



sound of data

TURNING DATA INTO BUSINESS IMPACT

STAGEOPDRACHTEN



NAAM: Thijn van Loo



OPLEIDING: ORM jaar 1



STAGEBEDRIJF: Sound Of Data



PERIODE: 18 mei tot 12 juni

Titelblad

Stageopdrachten

Thijn van Loo 1122828

Ondernemerschap en retailmanagement 1h

Stage bedrijf: Sound of Data

Rotterdam Business School

Stagebegeleider: Menno Leenart

Stageperiode: 18 mei – 12 juni

Inleverdatum: 10 juni

Voorwoord

Voor je ligt mijn verslag van de stageopdrachten die ik heb gemaakt tijdens mijn stage bij Sound of Data. Deze stage heb ik gelopen in het eerste jaar van de opleiding Ondernemerschap & Retail Management aan de Hogeschool Rotterdam. Mijn stageperiode liep van 18 mei tot en met 12 juni.

Tijdens mijn stage heb ik vooral meegekeken binnen de afdelingen marketing en sales. Hierdoor heb ik een beter beeld gekregen van hoe het er in een bedrijf aan toegaat en hoe verschillende afdelingen met elkaar samenwerken. Ook heb ik gesprekken gevoerd met medewerkers en klanten om meer informatie te verzamelen voor mijn opdrachten. In dit verslag werk ik onder andere het 7S-model van McKinsey uit voor Sound of Data. Hierbij kijk ik naar de strategie, systemen, staff, structuur, skills, stijl en shared values van het bedrijf. Daarnaast kijk ik ook terug op mijn eigen ontwikkeling tijdens het eerste jaar van mijn opleiding.

Door deze stage heb ik beter kunnen ontdekken welke werkzaamheden binnen een bedrijf mij aanspreken. Ook heb ik meer geleerd over marketing, sales, samenwerking tussen afdelingen en het gebruiken van AI binnen een organisatie.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inleiding	5
Hoofdstuk 1: 7S model invullen voor Sound of Data	6
<i>Strategie</i>	6
<i>Systemen</i>	8
<i>Staff</i>	10
<i>Structuur</i>	12
<i>Skills</i>	14
<i>Stijl</i>	16
<i>Shared value</i>	17
Hoofdstuk 2: Reflectieopdracht	19
Conclusies	22
Aanbevelingen	23
Bijlage 1: Evaluatie	24
Bijlage 2: Uitwerking feedresearch	25
Bijlage 3: Klanttevredenheidsonderzoek	26

Inleiding

In dit verslag werk ik mijn stageopdrachten uit die ik heb gemaakt tijdens mijn stage bij Sound of Data. Sound of Data is een bedrijf dat zich bezighoudt met klantcontact, bereikbaarheid, telefonie en slimme communicatieoplossingen. Tijdens mijn stage heb ik meegekeken binnen verschillende afdelingen en onderzocht hoe het bedrijf intern in elkaar zit.

Het eerste onderdeel van dit verslag is een analyse van Sound of Data aan de hand van het 7S-model van McKinsey. Met dit model kijk ik naar zeven onderdelen van een organisatie: strategie, systemen, staff, structuur, skills, stijl en shared values. Door deze onderdelen uit te werken, krijg je een beter beeld van hoe Sound of Data werkt en hoe de verschillende onderdelen binnen het bedrijf met elkaar verbonden zijn.

Voor deze analyse heb ik gebruikgemaakt van informatie uit het bedrijf, gesprekken met medewerkers, mijn eigen ervaringen tijdens de stage en een aantal korte onderzoeken. Zo heb ik gekeken naar de systemen die worden gebruikt, de samenwerking tussen afdelingen, de leiderschapsstijl en de tevredenheid van medewerkers en klanten.

Naast de 7S-analyse bevat dit verslag ook een reflectieopdracht. Hierin kijk ik terug op mijn eerste jaar van de opleiding Ondernemerschap & Retail Management en op wat ik tijdens mijn stage heb geleerd.

Hoofdstuk 1: 7S model invullen voor Sound of Data

In dit hoofdstuk wordt Sound Of Data geanalyseerd aan de hand van het 7S-model van McKinsey. Met dit model wordt gekeken naar de interne organisatie van het bedrijf en hoe de verschillende onderdelen met elkaar samenwerken. Tijdens mijn stage heb ik verschillende afdelingen binnen het bedrijf kunnen observeren en deze ervaringen gebruik ik als basis voor deze analyse.

Strategie

De huidige strategie van Sound of Data is gericht op het leveren van betrouwbare, veilige en klantgerichte oplossingen voor complexe klantinteractie. Het bedrijf is begonnen met telefonieoplossingen en is inmiddels uitgegroeid tot een specialist in internationale telefonie, intelligente routing, SIP, BYOC, contactcenterplatforms en conversational- en CX-toepassingen.

De missie van Sound of Data is: “Bereikbaarheid opnieuw uitvinden: geautomatiseerd waar het kan, persoonlijk waar het moet.” Hiermee bedoelt het bedrijf dat technologie wordt ingezet om klantcontact slimmer en efficiënter te maken, maar dat persoonlijk contact belangrijk blijft. Vooral bij urgente, complexe of gevoelige situaties blijft voice een belangrijk kanaal.

Sound of Data positioneert zich daarom niet als algemene omnichannel-leverancier, maar als specialist in voice-led customer interaction. Kanalen zoals chat, e-mail en messaging kunnen wel onderdeel zijn van de klantreis, maar ondersteunen vooral de voice-oplossingen. De kracht van Sound of Data ligt vooral in internationale en complexe telefonie, waarbij bereikbaarheid, compliance, routingkwaliteit, rapportages en betrouwbaarheid belangrijk zijn.

Daarnaast speelt veiligheid en kwaliteit een grote rol binnen de strategie. Sound of Data werkt met ISO 9001 voor kwaliteitsmanagement en ISO 27001 voor informatiebeveiliging. Dit sluit aan bij de dienstverlening, omdat klanten moeten kunnen vertrouwen op veilige, stabiele en professionele klantcontactoplossingen.

