Onderzoek

Identiteit & Imago Reasult

*‘Streef naar successen met de gehele organisatie en deel die gouden medaille met alle betrokken partijen’*

*‘Van een statisch bedrijf met een degelijk imago, naar een creatiever beeld waar Reasult opereert als een dynamisch en flexibel bedrijf’*

---BIJLAGEN---



Door In opdracht van Datum

Jeanine Vrehe Reasult, Ede 4 juni 2012

# Inhoudsopgave

[Inhoudsopgave 2](#_Toc326333738)

[1 Bijlage 1. Abell model 4](#_Toc326333739)

[2 Bijlage 2. Vragenlijst Survey Monkey - Medewerkers 5](#_Toc326333740)

[3 Bijlage 3. Vragenlijst Interviews – Medewerkers 8](#_Toc326333741)

[4 Bijlage 4. Uitgewerkte interviews 11](#_Toc326333742)

[4.1 Interview 1 11](#_Toc326333743)

[4.2 Interview 2 20](#_Toc326333744)

[4.3 Interview 3 27](#_Toc326333745)

[4.4 Interview 4 37](#_Toc326333746)

[4.5 Interview 5 48](#_Toc326333747)

[4.6 Interview 6 59](#_Toc326333748)

[4.7 Interview 7 65](#_Toc326333749)

[4.8 Interview 8 73](#_Toc326333750)

[4.9 Interview 9 79](#_Toc326333751)

[4.10 Interview 10 88](#_Toc326333752)

[4.11 Interview 11 98](#_Toc326333753)

[4.12 Interview 12 105](#_Toc326333754)

[5 Bijlage 5. Vragenlijst Survey Monkey – Huidige klanten 117](#_Toc326333755)

[6 Bijlage 6. Vragenlijst Survey Monkey – Voormalig klanten 120](#_Toc326333757)

[7 Bijlage 7. Vragenlijst Survey Monkey – Prospects 123](#_Toc326333760)

[8 Bijlage 8. E-mail enquête uitnodiging 126](#_Toc326333762)

[9 Bijlage 9. Productgerelateerde wensen 128](#_Toc326333763)

[10 Bijlage 10. Resultaten voormalig klant 129](#_Toc326333764)

[10.1 Redenen tot samenwerking 129](#_Toc326333765)

[10.2 Wat is kenmerkend en wat juist niet voor Reasult? 129](#_Toc326333766)

[10.3 Huisstijl 129](#_Toc326333767)

[10.4 Kerncompetenties 129](#_Toc326333768)

[11 Bijlage 11. Resultaten prospects 130](#_Toc326333769)

[11.1 Huidig beeld 130](#_Toc326333770)

[11.2 Huisstijl 130](#_Toc326333771)

[11.3 Kerncompetenties 130](#_Toc326333772)

[12 Bijlage 12. DESTEP-analyse 131](#_Toc326333773)

[13 Bijlage 13. Porter-analyse 132](#_Toc326333774)

[14 Bijlage 14. Productlevenscyclus 133](#_Toc326333775)

[15 Bijlage 15. BCG-Matrix 134](#_Toc326333776)

[16 Bijlage 16. Bellijst huidige klanten 135](#_Toc326333777)

[17 Bijlage 17. Bellijst voormalig klanten 143](#_Toc326333778)

[18 Bijlage 18. Bellijst prospect 144](#_Toc326333779)

[19 Bijlagen 146](#_Toc326333780)

# Bijlage 1. Abell model

Het model van Abell wordt toegepast om het werkterrein van een onderneming te analyseren. In onderstaand figuur wordt inzichtelijk met welke technologieën en producten Reasult actief is op haar markt en op welke doelgroepen ze daarmee inspeelt. Op deze manier wordt de markt afgebakend. Door middel van de categorieën technologieën, behoeften en afnemers wordt duidelijk met welke technologieën de doelgroep in haar behoefte voorziet.



# Bijlage 2. Vragenlijst Survey Monkey - Medewerkers

1. Hoe lang ben je werkzaam binnen Reasult?  
   - 0 t/m 2 jaar  
   - 3 t/m 5 jaar  
   - Meer dan 5 jaar
2. Welke drie woorden komen het eerst in je op als je denkt aan Reasult?
3. Welke drie kenmerken uit onderstaande lijst vind je het best passen bij Reasult?   
   Beste kwaliteit Service Modieus  
   Gemak Zekerheid Plezier  
   Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
   Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
   Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
   Transparant Duurzaam Meedenkend  
   Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
   Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
   Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
   Begripvol Creatief Deskundig
4. Licht je keuzes hieronder toe:
5. Deze vraag bevat dezelfde keuzemogelijkheden als de vraag hiervoor. Nu wordt er echter van je gevraagd de eigenschappen aan te vinken die het MINST passen bij Reasult.

Welke drie kenmerken vind je het minst passen bij Reasult?

Beste kwaliteit Service Modieus  
Gemak Zekerheid Plezier  
Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
Transparant Duurzaam Meedenkend  
Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
Begripvol Creatief Deskundig

1. Licht je keuzes hieronder toe:
2. Geef aan in welke mate je het eens bent met de volgende vijf uitspraken:  
   A. Ik ben trots op Reasult  
   - Helemaal mee oneens  
   - Mee oneens  
   - Noch mee eens, noch mee oneens  
   - Mee eens  
   - Helemaal mee eens

B. Ik voel me thuis bij Reasult

- Helemaal mee oneens

- Mee oneens

- Noch mee eens, noch mee oneens

- Mee eens

- Helemaal mee eens

C. Ik draag door mijn werk serieus bij aan het succes van Reasult

- Helemaal mee oneens

- Mee oneens

- Noch mee eens, noch mee oneens

- Mee eens  
- Helemaal mee eens

D. Reasult en ik passen goed bij elkaar

- Helemaal mee oneens  
- Mee oneens  
- Noch mee eens, noch mee oneens  
- Mee eens  
- Helemaal mee eens

E. Ik denkt dat Reasult bij onze doelgroepen een sterk en positief imago heeft  
- Helemaal mee oneens  
- Mee oneens

- Noch mee eens, noch mee oneens  
- Mee eens  
- Helemaal mee eens

1. Deze vraag brengt in kaart hoe belangrijk jij de kernwaarden van Reasult vindt. Denk hierbij niet vanuit je persoonlijke mening, maar vanuit het belang van onze organisatie en klanten.

Geef met een cijfer van 1 tot 10 de belangrijkheid aan van de verschillende kernwaarden. 1 = ‘vind ik zeer onbelangrijk.’ 10 = ‘vind ik zeer belangrijk.’  
  
A. Inleven in de ander 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
B. Toegewijd 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

C. Betrouwbaar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
D. Maatschappelijk betrokken 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
E. Innovatief 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
F. Kwaliteit 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1. Deze vraag brengt in kaart hoe jij denkt over de manier waarop Reasult invulling geeft aan haar zes kernwaarden.

Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe jij vindt dat Reasult handelt naar de zes kernwaarden ten opzichte van klant. 1 = ‘zeer slecht’, 10 = ‘zeer goed’.

A. Inleven in de ander 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
B. Toegewijd 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

C. Betrouwbaar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
D. Maatschappelijk betrokken 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
E. Innovatief 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
F. Kwaliteit 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1. Als je Reasult moet vergelijken met een automerk, welk automerk zou je dan kiezen? Geef vervolgens een korte toelichting op je keuze.
2. Licht je keuze hieronder toe:
3. Stel je voor: je stapt met iemand in de lift en diegene vraagt bij welk bedrijf je werkt en wat dit bedrijf doet. Beantwoord deze vraag in max. 50 woorden vóórdat je bij de 3e etage bent aangekomen.
4. Wat vind je van Reasult als werkgever? 1 = ‘zeer slecht’, 10 = ‘zeer goed’.
5. Je hebt zojuist Reasult als werkgever gewaardeerd met een cijfer, geef hieronder een korte toelichting:

# Bijlage 3. Vragenlijst Interviews – Medewerkers

Structuur:

* Inleiding: opname + anonimiteit
* Opbouw interview: Visie – missie – kernwaarden – associaties en kenmerken – positieve & negatieve punten – cultuur – Reasult als werkgever – extern beeld

**Visie**

Wat is de visie / ambitiestatement van Reasult?

**Missie**

Wat is de missie van Reasult?

**Kernwaarden**

Wat zijn de zes kernwaarden van Reasult?

In welke mate vind jij deze kernwaarden belangrijk om te handhaven als Reasult zijnde?

* Het inleven in de ander scoorde op de schaal van belangrijkheid een 7,6.Qua uitingsvorm scoort het een 6,7. Hoe vind jij dat er uiting gegeven wordt aan het inleven in een ander.

