

## EUROPESE STRATEGIE BASIS VOOR OMZETVERDUBBELING BINNEN DRIE JAAR

Een bijzonder sterke groei heeft Fujitsu Services naar de tweede positie op de wereldranglijst van IT-serviceproviders gevoerd. In Nederland mikt Fujitsu Services op een verdubbeling van de omzet in de komende drie jaar. Aan de basis van die ambitieuze groeiplannen ligt een duidelijke strategie, waarin Europees denken en handelen centraal staat.

**Z**akendoen met Fujitsu Services betekent zakendoen met een 22.000 mensen tellend Europees bedrijf", aldus Robert Pols, algemeen directeur van Fujitsu Services BV. "Elke landenorganisatie kan gebruikmaken van de resources die beschikbaar zijn in andere Europese landen. Dat is de kern van de nieuwe ondernemingsstrategie die Fujitsu Services vorig jaar heeft doorgevoerd." Om optimaal invulling te kunnen geven aan die nieuwe strategie is de organisatiestructuur van Fujitsu Services in Europa aangepast, vertelt Pols. "We kennen binnen Fujitsu geen landsgrenzen meer. Een medewerker die gestationeerd is in België of Nederland moet beschikbaar zijn in ieder ander land om daar te helpen oplossingen te ontwikkelen, te ontwerpen en te implementeren. Fujitsu Services werkt daardoor met een Europese prijslijst, dus voor onze klanten is de prijsstructuur heel transparant."

### Slagvaardig reageren

"Het is een simpel operationeel model en het geeft ons ontzettend veel power om in een land slagvaardig te reageren op vragen uit de markt en snel concrete aanbiedingen te doen", licht Pols toe. "Voor dit model hebben we goed gekeken naar de automobielsector. Een fabrikant als Toyota heeft meerdere fabrieken, maar de klant weet meestal niet waar die fabrieken staan. Wat hij wel weet is waar de lokale Toyota-dealer is. Daar kan hij de auto bekijken, een keuze maken uit modellen en ty-

pen en afspraken maken over configuratie en prijs. Vervolgens wordt de auto ergens gebouwd en via de dealer afgeleverd aan de klant. Fujitsu Services heeft een IT-servicefabriek die in Europa oplossingen produceert voor klanten van de verschillende landenorganisaties." In dit Europese model is het niet nodig om in elk land een specifiek SAP-kenniscentrum op te bouwen, geeft Pols als voorbeeld aan. "We hebben een heel grote SAP-practice in Engeland en Duitsland, dus als Nederlandse organisatie kunnen we een beroep doen op die resources. Andersom werkt dat net

**"Elke landenorganisatie kan gebruikmaken van de resources die beschikbaar zijn in andere Europese landen."**

zo. In Nederland heeft Fujitsu Services specifieke kennis en expertise, bijvoorbeeld voor de reisector, en we beschikken hier over een uitgebreid datacenter en uitgebreide helpdeskorganisatie waarvan andere landen gebruik kunnen maken."

### Verdubbeling orderintake

Het Europese organisatie model is in Nederland nu bijna anderhalf jaar in gebruik en begint ook hier heel duidelijk vruchten af te werpen, constateert Pols. "In het boekjaar 2006, dat loopt van 1 april tot 31 maart, heeft de Fujitsu Services Group een omzetstij-

ging van ruim 16% gerealiseerd naar 2,3 miljard Engelse pond, terwijl de winst voor belasting toenam van 105,2 naar 154,3 miljoen pond. In Nederland hebben we over de eerste zes maanden van het huidige boekjaar al meer dan een verdubbeling van de orderintake gerealiseerd. Onze doelstelling is een omzetverdubbeling binnen drie jaar, maar we zitten dus al in het eerste jaar heel sterk op die koers." Een essentieel element van het totaalbeleid van Fujitsu Services is een sterke focus, zowel wat betreft het aanbod van producten en diensten – "managed services en outsourcing en alles daaromheen" – als op specifieke marktsectoren. "We willen niet alles doen voor alle klanten", vat Pols die uitgangspunten samen. "We willen de dingen doen waar we goed in zijn en richten ons daarbij op een aantal specifieke sectoren waarin we uitgebreide kennis en expertise hebben opgebouwd. Want om met oplossingen te komen die bijdragen aan de businessdrivers van onze klanten moeten we de business van die klanten en de markt waarin ze actief zijn heel goed begrijpen. Wij denken graag mee met de klant over oplossingen waarmee hij zijn omzet kan vergroten en daarmee zijn concurrentiepositie kan verstevigen."

### Reputation Program

Een ander belangrijk onderdeel van de strategie is de opleiding en training van de medewerkers, aldus de Fujitsu-directeur: "Niet alleen in kennis en kunde, maar ook in het denken en praten over Fujitsu. We hebben daarvoor een aantal



Robert Pols

trainingsprogramma's in het leven geropen, waaronder een Reputation Program waarin alle 22.000 medewerkers wordt geleerd een eenduidige boodschap uit te dragen over wat Fujitsu is en betekent. Het programma draagt daarmee bij aan de cultuur binnen de Fujitsu-organisatie, die géént is op integriteit, openheid en realiteitszin." Het Reputation Program is een continu

proces, geeft Pols aan. "De eerste twee modules van het trainingsprogramma – dat overigens verplicht is voor alle medewerkers van hoog tot laag – zijn inmiddels doorlopen en de derde module wordt eind dit jaar uitgerold. Een van die modules is gericht op onze 'differentiators': er zijn heel veel IT-bedrijven, maar hoe onderscheidt Fujitsu Services zich daarvan. Fujitsu

is van oorsprong een technologisch bedrijf, dat kwaliteit en betrouwbaarheid zeer hoog in het vaandel heeft. Kwaliteit is in deze tijd echter geen differentiator meer. We willen benadrukken dat de kwaliteit vanzelfsprekend is gebleven, maar dat Fujitsu Services meer doet en meer betekent. Ook daarmee geven we invulling aan onze nieuwe ondernemingsstrategie."