Ook is Sound of Data onderdeel van de KPN-groep. Hierdoor kan het bedrijf gebruikmaken van de schaal, netwerktoegang en betrouwbaarheid van KPN. Tegelijkertijd behoudt Sound of Data haar eigen specialistische kennis en flexibiliteit, zodat het maatwerk kan blijven leveren bij complexe klantvragen.

Samengevat richt de huidige strategie van Sound of Data zich op het versterken van haar positie als specialist in betrouwbare, veilige en internationale voice-led klantinteractie.

Onderzoek

Om te onderzoeken hoe deze strategie tot uiting komt binnen het bedrijf, heb ik gekeken naar mijn eigen ervaringen tijdens de stage en gesprekken gevoerd met medewerkers. Hieruit kwam naar voren dat klantgerichtheid, betrouwbaarheid en meedenken met de klant duidelijk terugkomen in de dagelijkse werkzaamheden. Wanneer een klant een vraag of probleem heeft, wordt er vaak afgestemd tussen verschillende afdelingen, zoals sales, operations, support en development. Hierdoor wordt er niet alleen gekeken naar wat technisch mogelijk is, maar vooral naar welke oplossing het beste past bij de klant.

Ook de focus op veiligheid en kwaliteit is zichtbaar in de manier van werken. Medewerkers maken gebruik van vaste systemen, processen en documentatie om klantvragen zorgvuldig op te pakken. Hierdoor blijft het werk controleerbaar en kunnen klanten vertrouwen op een professionele en betrouwbare dienstverlening. De strategie is dus niet alleen zichtbaar in wat Sound of Data aanbiedt, maar ook in de manier waarop medewerkers samenwerken en klantvragen behandelen.

Advies

Voor de komende jaren zou Sound of Data gebruik kunnen blijven maken van het model van Treacy en Wiersema. Binnen dit model past Sound of Data vooral bij customer intimacy. Dit houdt in dat het bedrijf zich richt op een sterke klantrelatie, klanttevredenheid en oplossingen die goed aansluiten op de behoefte van de klant.

De afgelopen jaren heeft Sound of Data zich steeds meer gericht op het leveren van de beste oplossing voor de klant. Dit sluit goed aan bij de huidige strategie, waarin betrouwbaarheid, veiligheid, service en persoonlijk contact centraal staan. De basis van de dienst, zoals telefonie en bereikbaarheid, kan door meerdere bedrijven worden aangeboden. Hierdoor kan dit voor klanten snel aanvoelen als een commodity, waarbij prijs en service een belangrijke rol spelen.

Mijn advies is daarom om de focus op customer intimacy vast te houden en verder te versterken. Sound of Data kan zich onderscheiden door niet alleen een technische oplossing te leveren, maar ook door mee te denken met de klant, snel te schakelen en verantwoordelijkheid te nemen voor de volledige klantcontactketen. Door de dienstverlening nog meer af te stemmen op de wensen en behoeften van klanten, kan Sound of Data de klanttevredenheid verhogen en langdurige klantrelaties verder versterken.

Systemen

Binnen Sound of Data gebruiken de verschillende afdelingen meerdere systemen. Welke systemen worden gebruikt, hangt af van de werkzaamheden van de afdeling. Sommige systemen worden door bijna iedereen gebruikt, terwijl andere systemen vooral bij een specifieke afdeling horen.

Algemeen gebruikte systemen

Bijna alle afdelingen maken gebruik van Microsoft 365, Slack en Confluence. Microsoft 365 wordt gebruikt voor e-mail, agenda's, documenten, Teams, SharePoint en OneDrive. Slack wordt gebruikt voor snelle interne communicatie tussen collega's en afdelingen. Confluence wordt gebruikt om interne informatie, handleidingen, processen en afspraken vast te leggen. Hierdoor kunnen medewerkers belangrijke informatie makkelijk terugvinden.

Marketing

De marketingafdeling gebruikt vooral HubSpot. Dit systeem wordt gebruikt voor marketingactiviteiten, klantinformatie, leads en campagnes. Hierdoor kan marketing overzicht houden op commerciële acties en communicatie richting klanten of potentiële klanten.

Sales

Sales gebruikt ook vooral HubSpot. Dit systeem helpt bij het beheren van klantcontacten, leads en verkoopkansen. Daarnaast kan sales hierin bijhouden met welke klantencontact is geweest en welke acties nog openstaan.

Development

Development maakt vooral gebruik van Microsoft Azure DevOps, Jira, AWS, Microsoft Azure, RabbitMQ, Seq, Proxmox en Microsoft Hyper-V. Deze systemen worden gebruikt voor softwareontwikkeling, projecttaken, cloudomgevingen, logging, foutopsporing en technische ondersteuning.

Operations

Operations gebruikt onder andere Jira, HubSpot, PortaOne, PortaBilling, VoIPmonitor en PRTG Network Monitor. Deze systemen helpen bij klantvragen, support, telecombeheer, monitoring en het controleren van de kwaliteit van verbindingen.

Finance

Finance gebruikt vooral Exact Online, Zenvoices Invoicing en Greydon CreditSafe. Exact Online wordt gebruikt voor boekhouding en financiële administratie. Zenvoices Invoicing helpt bij het verwerken van inkomende facturen. Greydon CreditSafe wordt gebruikt om financiële risico's en kredietinformatie van bedrijven te bekijken.

HR

HR gebruikt vooral Nmbros en Visma Verzuim. Nmbros wordt gebruikt voor salarisadministratie en personeelszaken. Visma Verzuim wordt gebruikt voor ziekmeldingen en verzuimbeheer.

Samengevat gebruikt Sound of Data algemene systemen voor communicatie en kennisdeling, en daarnaast afdelingsspecifieke systemen die aansluiten bij de werkzaamheden van elke afdeling. Hierdoor kunnen medewerkers efficiënter werken en blijft informatie beter georganiseerd.

