is het organisatiebeleid gericht op talentontwikkeling?	4
33. Is het organisatiebeleid gericht op specifieke doelgroepen (ouderen, parttimers)?	4
Organisatieinspraak	
34. Betreft de organisatie medewerkers en geeft men inspraak bij het ontwikkelen van het strategisch beleid?	4
35. Betreft de organisatie medewerkers bij het neerzetten van een unieke cultuur en kernwaarden?	4
36. Betreft de organisatie medewerkers bij het verbeteren van de organisatie?	4
37. Betreft de organisatie medewerkers bij innovatie en ontwikkeling?	4
HR-Ontwikkelbeleid	
38. Is het organisatiebeleid gericht op het voortdurend verlagen van het verzuim?	4
39. Is het organisatiebeleid gericht op vermindering van de werkdruk?	4
40. Is het organisatiebeleid gericht op het vergroten van de vitaliteit?	2
41. Is het organisatiebeleid gericht op het vergroten van de duurzame inzetbaarheid?	4
Medewerkerresultaat	
42. In hoeverre haalt de organisatie het beste uit haar medewerkers?	4
43. In hoeverre zorgt de organisatie voor zeer tevreden medewerkers?	4
44. In hoeverre zorgt de organisatie voor zeer loyale medewerkers?	4
45. In hoeverre heeft de organisatie zeer betrokken en bevroegen medewerkers?	4
Organisatieresultaat	
46. Is de organisatie zeer onderscheidend?	4
47. Heeft de organisatie zeer tevreden en loyale klanten?	4
48. Presteert de organisatie beter dan haar concurrenten?	4
49. Groeit de organisatie jaarlijks sterk? (>10%)	4