\* Standaard software / consultant rol

* Toegewijd scoorde een 8,1 op schaal van belangrijkheid, maar scoort qua uitingsvorm een 7,3. Hoe vind jij dat Reasult momenteel uiting geeft aan deze kernwaarde? Wat kan hierin nog verbeterd worden?   
  \* Klant  
  \* Bedrijf
* Betrouwbaar scoorde qua belangrijkheid een 8,8 en scoort als het gaat om uitingsvorm door Reasult een 7,7. In hoeverre vind jij dat Reasult betrouwbaar is?
* Medewerkers vinden maatschappelijk betrokken niet belangrijk en geven ook aan dat Reasult er niet goed uiting aan geeft. Het krijgt een score van een 5,9 qua belangrijkheid en een 5,7 qua uitingsvorm, het laagst van al deze begrippen. Toch is maatschappelijke betrokkenheid een van de 6 kernwaarden die Reasult zelf wel belangrijk acht en tracht uit te stralen. In hoeverre vind jij dit begrip passen bij Reasult? Wat vind je van de manier waarop Reasult momenteel uiting geeft aan maatschappelijke betrokkenheid?
* Innovatief scoort qua belangrijkheid een 8,1, maar qua uitingsvorm slechts een 5,9. Er werd zelfs als onderbouwing genoemd: “We willen graag innovatief zijn, maar zijn het niet.’’ Innovatief is tevens een van de zes kernwaarden die nadrukkelijk meegenomen wordt in de diverse uitingsvormen van Reasult. In hoeverre vind jij dat Reasult uiting geeft aan het begrip innovatief? Hoe zou dit verbeterd kunnen / moeten worden?   
  \* Techniek / marketing / Sexy uitstraling / I-Pad
* Kwaliteit scoorde qua belangrijkheid een 8,8 waar qua uitingsvorm het een 7,6 krijgt. De meerderheid van de medewerkers staan positief tegenover dit begrip, namelijk 90,3% beoordeeld het met een 7 of hoger. In hoeverre vind je dat Reasult momenteel uiting geeft aan deze kernwaarde? Wat kan / moet beter?

Vind jij de zes kernwaarden bij jezelf als Reasulter passen?

Vind je deze kernwaarden ook bij Reasult passen? Welke passen niet / het minst bij Reasult en welke zouden daarvoor in de plaats kunnen komen?

**Associaties en kenmerken**

Welke associaties komen in je op als je denkt aan Reasult? (Los van de kernwaarden) Als ik aan Reasult denk dan denk ik aan…

* De 3 best passende woorden bij Reasult zijn: betrouwbaar, deskundig en serieus. In hoeverre kun jij je hierin vinden en geef een toelichting op deze keuze? / Wat is je eerste reactie op dit resultaat?  
  \* Mag wat meer sexy?  
  \* Huidige uitstraling, tevreden over?
* De 3 minst passende woorden bij Reasult zijn: modieus, innovatief en duurzaam. Wat is je eerste indruk hierop? Hoe denk je dat het komt dat innovatief hier tussen staat, terwijl dit een van de kernbegrippen is van Reasult. Wat kan Reasult beter doen om dit meer te laten leven?

Wat is volgens jou kenmerkend voor Reasult? Wat is DE eigenschap van Reasult?

**Positieve & negatieve punten**

Wat ervaar jij als de positieve punten van Reasult? (Niet zo zeer inhoudelijk gericht op de producten maar meer als bedrijf zijnde)

Wat ervaar jij als de verbeterpunten van Reasult?

Wat zijn de belangrijkste USP’s om Reasult in te schakelen? Waarom zou een klant Reasult moeten inschakelen? Waarom is Reasult zo’n fijn bedrijf om mee samen te werken?  
\* Product  
\* Bedrijf

**Cultuur**

Hoe zou jij de cultuur van Reasult omschrijven? Wat vind je van deze cultuur? Voel jij je thuis binnen deze cultuur van Reasult? Welke verbeteringen zie jij?

Hoe ervaar jij de persoonlijke betrokkenheid vanuit Reasult? ‘Ik ben trots op Reasult maar is Reasult ook trots op mij?’

\* Men ervaart het principe van ieder werkt op zijn/haar eigen eilandje, eilandjescultuur. Wat is jouw mening daarover?

Wat is jouw mening ten opzichte van de primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden plus eventueel het beloningsstelsel?

Menigeen vindt dat de cultuur binnen Reasult wat strakker en zakelijker kan; met meer structuur en richting. Wat is jouw mening daar over?  
\* Nee-zeggen  
\* Op fouten wijzen

**Reasult als werkgever**

Wat maakt Reasult voor jou als werkgever uniek?

Wat verwacht jij van Reasult als werkgever?

Wat zou Reasult nog kunnen / moeten veranderen?

Wat zou Reasult moeten doen om jou trots te laten zijn op jouw werkgever?

**Extern beeld**

Hoe denk/ervaar je dat er door klanten en prospects over Reasult wordt gedacht?

Hoe zou je daarentegen willen dat er over Reasult wordt gedacht?

Hoe wil je dat we als bedrijf vooral niet bekend staan?

Hoe zie jij Reasult over 5 jaar?

# Bijlage 4. Uitgewerkte interviews

## Interview 1

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

Je vraagt mij om de visie en missie te benoemen? Dat vind ik knap want zelfs de directie weet het niet. **Volgens mij zijn wij gewoon een bedrijf wat geld verdiend door het maken van software voor de vastgoedmarkt. De visie is om daarmee marktleider te worden.Volgens mij is de officiële missie dan het leveren van oplossingen voor de vastgoedmarkt.**

Ik vind het knap als jij iemand kan vinden die de zes kernwaarde van Reasult kan opnoemen, ik niet in ieder geval. **Ik denk dat de kernwaarde zijn: het zo snel mogelijk opleveren van software zonder te kijken naar de kwaliteit.** Dat is momenteel de kernwaarde van Reasult, wellicht een andere kernwaarde als die jij bedoelt. **Die ene kernwaarde is kwaliteit, maar die is al enige tijd over boord.** Dat komt niet goed tot uiting momenteel wat de economische markt met zich meebrengt. **Je kunt geen goede kwaliteit leveren omdat het product veel te snel bij de klant moet staan.** Als je het goed wilt doen, dan moet je heel anders te werk gaan. Niet zoals nu. Daar is iedereen, zelfs de directie, het over eens. **Kwaliteit is altijd het aandachtspunt van Reasult geweest, alleen is dat de laatste jaren door de druk van de markt weg.** Dat vind ik zelf best kwalijk.

In het begin ging dat heel anders: toen zorgden we dat het eerst goed was en toen ging het pas naar de klant. Nu gaat het eerst naar de klant en dan laten we de klant er ook eerst een beetje aan freubelen en dan hopen we dat er dingen gevonden worden. **De ultieme manier van werken, naar mijn mening, is hoe we het in het begin deden. Eerst goed doortesten tot een bepaald level dat je weet dat alles werkt.** Kijk, je haalt nooit alles eruit, dat is onmogelijk. Maar wel grotendeels. **Dat je naar een klant toegaat en er allemaal een goed gevoel over hebt en niet alleen de afdeling financiën. Nu is het heel vaak zo: het gaat naar een klant toe en dan hebben de afdeling sales en financiën er een goed gevoel over want hun werk is gedaan. Maar een afdeling P&S, project & services en software development hebben er dan geen goed gevoel over omdat we weten dat het niet goed doorgetest is.** Als het dan daarna fout gaat dan krijgt niet Sales & Financiën daar problemen van, maar dan ligt het wel weer bij software development en moet het binnen twee dagen opgelost zijn. Dat is vervelend. **Eerst kijken naar de kwaliteit en dan pas naar buiten toe met de producten.** Al zou je een goede markt hebben, dan pas doe je dat. **Ik ben het niet eens met de huidige gang van zaken, maar ik snap wel dat het gebeurt.**

Zelf vind ik de kernwaarden he-le-maal niet belangrijk, het is gewoon een of andere marketingtruc en voor de rest niks. Je moet gewoon zorgen dat je je spullen goed aflevert en als je iedere keer dat soort lijstjes handhaaft, dan haak ik af. Je moet een goed product leveren. **De kern is het leveren van een goed product en dat je je klanten tevreden houdt, daar hoeven geen lijstjes met kernwaarden voor samengesteld te worden.** Dat soort onzin krijg je echt bij kantoorbanen als mensen tijd over hebben. Als je tijd hebt om zulke dingen op papier te zetten, dan heb je gewoon teveel tijd. Ik ben meer van niet lullen maar doen. Je krijgt een opdracht binnen, die maak je en je levert het af aan de klant. Het zou die klant een worst wezen wat de kernwaarden zijn.