Onderzoek

Om een beter beeld te krijgen van de systemen binnen Sound of Data, heb ik met verschillende medewerkers gesproken. Omdat iedere afdeling andere werkzaamheden heeft, gebruikt niet iedereen dezelfde systemen.

Uit de gesprekken kwam naar voren dat HubSpot voor operations en support nog overzichtelijker en makkelijker in gebruik kan worden gemaakt. Mijn advies is daarom om HubSpot verder te optimaliseren voor deze afdelingen. Hierdoor kunnen medewerkers sneller klantinformatie vinden, openstaande acties beter opvolgen en efficiënter samenwerken.

Advies

Uit deze gesprekken kwam naar voren dat HubSpot voor operations en support nog overzichtelijker en gebruiksvriendelijker ingericht kan worden. Mijn advies is daarom om HubSpot verder te optimaliseren voor deze afdelingen. Wanneer het systeem duidelijker wordt ingericht, kunnen medewerkers sneller klantinformatie terugvinden, openstaande acties beter opvolgen en makkelijker samenwerken.

Dit kan zorgen voor meer efficiëntie, minder dubbel werk en een betere ondersteuning richting klanten. Vooral omdat Sound of Data veel waarde hecht aan klantgericht werken en betrouwbare service, kan een overzichtelijker HubSpot-systeem bijdragen aan een professionelere en snellere afhandeling van klantvragen.

Staff

Voor dit onderzoek heb ik samen met een collega een medewerkerstevredenheidsonderzoek opgesteld. Het doel hiervan was om een beter beeld te krijgen van hoe medewerkers hun werk, de samenwerking en de werkomgeving binnen Sound of Data ervaren. De vragenlijst is anoniem ingevuld, zodat medewerkers eerlijk hun mening konden geven. De uitkomsten gebruik ik voor mijn stageopdracht, maar ze kunnen ook intern worden gebruikt om inzicht te krijgen in de tevredenheid van medewerkers.

De belangrijkste uitkomsten van het medewerkerstevredenheidsonderzoek zijn:

Vraag	Gemiddelde score
Ik weet wat er van mij verwacht wordt	4,54/ 5
Ik heb de juiste materialen en middelen	4,54/ 5
Mijn voortgang wordt besproken	4,38/ 5
Mijn mening telt mee	4,31/ 5
Collega's leveren kwaliteitswerk	4,31/ 5
Ik krijg kansen om te leren en te groeien	4,31/ 5
Ik krijg erkenning voor goed werk	4,00/ 5
De missie maakt mijn werk belangrijk	3,85/ 5
Ontwikkeling wordt aangemoedigd	3,85/ 5
Werk-privébalans is bespreekbaar	3,85/ 5

Uit het medewerkerstevredenheidsonderzoek komt naar voren dat medewerkers over het algemeen tevreden zijn over het werken bij Sound of Data. De hoogste scores zijn te zien bij de vragen: "Ik weet wat er op het werk van mij verwacht wordt" en "Ik heb de materialen en gereedschappen die ik nodig heb om mijn werk goed uit te voeren." Beide vragen scoren gemiddeld een 4,54 van de 5. Dit laat zien dat medewerkers duidelijkheid ervaren in hun werk en de juiste middelen hebben om hun werkzaamheden goed uit te voeren.

Ook valt op dat medewerkers positief zijn over de kwaliteit van hun collega's. De vraag of collega's vastbesloten zijn om kwaliteitswerk af te leveren scoort gemiddeld een 4,31 van de 5. Daarnaast geven medewerkers aan dat er rekening wordt gehouden met hun mening en dat zij kansen krijgen om te leren en te groeien. Ook deze onderdelen scoren gemiddeld een 4,31 van de 5.

De onderdelen die iets lager scoren, zijn het aanmoedigen van ontwikkeling, het belang van de missie of doelstelling en het open bespreken van de werk-privébalans. Deze onderdelen scoren gemiddeld een 3,85 van de 5. Dit is nog steeds een voldoende score, maar het laat wel zien dat deze punten minder sterk naar voren komen dan de andere onderdelen.

In de open antwoorden werd onder andere genoemd dat de missie en doelstelling nog eens goed onder de aandacht gebracht kunnen worden. Ook kwam naar voren dat Sound of Data veel vrijheid geeft aan medewerkers. Dit wordt positief ervaren, maar er werd ook aangegeven dat er soms iets meer sturing gewenst kan zijn.

Samengevat laat het onderzoek zien dat medewerkers Sound of Data over het algemeen ervaren als een prettige organisatie om bij te werken. Vooral duidelijkheid, goede middelen, kwaliteitsgericht werken en ruimte om te leren komen positief naar voren. De punten die iets meer aandacht kunnen krijgen zijn de zichtbaarheid van de missie, persoonlijke ontwikkeling en de balans tussen vrijheid en sturing.

