

# Simac pakt de regie

17-06-2022 03:50



**Simac werkt hard aan een nieuwe strategie. Die moet een nieuwe fase inleiden, waarin het bedrijf meer dan voorheen de regie wil pakken. Directieleden Maartje van Schagen en Peter Aalbers vertellen over de boodschap van zowel klanten als medewerkers en over het maken van keuzes. “Klanten en medewerkers willen weten waar wij voor staan.”**

Peter Aalbers is het nieuwe gezicht in de directie van Simac IT NL. Hij is afkomstig van KPN, waar hij 28 jaar lang verschillende rollen en verantwoordelijkheden heeft ingevuld. In die tijd maakte hij al kennis met zijn nieuwe werkgever. Aalbers: “Ik kende Simac van een samenwerking voor een gemeenschappelijke klant. Daarnaast wist ik dat Simac een geduchte concurrent is van grote, internationaal opererende IT-dienstverleners die vaak als afstandelijk en log worden betiteld. Anders dan deze vaak beursgenoteerde bedrijven was Simac de wendbare, benaderbare partij die de couleur locale inbracht.”

## **Waarom heb je de overstap naar Simac gemaakt?**

*Aalbers:* “Toen ik besloot KPN te verlaten, ben ik op zoek gegaan naar een nieuwe werkgever met een focus op de lange termijn en op de mens en zonder een notering aan de beurs. Dat Simac een familiebedrijf is waarin de menselijke maat vooropstaat, spreekt mij zeer aan. Dan gaat het om de warmte die voelbaar is binnen Simac, maar ook het idee van ‘work hard, play hard’. Dat Simac maar één aandeelhouder heeft, zorgt voor een totaal andere dynamiek dan bij een beursgenoteerde onderneming. Die aandeelhouder is de familie Van Schagen, die

zegt dat Simac er niet is voor de familie maar dat de familie er is voor Simac. Dat zie je terug in de focus op klanttevredenheid en medewerkerstevredenheid. Wat je in die boodschap niet hoort, zijn rendementseisen of winstmaximalisatieprincipes. De overtuiging is dat het rendement vanzelf volgt als klanten en medewerkers tevreden zijn. Dat zie je iedere dag terug in de sturing.”



Peter Aalbers, directielid, Simac IT NL:

**“Klanten willen een IT-partner die hen meeneemt op die ongelooflijk ingewikkelde reis van digitalisering.”**

#### **Wat biedt Peter wat Simac nodig heeft?**

*Van Schagen:* “Simac heeft een levendige historie van vijftig jaar met als belangrijke mijlpaal het moment dat we het bedrijf weer van de beurs hebben gehaald. Nu Simac is uitgegroeid tot een stabiel bedrijf met een mooi klantenbestand dat al jarenlang een goed resultaat draait, wordt het tijd om de bakens te verzetten. Daarbij vind ik een frisse blik van ‘buiten’ dringend gewenst. Zonder een blik van buiten ontstaat het risico op een tunnelvisie. Daarom heb ik erop aangedrongen om kennis en ervaring van buiten naar binnen te halen. Die vinden we bij Peter. Hij heeft brede kennis van de markt en ons portfolio, en veel ervaring in het aansturen van grotere organisaties. Bovendien kan hij de boel in beweging krijgen.”

#### **Waar komt de behoefte om in beweging te komen vandaan?**

*Van Schagen:* “Van zowel onze klanten als onze medewerkers. Zij hebben ons een spiegel voorgehouden. Zij hebben duidelijk laten weten dat ze behoefte hebben aan meer duidelijkheid. Waar staat Simac voor? Wat wil Simac betekenen voor klanten, voor medewerkers en voor de maatschappij? Wij zijn druk bezig om een nieuwe strategie te formuleren. Daarbij is de hulp van Peter erg waardevol.”