Wat betreft het inleven in de klant weet ik een mooi voorbeeld: We hebben een stuk software nu gebouwd, het is nog niet gereleased dat heet area development, maar er is nog geen klant geweest die er nog iets van gezien heeft. Het is klaar, maar inleven? Nee. We hebben zelf iets verzonnen en dat hebben we gemaakt en daarna gaan we eens kijken wat de klant ervan vindt. Dat zou andersom moeten gebeuren. **Wij maken iets waarvan we niet eens weten of de klant het wil. Is dat inleven? Ik denk het niet.**

**Iedereen is heel erg met zijn eigen ding bezig. In tegenstelling tot een jaar of 5 geleden zijn we nu geen team meer. We zijn afdelinkjes.** We doen alle mogelijke moeite om het bij elkaar te krijgen, maar de werkzaamheden brengen dit met zich mee. Het zou ons een worst wezen hoe José alle facturen boekt, als wij aan het eind van de maand ons salaris maar krijgen. Je werk is niet hetzelfde, dus je hebt overdag niks met elkaar te maken. Buiten werktijd zie ik geen collega’s, daar heb ik helemaal geen behoefte aan**. Inleven in de ander op zakelijk vlak kan meer maar op persoonlijk vlak hoeft dat niet: vrienden kies je, collega’s krijg je.**

**Er is absoluut een eilandjescultuur, maar die worden goed in stand gehouden.** Wil je dan net doen of je interesse hebt in andermans werk terwijl je daar helemaal niks mee van doen hebt? Het interesseert me niet hoe ze alle BTW wegboeken tegen vennootschapbelastingen van vorig jaar of iets dergelijks. **Je bent druk zat met je eigen ding en na het werk hoef ik geen collega’s te zien.**

**Toegewijd is intern heel hoog.** Het verbaast me af en toe dat er niet meer mensen weggaan gezien het feit dat er soms van links naar rechts, van voor naar achteren wordt geschoven wat betreft de richtingen en businessplannen die in week 5 getoond worden en in week 7 al niet meer gelden plus dat er soms met mensen gesold wordt.

Afspraken onderling vind ik het soms wel erg, daaruit komt het beroemde Reasult kwartiertje: als je een afspraak hebt zijn er steevast een aantal mensen die een kwartier te laat komen. Of dat je ’s ochtends op je werk komt en dat er ineens een afspraak ingepland staat voor 8.00 uur waarin er iets besproken wordt waar je je niet op kan voorbereiden maar waar wel een afspraak voor staat. **Dat soort dingen zijn echt slecht geregeld, mensen zijn heel slecht in het nakomen van afspraken. Daarin zijn wij niet betrouwbaar genoeg.**

**Waar ze hier ook heel slecht in zijn is in het dingen onthouden.** Ik heb wel eens eerder gepleit voor het maken van notulen bij vergaderingen. **Want er worden heel vaak dingen gezegd tijdens vergaderen, maar wanneer je die persoon er een (half) jaar later op aanspreekt dan is iedereen het vergeten.** Er zijn een aantal mensen die hebben wel een goed geheugen, zoals ik, die vergeten niks. Maar er zijn ook een heel aantal die wel vaak dingen vergeten. **Ik vind het normaal dat de voorzitter of een aangewezen persoon de afspraken opschrijft.** In het begin deden we dat ook, met een teamoverleg bijvoorbeeld, maar dat gebeurt gewoon niet meer. Met als gevolg dat als je hier de deur uitloopt drie kwart van de mensen vergeet wat hier gezegd is. **Er worden hier dingen besproken die later gewoon vergeten worden, maar waar je later wel op aangesproken wordt.**

**Ik zie helemaal niks terug van maatschappelijk betrokken.** Wat is nou maatschappelijk betrokken? Die paar centen die we per jaar geven aan een of ander kinderdorp. Is dat maatschappelijk betrokken? Ik weet het niet. **Ik vind dat geen enkel bedrijf maatschappelijk betrokken is, zeker hier niet: er wordt alleen maar gekeken naar winst maken.** Dat is niet maatschappelijk betrokken. Ik vind dat er meer aandacht besteed mag worden aan maatschappelijke betrokkenheid, maar het kost geld dus het zal niet gebeuren. Ik vind het sponsoren van sportevenementen (EuropaRun, Alphe d’uzes), dat vind ik maatschappelijk betrokken. **Ik heb er hier nog nooit iets van gezien.** Ik ben hier gewoon een werknemer hier die 40 uur per week in dienst is en that’s it.

**Ik heb weinig binding met hoe het bedrijf is. Vroeger wel, maar nu niet meer. Dat komt door de verharding, het is allemaal veel harder geworden.** Vroeger waren we een klein clubje waar we met elkaar de schouders eronder zetten. Nu zitten we gewoon met een stuk verharding, zeker vanuit directie naar de mensen toe. Dat kan ook niet anders naarmate het bedrijf groter wordt, het is ook logisch. Maar als werknemer zijnde verlies je dan een beetje binding, het is dan meer alleen je broodvoorziening. Of wij nou 8 miljoen winst maken of 8 ton verlies draaien, wij zien er niks van terug. Een directie wel, die krijgen een deel van de opbrengst, dat vind ik ook prima want die lopen ook veel meer risico.

Ik weet dat ik zelf wel genoeg doe aan maatschappelijke betrokkenheid, maar Reasult moet zelf weten of ze daar meer aandacht aan willen besteden. Ik vind dat op persoonlijk vlak ook veel belangrijker dan op bedrijfsvlak. Een bedrijf moet alleen winst maken.

**Wij zijn hartstikke innovatief alleen wordt het niet gezien.** Op softwaregebied hebben wij een framework gebouwd, dat is echt behoorlijk hoogstaand. **Daar zie je aan de voorkant niets van, daar ziet de klant niets van. Het wordt ook niet gewaardeerd. Wat wel gewaardeerd wordt, is als er een nieuwe button op de site staat die in plaats van vierkante ronde hoekjes heeft.** Dat wordt wel gewaardeerd, want dat zie je. Ik kan me voorstellen dat de afdeling sales en p&s dat niet ziet.

**Je ziet niet hoe alles aan de achterkant aan elkaar geknoopt zit. Dat is ook een beetje een gevolg van het feit dat wij niet echt een software huis zijn. Wij zijn een dienstverlener in de vastgoedwereld. Wij zijn geen softwarehuis. Dan zou je op een andere manier met je softwareontwikkeling om moeten gaan, wil je dat wel zijn.** **Nu zit het erbij, het wordt niet genoeg als basis genomen.** Zo is er ook niet ingestoken. Vroeger toen ik hier kwam werken had je twee takken, namelijk softwareontwikkeling en een stuk investmanagement. Gewoon het doen van onze projecten op basis van software. Die tak is al helemaal weg, dat is vastgoed rekenkamer geworden. Dus blijft softwareontwikkeling over alleen waar gaan we steeds meer naar toe: naar het leveren van diensten. Aart heeft tijdens de opening van dit pand gezegd: wij zijn geen softwarehuis, maar wij leveren gewoon diensten. Dat we daar toevallig wat software bij nodig hebben, het zij zo.

**Kwaliteit moet meer voorop komen te staan.** Ik prefereer een goedwerkend product, wat aan de achterkant helemaal in orde is, wat er dan aan de voorkant wat minder gelikt uitziet. **Het gaat om de kwaliteit en niet de mooie uitingsvormen aan de voorkant.** **Alleen iedereen is hier zo bezig met hoe het eruit ziet.** Tijdens de testperiode, wordt er door de meeste mensen pas op het laatste moment gekeken of de getallen wel kloppen die er staan. Dat is het lastigste gedeelte.

Kernwaarden vind ik onzin, je moet op een normale manier met elkaar omgaan, een goed product bouwen en de zooi verkopen. Kernwaarden, allemaal bla bla. Voor zowel mezelf als voor Reasult vind ik de kernwaarden niet belangrijk.

Als ik aan Reasult denk dan denk ik aan mijn werkgever, verder geen associaties.

Betrouwbaar, deskundig en serieus als drie best passende woorden kloppen wel, van buitenaf. We nemen ons soms zelf wel eens niet serieus, dan denken we van: we rommelen wat. Kan dat niet even zo of zo. Wij willen dan met een mooie oplossing komen, maar het moet allemaal snel zo. Een simpel voorbeeld is: **als je iets moet maken is het handig als je weet wát je moet maken. Maar vaak wordt hetgeen wat je moet maken niet gedefinieerd. Doe maar wat. Dan doe je iets, alleen dan is het niet goed. Dan krijg je te horen dat het niet goed is. Dan vind ik dat je elkaar niet serieus neemt.** Misschien dat het er wel serieus uitziet van de buitenkant. Als ze van de buitenkant hier komen kijken dan denken ze vast dat het hier er netjes uitziet, software is goed geregeld, wordt netjes geïnstalleerd, helpdesk. Allemaal best serieus. **Dat kan ik me wel van de buitenkant voorstellen. Ik denk alleen dat we intern elkaar wel eens niet serieus nemen.** Zo doen wij dan net zo terug, mensen komen met domme vragen dan geven wij domme antwoorden.

De minst passende woorden zijn modieus, innovatief en duurzaam. **Maar dat innovatief hier ook tussenstaat als minst passend woord?! Dat vind ik helemaal niet! Maar dat zijn mensen die alleen naar de voorkant kijken.** Modieus en duurzaam heb ik geen mening over, interesseert me ook helemaal niet. Want wat is nou duurzaam? De huidige uitstraling van het bedrijf interesseert met ook helemaal niet. Ik vind alleen de producten belangrijk.

**Hetgeen wat kenmerkend is gezien vanuit het werknemersperspectief is vrijheid. Als je goed genoeg bent dan heb je voldoende ruimte om je eigen werk in te delen en vrijheid te nemen en uiteraard ook te geven.** Dat vind ik een goede eigenschap van dit bedrijf. Maar van buitenaf? Ik heb geen idee hoe mensen tegen die bedrijf aan kijken.