Advies

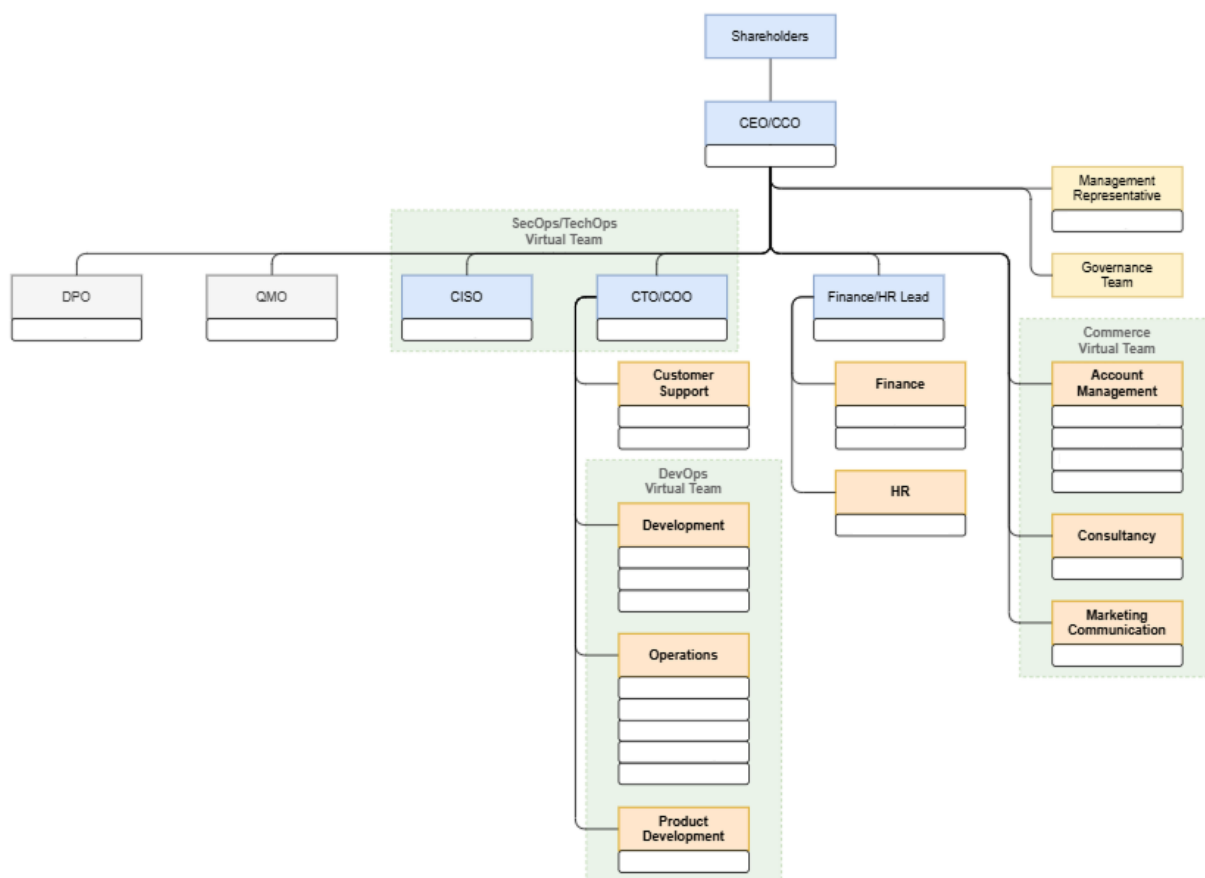
Op basis van de resultaten adviseer ik Sound of Data om de missie en doelstelling vaker terug te laten komen in interne communicatie of teamoverleggen. Uit het onderzoek blijkt dat dit onderdeel iets lager scoort dan andere punten. Door de missie vaker te koppelen aan het dagelijkse werk, wordt voor medewerkers duidelijker hoe hun werkzaamheden bijdragen aan het grotere doel van het bedrijf. Daarnaast is het belangrijk om de balans tussen vrijheid en sturing goed te blijven bewaken, omdat medewerkers de vrijheid waarderen, maar soms ook behoefte kunnen hebben aan extra richting of terugkoppeling.

Structuur

Voor Sound of Data heb ik een organogram gemaakt om de organisatiestructuur overzichtelijk weer te geven. In dit organogram is te zien hoe de verschillende afdelingen en lagen binnen het bedrijf met elkaar verbonden zijn.

De namen van de medewerkers zijn bewust weggelaten in verband met de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De witte, lege vlakken in het organogram staan wel voor bestaande medewerkers binnen de organisatie, maar de persoonsgegevens zijn verwijderd om de privacy van de medewerkers te beschermen.

Omdat de namen en persoonlijke functies niet zichtbaar zijn, wordt in het organogram niet per persoon beschreven wie welke werkzaamheden uitvoert. Het organogram is daarom vooral bedoeld om een algemeen beeld te geven van de structuur van Sound of Data en de manier waarop de afdelingen binnen het bedrijf zijn ingedeeld.



Onderzoek

De wisselwerking tussen de verschillende afdelingen binnen Sound of Data verloopt voornamelijk via horizontale communicatie. Dit betekent dat afdelingen op hetzelfde organisatieniveau met elkaar overleggen en informatie uitwisselen. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking tussen sales en development. Wanneer een klant een specifieke wens of technische vraag heeft, stemt sales dit af met development om te kijken wat mogelijk is en hoe dit het beste uitgevoerd kan worden.

Naast horizontale communicatie vindt er ook verticale communicatie plaats. Dit gebeurt bijvoorbeeld aan het begin van de week, wanneer afdelingen met de CEO bespreken wat er speelt, welke werkzaamheden belangrijk zijn en waar eventueel ondersteuning of afstemming nodig is. Hierdoor blijft de directie op de hoogte van de voortgang binnen de verschillende afdelingen en kunnen belangrijke beslissingen sneller worden genomen.

Over het algemeen zorgt deze manier van communiceren ervoor dat afdelingen goed met elkaar kunnen samenwerken. Doordat medewerkers elkaar makkelijk weten te vinden, kunnen klantvragen sneller worden opgepakt en kunnen werkzaamheden beter op elkaar worden afgestemd.

Op dit moment vind ik dat de wisselwerking tussen de verschillende afdelingen binnen Sound of Data goed verloopt. Uit gesprekken met collega's kwam naar voren dat zij het prettig vinden dat de afdelingen nu dichterbij elkaar zitten. Op het vorige kantoor was dit minder het geval, waardoor de samenwerking en communicatie soms minder direct verliepen.

Doordat de afdelingen nu dichterbij elkaar werken, kunnen medewerkers elkaar sneller aanspreken en makkelijker overleggen. Dit zorgt ervoor dat vragen sneller worden opgepakt en dat afdelingen beter op elkaar kunnen afstemmen. Ook vind ik het positief dat de CEO wekelijks met de afdelingen bespreekt hoe iedereen ervoor staat. Hierdoor blijft er overzicht over de werkzaamheden en weet de directie wat er binnen de verschillende teams speelt.