#### **Waarom is een nieuwe strategie nodig?**

*Aalbers:* “Ik heb Simac leren kennen als een uiterst hulpvaardige, maar voornamelijk vraaggestuurde en wellicht wat afwachtende organisatie. Wat klanten vroegen, leverde Simac. En meestal ook nog net wat meer. Vandaag de dag hebben klanten behoefte aan een IT-partner die hen bij de hand neemt. Zij willen een partner die hen helpt tijdens die ongelooflijk ingewikkelde reis richting een digitale bedrijfsvoering. Zij willen weten wat Simac op dat vlak te bieden heeft.”

*Van Schagen:* “Wij merken dat klanten ons steeds vaker vragen om de regie te pakken. Dat vraagt om een stukje expertise, maar ook een stukje standaardisatie in het aanbod van producten en diensten. Tegelijkertijd hebben we vaak te maken met maatwerk om onze klanten, ieder met hun eigen uitdagingen, verder te helpen.

Daar moeten we de juiste balans in zien te vinden om relevant en succesvol te blijven.”

*Aalbers:* “Klanten snappen dat ze ons kunnen bellen met elk vraagstuk. Maar de vraag is waar onze expertise écht ligt. Op die vraag proberen we momenteel een antwoord te formuleren.”



Maartje van Schagen, directielid,  
Simac IT NL:

**“Binnen Simac moeten we ons blijven verdiepen in de echte behoefte van de klant.”**

#### **Strategie is een kwestie van keuzes maken.**

*Aalbers:* “Zeker, we moeten duidelijkere keuzes maken. Een aantal markten liggen ons van nature erg goed, gegeven de competenties en de ervaring die we hebben. Maar andere markten passen daar misschien minder goed bij. Maartje van Schagen, directielid, Simac IT NL: “Zowel klanten als medewerkers hebben ons een spiegel voorgehouden. Zij willen weten waar Simac voor staat.” Daarnaast: de hele IT-markt in Nederland is circa 12 miljard euro groot. Daarvan komt grofweg 2 tot 3 miljard van kleine bedrijven en 2 tot 3 miljard van grote organisaties zoals overheden en multinationals. Willen wij echt actief worden in dat laatste marktsegment waarin de grote, wereldwijd opererende IT-dienstverleners elkaars concurrenten zijn? Dan kunnen we ons beter richten op die grote middenmarkt met kleinere, vaak niet-beursgenoteerde familiebedrijven. Dat is een prachtige markt die veel beter bij ons past.”

#### **Wat betekent dit voor de toekomst?**

*Van Schagen:* “De komende jaren ligt de focus echt op klanttevredenheid en op medewerkerstevredenheid. Als onze klanten blij zijn, blijven ze onze klant en krijgen we er meer klanten bij. En als onze medewerkers blij zijn, blijven ze bij ons werken. Gezien de huidige arbeidsmarkt willen we onze mensen graag behouden. Dat is de wijze waarop wij de continuïteit kunnen waarborgen en groeien.”

*Aalbers:* “Dat betekent niet dat wij een bedrijf willen zijn van pappen en nathouden. Wij hebben wel degelijk ambitie. In de focusmarkten willen we de beste zijn. Door te vertellen waar we voor staan en waar we naartoe gaan en dat vervolgens waar te maken.”

#### **Groei is dus geen doel op zich, maar het resultaat van de strategie**

*Aalbers:* “We hebben in de IT-sector vaak genoeg gezien dat bedrijven een concurrent overnemen om marktaandeel te kopen. Maar wat schieten klanten en medewerkers daarmee op? Meestal niets.”

*Van Schagen:* “Wij spreken vaak over de drie W's van Simac: Warmte, Wendbaarheid en Waarde. De warmte zit

in ons, die blijven we koesteren. Wij willen de regierol pakken die klanten ons geven, maar tegelijkertijd ook die wendbare, flexibele en klantgerichte partner blijven. En wij willen groeien, maar alleen als die groei waarde oplevert voor klanten en medewerkers.”

[Kom meer te weten over Simac](#)