**Van mijn werk uit gezien zie ik daarnaast diverse positieve punten, we hebben de kans om met de laatste technieken bezig te zijn, innovatief.** Ook al wordt het genoemd dat we het niet zijn, het is wel zo. We hebben een hoop dingen voor elkaar gekregen die een boel andere mensen niet gelukt is. Dit geldt niet voor alle afdelingen, de afdeling Reaforce zit noodgedwongen nog met de oude technieken te werken. Ik hoop dat dat binnenkort snel gaat veranderen. **Soepelheid en vrijheid zijn goede punten.**

**Daarentegen zie ik ook wel verbeterpunten, namelijk het aanhouden van een lijn. Wanneer er een businessplan wordt neergelegd, dat er dan ook een jaar aan gehouden wordt. Dat er niet ad hoc wordt gereageerd.** Dan weet ik wel wat Aart zegt: dat we flexibel moeten zijn. Maar als je met iets bezig bent en je bent voor 80% klaar en in een keer door de flexibiliteit moeten we in een keer helemaal naar rechts, waardoor je ineens iets compleet anders moet gaan doen, dan vind ik dat zonde van je werk. Dat vind ik echt jammer.

Vorig jaar werd er een businessplan gepresenteerd: we gaan op die manier werken, er wordt een term geuit – niemand weet wat het inhoudt behalve de softwareontwikkelaars want die zijn die methodieken gewend – de rest van het bedrijf heeft er nog nooit van gehoord maar wordt wel geacht ermee te werken. Niemand krijgt een cursus, dat is ten dode opgeschreven. 3 weken later is iedereen het alweer vergeten en wordt er gewoon weer op de oude weg doorgegaan. Dat gaat nu volgende week in het businessplan weer gebeuren, dan hoor je scrum. Die term wordt weer geroepen, maar degene die weten wat het inhoudt zijn de softwareontwikkelaars omdat wij met dat soort methodieken werken. De rest van het bedrijf heeft geen idee wat het is. **Maar wil je iedereen ermee laten werken, dan moet iedereen weten wat het inhoudt. Ik ben benieuwd of er nu wel cursussen mee gedaan worden. Ik denk het niet, ik denk dat iedereen het over 2 maanden weer vergeten is en dat er op de oude manier wordt verder gegaan. We zijn hier heel erg slecht in het houden van afspraken, wat ook hier weer in terug komt.**

**De reden waarom een bedrijf zaken moet doen met Reasult is vanwege het slimme personeel.** Er lopen echt slimme mensen rond. Ik weet niet of dat wel eens gebezigd wordt tijdens sales gesprekken of dat er alleen maar gekeken wordt naar de prijs. Dat zou ik een goed verkooppunt vinden. Wat ik wel graag zou willen zien is: je hebt een aantal bedrijven die zijn microsoft gecertificeerd en die zijn gold partner. Dit kan je heel makkelijk oplossen door ervoor te zorgen dat de programmeurs een certificaat van microsoft hebben. Het kost niet zo heel veel, maar het kost wel tijd en geld om het even te doen. Als je daar als bedrijf zijnde in investeert om dat te kunnen doen en je kunt die stempel op je website erbij zetten, dat helpt echt naar je klanten toe om zichtbaar maken hoe slimme mensen je in je bedrijf hebt zitten.

**De cultuur binnen Reasult is heel informeel, erg losjes.** Dit ervaar ik als zeer prettig. Ik was ook een keer bij een bedrijf employee 1336, dan ben je een nummer. Van mij hoeft het bedrijf ook helemaal niet groter te worden, maar de directie wilt alleen maar groeien en groeien. **Van mij mag het gewoon bij 25 man blijven, het zijn er nu al teveel vind ik. Van mij zou het wat kleiner mogen.**

**Op het moment dat je groter wordt en je locatie wordt groter, dan krijg je groepen die ook eigenlijk geen zin meer hebben / behoefte hebben om veel met elkaar te doen.** Wij vinden het prettig om eventjes te gaan wandelen, daar hebben we wel eens commentaar op gekregen waarom we niet samen eten. In mijn arbeidscontract staat dat ik tussen de middag recht hebben op een half uur voor mezelf. Als ik dan een frisse neus wil gaan halen, dan doen wij dat. Dat zijn dingen daar moet je gewoon vrij in zijn. Daar is één keer wat over gezegd, maar daarna ook niet meer.

Ik heb een keer een discussie gehad met de toenmalige directie, die vonden dat de PKS-en ’s avonds verplicht werden. Dat kun je vinden, alleen ik kom als het mij uitkomt. Ik word er niet voor betaald, ik word er niet beter van en 9 van de 10 keer hoor je dingen die al lang bekend zijn. Dan doe je het enkel maar om gezellig samen te eten, maar ik zit dan liever thuis bij mijn kinderen om te vragen hoe de dag was. Ik zit liever ‘s avonds aan tafel met mijn kinderen, dat vind ik 100x prettiger dan met mijn collega’s die ik de hele dag al zie. **Werk en privé houd ik graag gescheiden. Nu is het niet zo dat mensen hier niets van mijn privé leven af weten, zeker de directe collega’s weten daar genoeg van. Dat is een bewuste keuze en die moet je ook respecteren.**

De persoonlijke betrokkenheid is hier een stuk beter dan bij mij vorige werkgever, hier ben je gewoon Robert. – **Er wordt wel eens gezegd: ik ben trots op Reasult maar is Reasult ook trots op mij? Dat vind ik een hele goede!** Die is mooi, mag je een vinkje bijzetten. **Dat ervaar ik ook zo en ik denk dat veel mensen dat zo ervaren. Zoals ik al zei hebben wij verdomd goede mensen binnen het bedrijf, maar dat wordt heel weinig uitgesproken.** Eigenlijk is dat hetzelfde. **Er zou iets meer begrip getoond kunnen worden voor hetgeen dat je doet.** Wij zijn geen softwarehuis, wij zijn een bedrijf dat diensten aanlevert op digitale manier. De software is een klein deel daarvan. Aangezien uit je onderzoek gekomen is dat een van de minst passende woorden innovatief is, dat is absoluut niet uit onze hoek gekomen. Iets meer waardering / begrip voor elkaars werk. Ik heb heel veel waardering voor de afdeling Reafinance om een rapport in elkaar te zetten, dat zouden ze ongetwijfeld ook helemaal goed doen. Maar ik hoef er niet meer over te weten, maar ik heb er wel waardering voor.

Je kan elkaar best op de punten wijzen die gedaan moeten worden, maar je kunt daarna ook wel een grap maken. **Een combinatie van gezelligheid en humor met elkaar duidelijk op dingen wijzen.** Er zijn ook mensen die gaan ’s ochtends achter hun bureau zitten en die zitten de hele dag gefocust op hun computer en gaan ’s avonds weer weg. Ik zou het niet kunnen, op zijn tijd een lolletje moet ook kunnen. Op het moment dat je dat doet en je hebt wat meer lol in je werk, dan gaat je werk ook veel makkelijker. Stel je zit al 15 / 20 jaar bij een bedrijf en je kunt alleen maar je werk doen, dan duurt de dag lang. En als je een jaar of 45 bent en je moet nog tot je 65e, dan moet je niet het idee hebben dat je het nog 20 jaar moet ‘volhouden’ en eigenlijk toe bent aan iets anders. **Je moet echt zorgen dat je lol in je werk houdt** om dit soort berichten te voorkomen. **Het bedrijf moet je daarvoor de ruimte geven, dit doet Reasult.** We mogen een radiootje neerzetten en dat soort dingen. Wij lachen best veel, maar dat is ook alleen bij ons. Als je aan de andere kant komt is het een saaie boel, daar werkt ieder voor zich. Dan kan als je je daarbij prettig voelt, maar daarom heeft ook iedereen zijn eigen ding. Ze zijn hier ook dol op verhuizen, wij geven wel aan: houd er rekening mee, ons groepje is gewoon zoals wij zijn. Andrius is erbij gehaald door Pierre vanuit Litouwen, maar de andere jongens zijn door Michel en mij gescreend. Niet alleen vanwege de technische kwaliteiten, maar ook of ze als persoon erbij passen. Dat is niet voor niets dat wij zo met elkaar zijn. Andrius past in principe niet bij onze groep, of hij er nou wel of niet zit dat merk je niet. Met de interne verhuizing zeggen we ook dat ze er rekening mee moeten houden dat wij zijn zoals we zijn. Als dat niet gaat dan is dat heel jammer, maar we hebben het aangegeven. We kunnen niet onze persoonlijkheid veranderen. Gedrag kun je aanpassen maar je persoonlijkheid niet.