Advies

Mijn advies is daarom om de huidige manier van samenwerken voorlopig te behouden. De wisselwerking tussen de afdelingen is recent al verbeterd door de nieuwe indeling op het kantoor. Op dit moment zie ik daarom geen grote verbeterpunten. Wel is het belangrijk om deze manier van werken te blijven evalueren, zodat Sound of Data kan blijven controleren of de samenwerking tussen de afdelingen goed blijft verlopen.

Skills

Tijdens mijn stage heb ik gekeken hoe Sound of Data werkzaamheden plant, uitvoert, controleert en verbetert. Hierbij heb ik vooral gelet op de PDCA-cyclus. Deze cyclus bestaat uit Plan, Do, Check en Act. Bij Sound of Data komt deze manier van werken goed terug bij bijvoorbeeld een aanvraag voor een nieuw telefoonnummer.

Wanneer een klant een nieuw nummer aanvraagt, komt deze aanvraag eerst binnen in HubSpot. Dit valt onder de stap Plan, omdat de aanvraag hier wordt vastgelegd en duidelijk wordt wat er moet gebeuren. Support pakt de aanvraag vervolgens op en kijkt welke actie nodig is. Daarna vraagt support het nummer aan bij de juiste provider.

Daarna begint de stap Do. Nadat het nummer is aangevraagd, worden er meerdere afdelingen betrokken. Support stuurt de informatie door naar finance, zodat zij een offerte kunnen aanmaken. Daarnaast wordt development betrokken, omdat zij ervoor zorgen dat het nummer technisch goed wordt gerouteerd naar het juiste eindnummer. Hierdoor werken support, finance en development samen aan één klantaanvraag.

Bij de stap Check wordt gecontroleerd of alles goed is verwerkt. Er wordt gekeken of het nummer goed is aangevraagd, of de offerte klopt en of de routing technisch goed werkt. Als alles goed staat ingesteld, kan de klant worden geïnformeerd dat de aanvraag is gelukt.

De stap Act komt vooral terug wanneer er iets niet goed gaat of wanneer er een probleem ontstaat. Als er bijvoorbeeld een fout zit in de routing of het nummer niet goed werkt, wordt development erbij gehaald om te onderzoeken waar het probleem zit. Daarna kan de fout worden opgelost en kan het proces waar nodig worden aangepast of verbeterd. Op die manier wordt er niet alleen een probleem opgelost, maar kan Sound of Data ook leren van de situatie.

Dit voorbeeld laat goed zien dat Sound of Data afhankelijk is van samenwerking tussen verschillende afdelingen. Support heeft contact met de klant en pakt de aanvraag op, finance zorgt voor de offerte en development zorgt voor de technische verwerking. Hierdoor is het belangrijk dat medewerkers goed kunnen communiceren, hun eigen verantwoordelijkheid nemen en begrijpen hoe hun werk invloed heeft op de rest van het proces.

Advies

Mijn advies is om de huidige werkwijze rondom nummeraansvragen niet volledig aan te passen. De samenwerking tussen support, finance en development werkt op dit moment logisch. Support pakt de aanvraag op, finance maakt de offerte aan en development zorgt voor de juiste technische routing. Hierdoor is duidelijk welke afdeling waarvoor verantwoordelijk is.

Wel denk ik dat de werkwijze nog beter kan worden ondersteund door de aanpassing van HubSpot. Sound of Data is al bezig om HubSpot overzichtelijker in te richten, zodat aanvragen en problemen beter gevolgd kunnen worden. Dit sluit goed aan bij het proces van nummeraansvragen.

Wanneer in HubSpot duidelijker zichtbaar wordt of het gaat om een nieuwe nummeraansvraag of om een probleem met een bestaand nummer, wordt het proces overzichtelijker. Ook kan per aanvraag worden aangegeven hoever het proces is, bijvoorbeeld of de aanvraag nog bij support ligt, of het nummer al is aangevraagd bij de provider, of finance de offerte heeft gemaakt en of development de routing heeft ingesteld.

Daarom zou ik de werkwijze zelf behouden, maar vooral de ondersteuning in HubSpot verbeteren. Hierdoor blijft de samenwerking tussen de afdelingen hetzelfde, maar wordt het proces duidelijker en makkelijker te volgen. Dit kan ervoor zorgen dat nummeraansvragen sneller, overzichtelijker en met minder kans op fouten worden afgehandeld.

Stijl

Bij Sound of Data is er vooral sprake van participatief leiderschap. Dit heb ik onderzocht door meerdere medewerkers te vragen hoe zij de manier van leidinggeven ervaren. Ook heb ik gekeken naar mijn eigen ervaringen tijdens mijn stage. Uit deze gesprekken kwam naar voren dat medewerkers de leiderschapsstijl vooral als open, betrokken en vrij ervaren.

Participatief leiderschap betekent dat medewerkers worden betrokken bij wat er binnen het bedrijf gebeurt. Er is ruimte om mee te denken, vragen te stellen en eigen ideeën of verbeterpunten aan te geven. Dit zie je terug in de manier waarop collega's met elkaar samenwerken en hoe er wordt overlegd tussen verschillende afdelingen. Medewerkers krijgen de vrijheid om hun werkzaamheden op hun eigen manier uit te voeren, maar kunnen ook makkelijk hulp vragen of overleggen wanneer dat nodig is.

Onderzoek

Ook in mijn eigen ervaring merkte ik dat het contact binnen Sound of Data laagdrempelig is. Collega's zijn makkelijk benaderbaar en er wordt veel samengewerkt. Wanneer er iets speelt, wordt dit besproken met de juiste personen of afdelingen. Hierdoor voelen medewerkers zich betrokken bij wat er gebeurt binnen het bedrijf.

Tegelijkertijd betekent participatief leiderschap bij Sound of Data niet dat alles met iedereen besproken hoeft te worden. Medewerkers krijgen veel vrijheid en verantwoordelijkheid, maar de grotere beslissingen worden uiteindelijk genomen door de leidinggevendenden of directie. Hierdoor blijft er duidelijkheid binnen de organisatie en wordt voorkomen dat elk klein besluit te veel tijd kost.