Er is geen enkele werkgever uniek. **Het is zo fijn om hier te werken vanwege de vrijheid die Reasult biedt en de kans om met innovativiteit te werken.**

**Ik verwacht van Reasult als werkgever dat ze meewerken aan mijn ambitieplan, maar dat gebeurt ook.** Daar zijn we mee begonnen en dat gaat gewoon. Ik ben nu 41 en ik heb aangegeven dat ik op mijn 45e niet meer wil programmeren. Dan wil ik naar het management toe. Daar ben ik mee begonnen, krijg onder andere communicatiecursussen. Er is me wel eerlijk gezegd: we weten niet of er plek voor is. Daar heb ik ook op gezegd dat wanneer dat er niet is, ik ergens anders ga zoeken. Dit is wel iets wat ik voor mezelf wil. Voorlopig geeft Reasult mij nog de ruimte om daarheen te groeien. Als er over 5 jaar blijkt dat die ruimte er niet is omdat we inkrimpen of dat de ruimte er niet is voor die functie dan is het voor beide kanten jammer. **Ze geven me er nu wel de ruimte voor en dat is toch welbewonderenswaardig.**

Ik zou het niet weten hoe mensen over Reasult denken, dan zou ik moeten gaan gokken. Wat heb je aan gokken? Dat is niets anders dan je persoonlijke fantasie naar buiten brengen. Ik hoor af en toe wel dingetjes van Sales, dat is de mening van Sales die ik nu dan zou gaan vertellen. Ik zou daarentegen willen dat mensen Reasult zien als een groep mensen die weten waar ze het over hebben. Ik weet niet of dat zo is.

**Ik wil vooral niet bekend staan als graaiers, die alleen maar een hoop geld willen hebben voor hun software maar de rest is bagger. Op het moment dat je dat hebt dan is het heel snel gebeurd.**

**Over 5 jaar zie ik Reasult kleiner en effectiever.** Dat staat compleet tegenover het beeld van de directieleden. **Effectiever op de manier van beter naar klanten luisteren, zoals we in het begin wel deden.** **De software bouwen zoals de klant dat wil en niet zoals we zelf denken dat het moet.** Uit arrogantie willen wij dat intern nog wel eens denken en dan bouw je gewoon echt software / oplossingen waar de klant wellicht niet eens op zit te wachten. We zouden daarentegen software moeten bouwen zoals de klant het wilt, zonder dat het echt maatwerk wordt. Dan heb je gewoon een effectiever programma, productsuite die je aan klanten kan aanbieden.

**Het is de kunst om niet naar een klant te luisteren maar naar een stuk of 5-10, waar we de gebruikersdagen voor hebben, om de wensen van de klant te horen te krijgen.** Op het moment dat 8 klanten iets willen dan doe je dat erin, maar dat is je standaard. Dat de overige 2 klanten dat niet nodig hebben, dat kan, maar je hoeft het niet te gebruiken maar het zit er dan wel in. Reaforce is ook op die manier ontstaan. Dat heeft ook tot gevolg dat op een gegeven moment klanten waren die zeiden het is veel te complex, er zit veel te veel in. Dat is een risico dat je neemt. Maar omdat wij een zo breed mogelijk scala van klanten willen bedienen, dan moet je dat op die manier doen. **Als je het idee van maatwerk ingaat dan wil klant a,b,c en d allemaal wat anders. Daar hebben wij het kundig projectmanagement niet voor.** Ik stel voor dat we de afdeling projectmanagement eruit gooien en het extern inhuren zodat we mensen krijgen die er wel wat van snappen. Ten tweede moet je dusdanig groot worden, want dan moet je zorgen dat je voor iedere klant een accountmanager en een technische minimaal hebt die alles weten van de klant. Dat gaat nooit. **Kiezen voor de grootste gemene deler en die wensen implementeren.**

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* Volgens mij zijn wij gewoon een bedrijf wat geld verdient door het maken van software voor de vastgoedmarkt. De visie is om daarmee marktleider te worden.Volgens mij is de officiële missie dan het leveren van oplossingen voor de vastgoedmarkt.
* Ik denk dat de kernwaarde zijn: het zo snel mogelijk opleveren van software zonder te kijken naar de kwaliteit. Die ene kernwaarde is kwaliteit, maar die is al enige tijd over boord. Je kunt geen goede kwaliteit leveren omdat het product veel te snel bij de klant moet staan. Kwaliteit is altijd het aandachtspunt van Reasult geweest, alleen is dat de laatste jaren door de druk van de markt weg.
* De ultieme manier van werken, naar mijn mening, is hoe we het in het begin deden. Eerst goed doortesten tot een bepaald level dat je weet dat alles werkt. Dat je naar een klant toegaat en er allemaal een goed gevoel over hebt en niet alleen de afdeling financiën.
* De kern is het leveren van een goed product en dat je je klanten tevreden houdt, daar hoeven geen lijstjes met kernwaarden voor samengesteld te worden.
* Wij maken iets waarvan we niet eens weten of de klant het wil. Is dat inleven? Ik denk het niet.
* Iedereen is heel erg met zijn eigen ding bezig. In tegenstelling tot een jaar of 5 geleden zijn we nu geen team meer. We zijn afdelinkjes. Er is absoluut een eilandjescultuur maar die worden goed in stand gehouden.
* Toegewijd is intern heel hoog. Het verbaast me af en toe dat er niet meer mensen weggaan gezien het feit dat er soms van links naar rechts, van voor naar achteren wordt geschoven wat betreft de richtingen en businessplannen die in week 5 getoond worden en in week 7 al niet meer gelden plus dat er soms met mensen gesold wordt.
* Mensen zijn heel slecht in het nakomen van afspraken. Daarin zijn wij niet betrouwbaar genoeg. Waar ze hier ook heel slecht in zijn is in het dingen onthouden. Er worden hier dingen besproken die later gewoon vergeten worden, maar waar je later wel op aangesproken wordt.
* Ik zie helemaal niks terug van maatschappelijk betrokken, ik heb er hier nog nooit iets van gezien. Ik vind dat geen enkel bedrijf maatschappelijk betrokken is, zeker hier niet: er wordt alleen maar gekeken naar winst maken.
* Wij zijn hartstikke innovatief alleen wordt het niet gezien. Op softwaregebied hebben wij een framework gebouwd, dat is echt behoorlijk hoogstaand. Daar zie je aan de voorkant niets van, daar ziet de klant niets van. Het wordt ook niet gewaardeerd. Wat wel gewaardeerd wordt, is als er een nieuwe button op de site staat die in plaats van vierkante ronde hoekjes heeft.
* Kwaliteit moet meer voorop komen te staan. Het gaat om de kwaliteit en niet de mooie uitingsvormen aan de voorkant. Alleen iedereen is hier zo bezig met hoe het eruit ziet.
* Als je iets moet maken is het handig als je weet wát je moet maken. Maar vaak wordt hetgeen wat je moet maken niet gedefinieerd. Doe maar wat. Dan doe je iets, alleen dan is het niet goed. Dan krijg je te horen dat het niet goed is. Dan vind ik dat je elkaar niet serieus neemt.

Als ze van de buitenkant hier komen kijken dan denken ze vast dat het hier er netjes uitziet, software is goed geregeld, wordt netjes geïnstalleerd, helpdesk. Allemaal best serieus. Dat kan ik me wel van de buitenkant voorstellen.

* Hetgeen wat kenmerkend is gezien vanuit het werknemersperspectief is vrijheid. Als je goed genoeg bent dan heb je voldoende ruimte om je eigen werk in te delen en vrijheid te nemen en uiteraard ook te geven.
* Van mijn werk uit gezien zie ik daarnaast diverse positieve punten, we hebben de kans om met de laatste technieken bezig te zijn, innovatief. Soepelheid en vrijheid zijn goede punten.
* Daarentegen zie ik ook wel verbeterpunten, namelijk het aanhouden van een lijn. Wanneer er een businessplan wordt neergelegd, dat er dan ook een jaar aan gehouden wordt. Dat er niet ad hoc wordt geregeerd.
* Wil je iedereen met bepaalde technieken laten werken, dan moet iedereen weten wat het inhoudt. Ik ben benieuwd of er nu wel cursussen mee gedaan worden. Ik denk het niet, ik denk dat iedereen het over 2 maanden weer vergeten is en dat er op de oude manier wordt verder gegaan. We zijn hier heel erg slecht in het houden van afspraken, wat ook hier weer in terug komt.
* De reden waarom een bedrijf zaken moet doen met Reasult is vanwege het slimme personeel.
* De cultuur binnen Reasult is heel informeel, erg losjes. Een combinatie van gezelligheid en humor met elkaar duidelijk op dingen wijzen. Je moet echt zorgen dat je lol in je werk houdt , het bedrijf moet je daar de ruimte voor geven en dit doet Reasult.
* Zoals ik al zei hebben wij verdomd goede mensen binnen het bedrijf, maar dat wordt heel weinig uitgesproken. Er zou iets meer begrip getoond kunnen worden voor hetgeen dat je doet.
* Ik verwacht van Reasult als werkgever dat ze meewerken aan mijn ambitieplan, maar dat gebeurt ook. Ze geven me er nu wel de ruimte voor en dat is toch welbewonderenswaardig.
* Ik wil vooral niet bekend staan als graaiers, die alleen maar een hoop geld willen hebben voor hun software maar de rest is bagger. Op het moment dat je dat hebt dan is het heel snel gebeurd.
* Over 5 jaar zie ik Reasult kleiner en effectiever. Effectiever op de manier van beter naar klanten luisteren, zoals we in het begin wel deden. De software bouwen zoals de klant dat wil en niet zoals we zelf denken dat het moet.
* Het is de kunst om niet naar een klant te luisteren maar naar een stuk of 5-10, waar we de gebruikersdagen voor hebben, om de wensen van de klant te horen te krijgen. Kiezen voor de grootste gemene deler en die wensen implementeren.

Reasult – Interview, Fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? We zijn een bedrijf wat geld verdient door het maken van software voor de vastgoedmarkt. De visie is om daarmee marktleider te worden.De officiële missie is dan het leveren van oplossingen voor de vastgoedmarkt.

Kwaliteit Momenteel wordt de software zo snel mogelijk opgeleverd zonder te kijken naar de kwaliteit. Kwaliteit is altijd het aandachtspunt van Reasult geweest, alleen is dat de laatste jaren door de druk van de markt weg. Het moet meer voorop komen te staan, alleen is iedereen hier zo bezig met hoe het eruit ziet.

Inleven in de ander Wij maken iets waarvan we niet eens weten of de klant het wil. Is dat inleven? Ik denk het niet.

Eilandjescultuur Iedereen is heel erg met zijn eigen ding bezig. In tegenstelling tot een jaar of 5 geleden zijn we nu geen team meer. We zijn afdelinkjes. Er is absoluut een eilandjescultuur maar die worden goed in stand gehouden.

Betrouwbaar Mensen zijn heel slecht in het nakomen van afspraken. Daarin zijn wij niet betrouwbaar genoeg.

Maatschappelijk betrokken Ik zie helemaal niks terug van maatschappelijk betrokken, ik heb er hier nog nooit iets van gezien. Ik vind dat geen enkel bedrijf maatschappelijk betrokken is, zeker hier niet: er wordt alleen maar gekeken naar winst maken.

Innovatief Wij zijn hartstikke innovatief alleen wordt het niet gezien. Dat zijn dingen waar je aan de voorkant en dus de klant, niets van ziet. Het wordt ook niet gewaardeerd. Wat wel gewaardeerd wordt, is als er een nieuwe button op de site staat..

Serieus Vaak wordt hetgeen wat je moet maken niet gedefinieerd. Vervolgens doe je iets, wat niet goed is wat je dan te horen krijgt. Dan vind ik dat je elkaar niet serieus neemt. Als ze van buitenaf hier komen kijken dan ziet het er allemaal netjes uit, best serieus. Dus van de buitenkant komen we serieus over.

Goede werkgever Hetgeen wat kenmerkend is gezien vanuit het werknemersperspectief is vrijheid. Als je goed genoeg bent dan heb je voldoende ruimte om je eigen werk in te delen en vrijheid te nemen en uiteraard ook te geven. Daarnaast krijg ik de kans om met laatste technieken bezig te zijn en is er veel soepelheid. Je werkt samen met heel veel slimme mensen. Zij geven mij de ruimte tot ontwikkeling, dat is bewonderenswaardig.

Cultuur De cultuur binnen Reasult is heel informeel, erg losjes. Een combinatie van gezelligheid en humor met elkaar duidelijk op dingen wijzen.

Waardering Wij hebben goede mensen binnen het bedrijf, maar dit wordt heel weinig uitgesproken. Er zou meer begrip getoond kunnen worden voor hetgeen je doet.

Imago Ik wil vooral niet bekend staan als graaiers, die alleen maar een hoop geld willen hebben voor hun software maar de rest is bagger. Op het moment dat je dat hebt dan is het heel snel gebeurd.

Aanpak We moeten beter naar klanten luisteren. De software bouwen zoals de klant dat wilt en niet zoals we zelf denken dat het moet. Kiezen voor de grootste gemene deler en die wensen implementeren. Wanneer de software aan de klant wordt gepresenteerd, moet iedereen daar een goed gevoel over hebben; eerst goed doortesten en dan pas tonen. Daarnaast moet er een lijn aangehouden worden, het volgen van een businessplan in plaats van ad hoc reageren.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief**

**- Negatief Inleven in de ander** - Wij maken iets waarvan we niet eens weten of de klant het wilt, dus inleven in de ander? Nee.

**Kwaliteit** - De kwaliteit is altijd aandachtspunt geweest, alleen is deze door de druk van de markt weg

- Momenteel wordt de software zo snel mogelijk opgeleverd zonder dat er gekeken wordt naar de kwaliteit  
- Het moet meer voorop komen te staan, alleen is iedereen hier zo bezig met hoe het eruit ziet

**Eilandjescultuur** - Iedereen is heel erg met zijn eigen ding bezig. In tegenstelling tot vijf jaar geleden zijn we nu geen team meer, we zijn afdelinkjes  
- We zijn absoluut eilandjes, maar die worden goed in stand gehouden

**Betrouwbaar** - Mensen zijn heel slecht in het nakomen van afspraken. Daarin zijn wij niet betrouwbaar genoeg

## Interview 2

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**Wij proberen met mooie software koploper te worden in vastgoedland. Door mooie oplossingen te bedenken voor onze klanten, onze klanten daarmee een stap verder te brengen.** Dit is wel het belangrijkste doel waar wij steeds mee bezig zijn. Daarbij ligt de nadruk op **softwareontwikkeling**. We doen daarnaast een stukje consultancy gewoon voor begeleiding om onze software te implementeren maar **we zijn geen adviesbedrijf**. We gaan niet zeggen, je moet je portefeuille op die en die manier insteken. Qua contultancy begeleiden we en leiden we mensen op. We gaan niet echt adviezen geven. Niet “wat een slecht project daar zal ik maar afscheid van nemen.” Dat is prima zo: als je het anders zou doen zit je in een hele andere tak van sport. **Ik weet niet of dit HET beste is, maar dit is hetgeen waar wij als Reasult voor gekozen hebben.** Vastgoed rekenkamer zitten wel meer in het geven van adviezen, die gebruiken onze software om ook meer adviezen te geven. Dat is een andere rol.

De kernwaarden van Reasult zou ik als volgt omschrijven. **Kwaliteit hoog in het vaandel hebben**. Goede software moeten maken, wat rekenkundig ook allemaal klopt. Het liefst wat er ook een beetje mooi uit ziet, maar kwaliteit moet wel voorop staan. We willen innovatief zijn en maatschappelijk verantwoord bezig zijn.

Wij proberen wel denk ik altijd de klant zo goed mogelijk van dienst te willen zijn. De klant wil vaak heel veel, terwijl wij standaardsoftware bieden binnen een bepaald framework. **Niet alles wat een klant wil, kan ook.** We vinden het vervelend om nee te zeggen. Soms moeten we het juist wel zeggen, nee. Uiteindelijk is het nu vaak zo, omdat het eigenlijk niet kan, dat het toch niet werk. Je kan beter zeggen: dat stukje doen we niet, anderen zijn er die beter kunnen. Beter dan een halve oplossing te zoeken. Uiteindelijk is het toch net niet wat de klant wil. **Inleven in de klant is goed, ook is goed om nee te zeggen: duidelijkheid.** Je kan niet op alles ja zeggen, dat gaan we voor je doen.

**We proberen echt wel om voor de klant dingen te doen. Soms lukt dat niet altijd.** Wij kunnen niets afdwingen bij de klant, soms zeggen ze dan dus dat ze het zelf kunnen terwijl je later hoort: het is een moeilijk pakket – het is een black box. **Dit voorkomen? Niet afdwingen, maar misschien inbouwen in het contract.** Iets meer diensten vooraf in opnemen. Nu: elk dagje kost meer geld. Doe dus maar niet al die extra uurtjes – soms is er juist wel hulp nodig, om het zelf uit te zoeken is niet altijd handig. Dus inbouwen in het oorspronkelijke contract / bij het sluiten van een deal om **vooraf die service te bieden.** Het betreft software, opleiding, aantal dagen ondersteuning. Om negativiteit in de toekomst te voorkomen.

Toegewijd aan het bedrijf; **ik denk in zijn algemeenheid dat mensen heel serieus met hun werk bezig zijn en daar echt wat van willen maken. Geen 9-5 mentaliteit.** Als het af moet, dan gebeurt dat. **Planningen worden echter niet altijd gehaald, zijn we minder goed in!** Mensen zijn wel heel toegewijd bezig met hun werk, grote bereidheid om elkaar te helpen.

Er zijn mensen waar je minder mee te maken hebt, daarvan weet je niet precies wat die doen. Je spreekt elkaar wel regelmatig, met de lunch, maar wat ze precies doen? Geen idee. Je kunt ook niet alles van iedereen weten. **Je kunt daarentegen wel bij iedereen terecht voor vragen. Kennis kan goed worden gedeeld.** Globaal weet je wel wat er gebeurt – de maandagmiddag mededelingen: ik hoef het niet te weten van iedereen, daardoor kom ik niet aan mijn eigen werkzaamheden toe.