Advies

Zelf zou ik bij Sound of Data ook kiezen voor deze leiderschapsstijl. Ik vind participatief leiderschap goed passen bij het stagebedrijf, omdat medewerkers zich hierdoor meer betrokken voelen bij wat er gebeurt. Daarnaast krijgen medewerkers genoeg vrijheid om hun werk goed uit te voeren en zelf verantwoordelijkheid te nemen. Tegelijkertijd blijft de organisatie duidelijk doordat niet alles voor iedere klant of iedere situatie met iedereen besproken hoeft te worden.

Shared value

De normen en waarden van Sound of Data heb ik vooral gevonden in het Sound of Data Playbook, onder het kopje “Onze kernwaarden & gedragscode”. Daarnaast komen deze waarden ook terug in de missie, visie en het informatiebeveiligingsbeleid van het bedrijf.

De belangrijkste waarden van Sound of Data zijn pragmatische expertise, servicegericht denken, besluitvaardig in beweging, samen continu verbeteren en doen wat juist is.

Deze waarden geven richting aan de manier waarop medewerkers samenwerken, beslissingen nemen en omgaan met klanten, partners en elkaar.

Pragmatische expertise betekent dat Sound of Data praktisch en doelgericht werkt. Medewerkers zoeken naar oplossingen die echt werken, vooral bij complexe klantvragen over telefonie, bereikbaarheid en klantcontact.

Servicegericht denken houdt in dat Sound of Data zichzelf niet alleen ziet als leverancier, maar vooral als partner van de klant. Het bedrijf denkt mee, neemt verantwoordelijkheid en probeert oplossingen te bieden die betrouwbaar en passend zijn.

Ook samen continu verbeteren is belangrijk. Dit zie je terug in de aandacht voor kwaliteit, informatiebeveiliging en verbeterprocessen. Sound of Data werkt onder andere met ISO 9001 en ISO 27001, waardoor kwaliteit, veiligheid en verbetering vaste onderdelen zijn van de organisatie.

Tot slot speelt doen wat juist is een grote rol. Hierbij gaat het om eerlijkheid, verantwoordelijkheid, duidelijke communicatie en zorgvuldig omgaan met vertrouwelijke informatie. Deze waarden komen terug in de samenwerking tussen collega's, de omgang met klanten en de manier waarop Sound of Data haar diensten levert.

Onderzoek

Om te onderzoeken hoe klanten de normen en waarden van Sound of Data ervaren, heb ik een korte klanttevredenheidsvraag gebruikt. Klanten kregen de vraag: “Hoe waarschijnlijk is het dat je Sound of Data zou aanraden aan een vriend of collega?” Deze vraag konden zij beantwoorden met een score van 0 tot en met 10. Daarnaast konden klanten nog een tip, top, zorg of idee achterlaten.

In totaal zijn er 8 reacties binnengekomen. Drie klanten gaven een 10, drie klanten gaven een 9 en twee klanten gaven een 8. De gemiddelde score komt daarmee uit op ongeveer 9,1 van de 10. Dit is een hoge score en laat zien dat klanten Sound of Data positief beoordelen.

De uitkomsten sluiten goed aan bij de normen en waarden van Sound of Data. Vooral servicegericht denken en pragmatische expertise komen hierin terug. Als klanten het bedrijf met zulke hoge scores zouden aanraden, laat dit zien dat zij tevreden zijn over de samenwerking en de geleverde dienstverlening. Ook past dit bij de waarde doen wat

juist is, omdat klanten blijkbaar vertrouwen hebben in de manier waarop Sound of Data werkt.

Bij de open antwoorden kwam onder andere naar voren: “Gaat helemaal goed.” Dit laat zien dat de klant op dat moment geen grote verbeterpunten ervaart. De resultaten van dit onderzoek geven dus het beeld dat klanten Sound of Data betrouwbaar, professioneel en prettig vinden om mee samen te werken.

Advies

Mijn advies is om de huidige normen en waarden te blijven vasthouden en deze actief te blijven gebruiken in de samenwerking met klanten. De hoge scores laten zien dat klanten tevreden zijn, maar het is belangrijk om dit niveau vast te houden. Sound of Data kan dit doen door te blijven focussen op servicegericht denken, duidelijke communicatie en het leveren van praktische oplossingen.

Daarnaast zou Sound of Data klantfeedback regelmatig kunnen blijven verzamelen. Door klanten vaker kort te vragen naar hun ervaring, kan het bedrijf sneller zien wat goed gaat en waar eventueel verbeterpunten liggen. Zo blijven de waarden niet alleen intern belangrijk, maar worden ze ook steeds getoetst aan hoe klanten Sound of Data ervaren.

Hoofdstuk 2: Reflectieopdracht

In dit onderdeel blik ik terug op mijn eerste jaar van de opleiding Ondernemerschap en Retailmanagement. Ik kijk terug op hoe ik de opdrachten in de verschillende periodes heb ervaren, wat de overeenkomsten en verschillen zijn tussen de intrapreneur- en entrepreneurchapkant van ORM jaar 1 en hoe ik mij persoonlijk en professioneel heb ontwikkeld.

Reflecteren per onderdeel

In periode 1 zijn wij bezig geweest voor Voordeelscooters.nl. In deze weken zijn wij op zoek gegaan naar nieuwe inzichten voor het bedrijf. Dit hebben wij gedaan door onderzoek te doen naar het bedrijf en de markt waarin zij actief zijn.

Ik vond de opdrachten zelf goed te doen, maar in het begin was het wel wennen aan de nieuwe manier van werken en aan een bedrijf dat je nog helemaal niet kent. Het was voor ons ook een uitdaging om samen te werken met het bedrijf, omdat zij zelf niet heel betrokken waren. Daardoor was het moeilijk om bedrijfsinformatie op te vragen en tot goede inzichten te komen.

In periode 2 en 3 zijn wij begonnen met ons eigen bedrijf. Het grootste verschil met de opdrachten voor een bestaand bedrijf was dat je alles zelf vanaf het begin moest opbouwen. Je had geen bestaande bedrijfsinformatie en alle keuzes die je maakte hadden direct invloed op het verdere verloop van ons bedrijf. Tijdens deze periode heb ik vooral veel vaardigheden toegepast die ik al kende van mijn vorige opleiding. De ontwikkeling zat voor mij vooral in het feit dat het niveau van de opdrachten hoger lag.