**Ja, ik vind Reasult erg betrouwbaar. Komen onze contracten na**. Feeling met de klant houden, qua helpdesk. Is altijd iemand en wordt ook snel opgepakt, niet afgeraffeld maar serieus behandeld. We nemen de klant ook serieus. Hebben ze behoefte aan nog extra ondersteuning? Dat kan. Wordt niet veel gebruik van gemaakt. Nieuwe uitroll van releases, alle klanten worden benaderd – wil je dat we dat komen toelichten? We bieden heel veel dingen aan, maar niet iedereen maakt er gebruik van. Dat is jammer, ondersteuning is wel prettig om te kunnen geven. Maar mensen zoeken zelf contact met de helpdesk, **er kan meer contact komen vanuit Reasult naar de klant toe.** Kunnen niet uitgaan van: geen bericht is goed bericht. Consultants / sales – minimaal 1x per jaar langs gaan bij een klant. Hoe werkt het nou? Tevreden? Wensen? Opmerkingen**? Initiatief meer bij Reasult leggen, zelf naar de klant toe! Mensen actief benaderen, ook voor nieuwe modules, cross-sell.** ‘Aftersales’ – zelf contact opnemen , een bezoek plannen. Is al wel eens besproken, maar door tijdgebrek in het verleden niet opgepakt.

**We willen innovatief zijn en maatschappelijk verantwoord bezig zijn. Maar hoe uit zich dat?** Ik weet niet zo heel goed waar dat zich in uit. Dat je iets doet waar je omgeving niet slechter van wordt, lijkt mij wel belangrijk. Hoe zich dat in Reasult vertaalt, zie ik niet dagelijks iets van terug. Hoe zou dit dan wel naar voren zou komen? Moeilijk, maar misschien meer aan goede doelen doen. **Het kerstpakket zou anders kunnen worden besteed. Bijvoorbeeld een Max Havelaar pakket, of het kerstpakket afschaffen en je doet met dat geld iets voor een stichting. Hoeft niet alleen daarin geuit te worden, kan ook in andere dingen geuit worden. Meer de dagelijkse dingen.** Geen essentieel belang, maar als Reasult dit wel als een van de kernwaarden uitdraagt: waar uit dit zich dan in??**Of je moet er niet mee te koop lopen dat je het doet, of je moet het beter doen?** Persoonlijk vind ik wel dat het iets meer aandacht mag krijgen.

Reaforce is allemaal nog in Delphi, dat is niet het meest innovatieve. Rearisk enz. zijn nu meer als webapplicatie gemaakt, daar gaat het steeds meer naartoe. Aart Zandbergen is ook meer aan het promoten dat het meer op een I-Pad moet. Overal zou je met Reaforce applicaties moeten kunnen werken. **Spelen wij daar genoeg op in? We proberen het, maar gebeurt het snel genoeg? Je kunt aan de andere kant ook niet overal altijd in meegaan. Dingen die nu nog goed werken en waar klanten tevreden over zijn qua techniek, moet dit dan op de kop gooien?**

**Innovatie kan ook zitten in de oplossing die je aanbiedt. Daar proberen we wel nieuwe ontwikkelingen bij te houden. Of dat dat altijd lukt, is de vraag. Je loopt uiteindelijk altijd achter dingen aan – inspelen op trends.** We zijn geen trendzetter maar trendvolger. Wil je wel zijn, maar is moeilijk. Een klant weet ook niet hoe dingen technisch in elkaar zitten, of het nou geavanceerd is – het moet het gewoon doen. Innovatief in hoe je dingen aanbiedt, het moet allemaal mooi en makkelijk zijn – ook daar zijn mogelijkheden. **Het moet altijd een aandachtspunt blijven.**

Marketing: actief om social media erbij te betrekken. Twitter – LinkedIn – ik maak er zelf geen gebruik van! Daar wordt wel ingespeeld op nieuwe ontwikkelingen.

Kwaliteit staat hoog in het vaandel. Iedereen wil op zijn/haar gebied de kwaliteit hoog houden. **Kwaliteit samen met betrouwbaarheid zijn de meest geïmplementeerde kernwaarden in het bedrijf.** Ja, ik vind kwaliteit erg belangrijk. Ook dat mensen ons een betrouwbaar bedrijf vinden. MVO: ik zie dat niet? Waar uit zich dat dan in?

Als ik aan Reasult denk dan denk ik aan: **leuk bedrijf om voor te werken. Ook een goed bedrijf om voor te werken.** Ik werk hier bijna 10 jaar, ik vind dat we met mooie en goede dingen bezig zijn.

**Vakinhoudelijk hebben we veel goede mensen op technisch vlak qua ontwikkeling of vakinhoudelijk, kennis van vastgoedmarkt.** Consultants die implementaties goed kunnen begeleiden. Ook dat we naar buiten toe serieus overkomen. **Vakinhoudelijk weten waar je het over hebt - serieus genomen worden.** Ik vind dat je naar de klant toe een serieuze indruk moet maken, maar naar binnen moet je ook wel een geintje kunnen maken. Je wilt overkomen als een serieus bedrijf. Zien als een compliment.

Het mag wat flashier, het lijkt heel leuk op een I-pad mooie dingen naar voren halen. Maar wat staat er nou? Klopt het ook. **Je kunt mooie dingen laten zien, maar het gaat om de inhoud – kwaliteit. Flashy dingen zien mensen en onthouden ze. Het zou samen kunnen gaan. Het zou beter kunnen! Daarmee lopen wij niet voorop!!** Kwaliteit als basis, met iets flitsender uitstraling. Verkiest hij een goed werkende applicatie boven een flitsender applicatie maar wat wel foutgevoeliger is / vaker de helpdesk nodig. Waar ligt de behoefte?

Kwaliteit is belangrijk, anders heb je geen overleving als bedrijf. Als een betrouwbaar bedrijf overkomen. **Kenmerkend is dat wij helemaal gericht zijn op de vastgoedbranche.** We willen graag leider in die markt zijn. Duidelijke focus waar we verstand van hebben, bewuste keuze.

Leuk bedrijf om voor te werken met een **open cultuur**. Vind ik prettig en voel me thuis in de sfeer. Het werken in de teams vind ik leuk. **Het werken met vrij kleine teams is prettig.** Nu met 40-45 mensen lastig samen te werken. Als wij iets met reaforce iets doen heeft het gevolgen met reafinance en rearisk. Als wij iets doen moeten de anderen daar ook in mee. **Het overleggen neemt dus nu al meer tijd in beslag, omdat je als organisatie groter wordt.** Vind ik jammer. Je merkt dus, hoe groter het bedrijf wordt, zit je in steeds meer overlegjes. Het moet wel gewoon gebeuren, overleggen worden formeler – maar is niet altijd het leukste stuk.

De markt om ons heen is aan het veranderen, klanten hebben het moeilijk. Ontslaan – licenties niet meer nodig, onderhoudscontract kan terug. Dus**: flexibeler zijn in het aanbieden van producten.** **Mensen hoeven niet de volledige module af te nemen maar alleen bepaalde functionaliteiten waar ze daadwerkelijk gebruik van willen maken. Je kunt dan dus de prijs differentiëren, maakt het aantrekkelijker voor de klant. I.p.v. licenties kopen, huren. Meer flexibeler zijn naar de klant, wat die nodig heeft.** Niet per se het hele pakket als die maar een gedeelte wilt afnemen. Marktontwikkelingen te blijven volgen en ook op in te spelen. Je bent trendvolger, daar moet je zo goed mogelijk mee omgaan.

Intern merk ik niet echt dat mensen veranderen door de moeilijke periode. Dat mensen elkaar nu anders benaderen / elkaar niet meer helpen enz. Reaforce groepje nog steeds gemoedelijke sfeer, weet alleen niet goed hoe het bij anderen zit.

**Wij zijn een toegevoegde waarde voor de klant door het aanbieden van goede software waardoor projectportefeuilles goed beheerd kunnen worden. Goed overzicht.** Iedereen werkt met Excel, werkt op zich prima maar als bedrijf is het moeilijk om rekenfouten buiten te blijven. Flexibiliteit is de grootste valkuil van Excel. Toegevoegde waarde die wij bieden is dat je alles in een systeem kan gooien, wat een goede database is. Gegevens zijn geborgd, alles op een eenduidige manier, beter en sneller analyses en rapportages maken. Je signaleert eerder veranderingen waardoor je eerder kan bijsturen. **Dingen beter inzichtelijk waardoor je er beter op kan sturen!** Informatievoorziening beter op orde.

**Betrouwbaar bedrijf, die een klant ook zo goed mogelijk wil helpen om het goed te doen.** Dat zal een ander bedrijf ook wel zijn, alleen de software zoals wij hem aanbieden hebben wij nog weinig andere partijen gezien die hetzelfde leveren. Reasult is **betrouwbaar en behulpzaam.**

**Open cultuur**, voel me er in thuis. Fijn. Ik verwacht niet dat iemand elke dag gaat zeggen; goed gedaan. Je bent hier om je werk te doen, als je het niet goed doet dan krijg je het wel te horen. Zolang je niks hoort, gaat het goed. Hoeft niet elke dag bevestigd te worden. **Moet wel bevestigd worden in voorwaarden en salaris en dergelijke. Daar moet het wel in uiting komen.**

**Veel vrijheid**, lekker. Maar geen misbruik van maken. **Flexibele werktijden, mogelijkheid tot thuiswerken, je salaris.** Goed geregeld. Kinderopvang regeling? Geen idee, n.v.t.