Tijdens deze periodes moest je veel meer zakelijke en creatieve beslissingen nemen. Vooral tijdens het opbouwen van het bedrijf ging het veel om creatieve keuzes. In ons geval ging dit bijvoorbeeld om het ontwerpen van het logo, het doosje, de kaartjes, de liedjes en de website. Daarna kwamen vooral de zakelijke beslissingen, zoals het bepalen van de inkoopprijs, verkoopprijs en de rolverdeling binnen het bedrijf.

Tijdens deze periode heb ik geleerd dat je als ondernemer veel beslissingen moet nemen, ook over kleine dingen. Ook merkte ik dat communicatie binnen een groep heel belangrijk is, dat je risico's moet durven nemen en dat je doorzettingsvermogen nodig hebt om alles goed te laten verlopen.

In periode 4 heb ik vier weken stagegelopen bij Sound of Data. Ik hoefde niet echt meer te leren hoe het is om binnen een organisatie te werken, omdat ik al twee keer eerder een half jaar stage heb gelopen. Daardoor wist ik al redelijk hoe dat gaat. Toch verschilde deze stage wel erg van de vorige opdrachten van dit schooljaar, omdat je nu echt opdrachten maakt voor een bestaand bedrijf dat er ook daadwerkelijk iets mee kan doen. De vaardigheden die ik uit deze periode meeneem zijn vooral het overleggen met verschillende afdelingen en het verder ontwikkelen van mijn vaardigheden in het gebruiken van AI.

Analyseer de overeenkomsten en verschillen

In dit onderdeel blik ik terug op het jaar en kijk ik naar de verschillen en overeenkomsten tussen de entrepreneur- en intrapreneurkant van de opleiding. Ik vond de verdeling van dit schooljaar goed. Het was fijn dat we begonnen met de intrapreneurshipkant van de opleiding, zodat je rustig kon inkomen. Daardoor had ik ook iets meer tijd om na te denken over waarin ik mijn eigen onderneming zou willen starten. Ook vond ik het fijn dat het jaar eindigde met een stageperiode bij een bedrijf, zodat je ervaring op kon doen binnen een echte organisatie.

Voor de rest van het jaar ben ik bezig geweest met mijn eigen bedrijf. Dat vond ik erg leuk, omdat je gelijk in het diepe werd gegooid. Je kreeg vanuit school veel tijd om aan je eigen onderneming te werken, waardoor je thuis niet heel veel extra hoefde te doen om het bedrijf draaiende te houden.

De overeenkomsten tussen intrapreneurship en entrepreneurship zijn vooral dat je bij allebei moet samenwerken in een team, probleemoplossend moet denken, verantwoordelijkheid moet nemen voor je werk en goed moet plannen.

Het grootste verschil is dat je bij intrapreneurship werkt voor een bestaand bedrijf. Je helpt het bedrijf met ideeën, onderzoek of verbeteringen. Daardoor moet je meer rekening houden met de wensen van het bedrijf en werk je voor een opdrachtgever. Tegelijkertijd heb je hierbij minder financieel risico.

Bij entrepreneurship begin je vanuit je eigen idee en bouw je echt je eigen bedrijf op. Hier komt meer verantwoordelijkheid bij kijken. Je moet zelf producten bedenken, keuzes maken, klanten proberen te bereiken en risico's durven nemen.

Persoonlijke en professionele ontwikkeling

Mijn stagedoel van de afgelopen vier weken was: “aan het einde van mijn 4-weekse snuffelstage wil ik ontdekken welke functies binnen een bedrijf mij aanspreken door minimaal bij drie verschillende afdelingen te observeren.”

Dit doel is aardig gelukt. Ik heb voornamelijk meegelopen met de marketingafdeling. Daar ben ik erachter gekomen dat marketing veel meer inhoudt dan ik van tevoren dacht. Ook ben ik meegelopen met sales en development. Vooral development vond ik lastig, omdat dit minder met mijn opleiding te maken heeft. Toch vond ik het interessant om dit een keer mee te maken.

Sales lijkt op sommige vlakken op marketing, omdat zij ook veel bezig zijn met klanten en communicatie. De medewerkers van sales zitten ook in dezelfde ruimte als marketing. Daardoor heb ik ook een aantal meetings van sales kunnen bijwonen.

De vaardigheden die ik vooral wil verbeteren zijn het gebruiken en beheersen van AI. Ik heb meegekeken met een collega van Sound of Data die met Claude.AI een website maakte. Dit deed hij met zoveel gemak dat ik mij hier ook verder in wil ontwikkelen. Ook wil ik beter worden in out-of-the-box denken. Ik ben er dit jaar achter gekomen dat als je nu een nieuw bedrijf start, het belangrijk is dat het bedrijf een probleem oplost.

Een inzicht dat ik in de toekomst verder wil opdoen, is hoe het is om stage te lopen in het buitenland. Ik ben benieuwd hoe bedrijven in het buitenland omgaan met de digitalisering van alles.

Deze ervaringen hebben mijn kijk op de toekomst beïnvloed. Ondanks dat ik nog steeds niet zeker weet of ik later een eigen bedrijf wil starten, weet ik wel beter welke richting ik op wil. Wat ik vooral verder wil ontwikkelen, is het goed en effectief gebruiken van AI. Als je dat goed beheerst, kun je daar tegenwoordig veel voordeel uit halen.

Conclusies

Uit de 7S-analyse van Sound of Data komt naar voren dat het bedrijf intern goed georganiseerd is. De strategie, systemen, structuur, stijl, skills, staff en shared values sluiten op veel punten goed op elkaar aan. Vooral klantgerichtheid, betrouwbaarheid, veiligheid en specialistische kennis komen sterk terug binnen de organisatie.

Sound of Data positioneert zich duidelijk als specialist in betrouwbare, veilige en internationale voice-led klantinteractie. Deze strategie komt ook terug in de praktijk. Uit gesprekken met medewerkers blijkt dat klantvragen vaak tussen verschillende afdelingen worden afgestemd, zodat er een oplossing komt die technisch goed werkt en aansluit bij de klant.

Ook de systemen binnen Sound of Data ondersteunen de werkzaamheden goed. Algemene systemen zoals Microsoft 365, Slack en Confluence zorgen voor communicatie en kennisdeling. Daarnaast gebruiken afdelingen eigen systemen die passen bij hun werkzaamheden, zoals HubSpot, Jira, Azure DevOps, Exact Online en Nmbrs. Wel kwam naar voren dat HubSpot voor operations en support nog overzichtelijker ingericht kan worden.

Uit het medewerkerstevredenheidsonderzoek blijkt dat medewerkers over het algemeen tevreden zijn. Vooral duidelijkheid, goede middelen, kwaliteitsgericht werken en ruimte om te leren scoren positief. Aandachtspunten liggen vooral bij het zichtbaar houden van de missie, persoonlijke ontwikkeling en de balans tussen vrijheid en sturing.

De structuur en stijl van leidinggeven passen goed bij Sound of Data. De samenwerking tussen afdelingen verloopt vooral horizontaal en medewerkers weten elkaar makkelijk te vinden. Daarnaast is er sprake van participatief leiderschap, waarbij medewerkers vrijheid krijgen en worden betrokken bij wat er gebeurt.

Ook de normen en waarden komen duidelijk terug binnen het bedrijf. Uit het klantonderzoek blijkt dat klanten Sound of Data positief beoordelen. Dit sluit goed aan bij waarden zoals servicegericht denken, pragmatische expertise en doen wat juist is.

Samengevat heeft Sound of Data een sterke interne basis. Het bedrijf werkt professioneel, klantgericht en veilig. Het belangrijkste verbeterpunt ligt vooral bij het verder optimaliseren van HubSpot, zodat processen voor operations en support nog overzichtelijker worden.

Aanbevelingen

Op basis van de 7S-analyse zijn er twee aanbevelingen voor Sound of Data.

De eerste aanbeveling is om de focus op customer intimacy verder te versterken. Sound of Data kan zich blijven onderscheiden door niet alleen technische oplossingen te leveren, maar ook door sterk mee te denken met klanten. Door de dienstverlening nog beter af te stemmen op de wensen van klanten, kan het bedrijf de klanttevredenheid verhogen en langdurige klantrelaties versterken.

De tweede aanbeveling is om HubSpot overzichtelijker en gebruiksvriendelijker in te richten voor operations en support. Uit gesprekken met medewerkers kwam naar voren dat dit systeem voor deze afdelingen nog verbeterd kan worden. Wanneer HubSpot duidelijker wordt ingericht, kunnen medewerkers sneller klantinformatie vinden, openstaande acties beter opvolgen en efficiënter samenwerken.

Daarnaast kan HubSpot ook helpen om processen, zoals nummeraanvragen, beter te volgen. Wanneer duidelijk zichtbaar is of iets een nieuwe aanvraag of een probleem is, en in welke fase het proces zit, ontstaat er meer overzicht tussen support, finance, sales en development. Hierdoor hoeft de bestaande werkwijze niet helemaal veranderd te worden, maar wordt deze juist beter ondersteund.

Bijlage 1: Evaluatie

[Beoordeling Thijn van Loo door bedrijfsbegeleider Menno leenart.docx](#)

Bijlage 2: Uitwerking feedresearch

Interview vragen mederwerkestevredenheidsonderzoek:

1. Ik weet wat er op het werk van mij verwacht wordt.
2. Ik heb de materialen en gereedschappen die ik nodig heb om mijn werk correct uit te voeren.
3. Op het werk heb ik de gelegenheid om iedere dag te doen waar ik het best in ben.
4. In de afgelopen 7 dagen heb ik lof of erkenning gekregen door goed werk af te leveren.
5. Ik heb de indruk dat mijn leidinggevende of iemand in het management zich om mij bekommert als persoon.
6. Er is iemand op het werk die mijn ontwikkeling aanmoedigt.
7. Ik heb de indruk dat er op het werk rekening wordt gehouden met mijn mening.
8. De missie of doelstelling van het bedrijf geeft mij het gevoel dat mijn werk belangrijk is.
9. Mijn collega's zijn vastbesloten om kwaliteitswerk af te leveren.
10. Ik heb een of meerdere collega's waarmee ik persoonlijke zaken deel.
11. Ik ervaar dat er open gesproken wordt over de werk/privé balans met collega's onderling en management.
12. In de afgelopen 6 maanden heeft iemand op het werk met mij gesproken over mijn vooruitgang.
13. Het afgelopen jaar heb ik op het werk de gelegenheid gehad om te leren en te groeien.
14. Wat vind je de moeite waard om via deze weg te delen: een tip, een top, een zorg of een idee.

Bijlage 3: Klanttevredenheidsonderzoek



sound of data

Hallo {{contact.firstname}},
we zijn benieuwd hoe we het doen. Één klik is genoeg.

**Hoe waarschijnlijk is het dat je Sound of Data zou aanraden
aan een vriend of collega?**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

0 - Zeer onwaarschijnlijk
10 - Zeer waarschijnlijk

Deze enquête is een service van Sound of Data.

Werk je e-mailvoorkeuren bij om te kiezen
welke soorten e-mails je ontvangt.

Sound of Data
Karl Weisbardstraat 241
Rotterdam, Zuid-Holland 3015 GM Netherlands

TEST SURVEY

**Hoe waarschijnlijk is het dat je Sound of Data zou
aanraden aan een vriend of collega?**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

0 - Zeer onwaarschijnlijk
10 - Zeer waarschijnlijk

**Wow, fantastisch! Wat vind je de moeite waard om via
deze weg te delen: een tip, een top, een zorg of een
idee.**

1500

Verzenden

Deze enquête is een service van Sound of Data.