**Dingen die niet goed gaan, daar elkaar soms meer over aanspreken. Dat gebeurt nu nog te weinig.** Het hoeft niet alleen maar leuk te zijn, er moeten ook deadlines gehaald worden. **Ook aangeven als mensen in gebreken blijven, in plaats van op zijn beloop te laten.** Ik heb wel het idee dat mensen wel heel toegewijd zijn en dingen proberen voor elkaar te krijgen. Een gedeelte hangt ook samen met het plannen van dingen, soms niet altijd realistisch van dingen – te optimistisch. Doordat dingen bij voorbaat al langer duren. Soms de klant wil iets, willen we geen nee zeggen, moet er tussendoor gebeuren, gooit de hele planning op zijn kop. Intern en extern vaker nee zeggen. **Duidelijkheid en vasthouden aan de planning. Realistisch zijn!**

**De producten vind ik leuk, de vastgoedbranche vind ik leuk.** Klanten leuk, commercieel en woningcorporaties, vastgoedwereldje leuk – bewust voor gekozen. **Niet een al te groot bedrijf met een open cultuur, fijn werken.** Je kent elkaar. Meer contact met iedereen - prettig. Niet meer zo snel een heel groot bedrijf opzoeken. **Hier kunnen dingen toch wat sneller en informeler geregeld worden.**

Dat het een goede werkgever blijft. Ik heb zelf niet veel te klagen, anders zou ik het gewoon zeggen. Als er wat is, is er wel ruimte om het aan te kaarten. Of ze er altijd wat mee doen is een tweede. **Je kunt het wel zeggen als je het er niet mee eens bent. Er wordt in ieder geval wel naar geluisterd.**

Beloningen zijn bovengemiddeld, in ieder geval het zit niet onder het gemiddelde. We hebben niet zo heel veel te klagen. **Flexibiliteit hoog**. Als je twee uur later komt, eigen verantwoordelijkheid om die uren te compenseren. Mensen moeten er geen misbruik van maken, maar de mogelijkheid is er wel. Dat is voor heel veel mensen wel een pluspunt. Geen 9-5, als het moet blijf je iets langer, maar staat tegenover dat je een keer een uur wat later kan komen. **Geven en nemen. Dat is goed in balans.**

Dat we bij onze bestaande klanten, het merendeel, wel een **goed imago** hebben. Bij prospects is dat lastig, horen zij van het eerst voor ons doordat iemand van ons ze gaat bellen / mailing / seminar. Wat de reden om ons te benaderen weet ik eigenlijk niet. Alhoewel we ook zien dat een aantal klanten de samenwerking opzeggen. Ik weet niet of dat nou komt door marktomstandigheden of door ontevredenheid. Ik weet ook niet of wij daar voldoende proberen achter komen. Aantal klanten: te moeilijk / inflexibel. Dat probeer je dan toch positief terug te draaien, maar als eenmaal negatief beeld is – moeilijk om dat om te buigen. Zou dat dan anders kunnen? Voorkomen dat het zover komt. Zou kunnen door klanten actiever te benaderen. **Als klanten verloren gaan, beter te analyseren.**

Ik zou niet willen dat men over ons spreekt als een onbetrouwbaar bedrijf. Kwaliteit en betrouwbaar zijn essentieel, als je die twee kwijt raakt kun je het schudden daarna. Als afspraken niet nagekomen worden / het werkt voor geen meter.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* Wij proberen met mooie software koploper te worden in vastgoedland. Door mooie oplossingen te bedenken voor onze klanten, onze klanten daarmee een stap verder te brengen. Daarbij ligt de nadruk op softwareontwikkeling, we zijn geen adviesbedrijf. Ik weet niet of dit HET beste is, maar dit is hetgeen waar wij als Reasult voor gekozen hebben.
* Kwaliteit hebben we hoog in het vaandel staan, maar niet alles wat de klant wil kan ook. Inleven in de klant is goed, maar het is ook goed om nee te zeggen en duidelijkheid te scheppen. We proberen echt wel voor de klant dingen te doen, maar soms lukt dat niet altijd. We moeten het niet afdwingen, maar het kan ingebouwd worden in het contract zodat vooraf de service al geboden wordt.
* Mensen zijn heel serieus bezig met hun werk en willen er ook echt wat van maken. Geen 9-5 mentaliteit. Planningen worden echter niet gehaald, daar zijn we minder goed in. Je kunt bij iedereen terecht voor vragen, kennis wordt op een goede manier gedeeld.
* Reasult is een betrouwbare partner, we komen onze contracten na. Er kan echter meer contact gezocht worden met de klant vanuit Reasult. Mensen actief benaderen, ook voor nieuwe modules met het oog op cross-sell.
* We willen innovatief zijn en maatschappelijk verantwoord bezig zijn, maar hoe uit zich dat? Of je moet er niet mee te koop lopen of je moet het beter doen. We proberen wel in te spelen op nieuwe ontwikkelingen, maar gebeurt het snel genoeg? Je kunt daarentegen ook niet altijd overal in meegaan. Dingen die nu nog goed lopen en waar klanten tevreden over zijn, moet je dit dan omgooien? Het moet altijd een aandachtspunt blijven. Kwaliteit en betrouwbaar zijn het meest geïmplementeerd in het bedrijf.
* Het kerstpakket zou anders kunnen worden besteed. Bijvoorbeeld een Max Havelaar pakket, of het kerstpakket afschaffen en je doet met dat geld iets voor een stichting. Hoeft niet alleen daarin geuit te worden, kan ook in andere dingen geuit worden. Meer de dagelijkse dingen.
* Reasult is een leuk en goed bedrijf om voor te werken. Vakinhoudelijk hebben we veel goede mensen, kennis van de vastgoedmarkt. We weten waar we het over hebben, we worden serieus genomen. Dat is kenmerkend voor Reasult, gericht op de vastgoedbranche. Qua producten mag het wat flashier, maar het gaat wel om de inhoud. Het zou samen kunnen gaan, het zou beter kunnen, daarin lopen wij niet voorop!
* Het aanbieden van producten mag flexibeler. Mensen zouden niet de hele module af te hoeven nemen als ze maar een gedeelte nodig hebben waar ze daadwerkelijk gebruik van maken. Je kunt dat de prijs differentiëren, dit maakt het aantrekkelijker voor de klant. In plaats van licenties kopen, zou je ze ook kunnen huren.
* We zijn een toegevoegde waarde voor de klant door het aanbieden van goede software. Daarnaast zijn we een betrouwbare partner die een klant zo goed mogelijk wil helpen om het goed te doen. Reasult is betrouwbaar en behulpzaam.
* Reasult is een fijne werkgever door de open cultuur, flexibele werktijden, mogelijkheid tot thuiswerken het salaris. Beloningen hoeven van mij niet dagelijks geuit te worden, als er wat is dan kun je dit zelf melden. Het kan en moet wel geuit worden in de vorm van voorwaarden, salaris en dergelijke. Als er dingen niet goed gaan mogen mensen elkaar daar vaker op aanspreken, dat gebeurt nu nog te weinig. Er moet ook aangegeven worden als mensen in gebreken blijven in plaats van het op zijn beloop te laten. Planningen worden te realistisch ingericht, men moet realistischer zijn. Duidelijkheid en ook vasthouden aan de planning.
* Reasult is voor mij een prettige werkgever vanwege de producten, branche en klanten die mij aanspreken. Het bedrijf is niet al te groot met een open cultuur wat prettig werkt. Dingen kunnen sneller en informeler geregeld worden. Flexibiliteit is hoog, geven en nemen is goed in balans.
* Ik verwacht dat we bij klanten een goed imago hebben. Als er klanten verloren gaan mag dit beter geanalyseerd worden. Ik wil niet dat Reasult bekend staat als een onbetrouwbaar bedrijf, als je kwaliteit en betrouwbaar kwijtraakt kun je het schudden daarna.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? Wij proberen met mooie software koploper te worden in vastgoedland. Door mooie oplossingen te bedenken voor onze klanten, onze klanten daarmee een stap verder te brengen. Daarbij ligt de nadruk op softwareontwikkeling, we zijn geen adviesbedrijf. Ik weet niet of dit HET beste is, maar dit is hetgeen waar wij als Reasult voor gekozen hebben.

Inleven in de klant Kwaliteit hebben we hoog in het vaandel staan, maar niet alles wat de klant wil kan ook. Inleven in de klant is goed, maar het is ook goed om nee te zeggen en duidelijkheid te scheppen. We proberen echt wel voor de klant dingen te doen, maar soms lukt dat niet altijd. We moeten het niet afdwingen, maar het kan ingebouwd worden in het contract zodat vooraf de service al geboden wordt.

Inzet medewerkers Mensen zijn heel serieus bezig met hun werk en willen er ook echt wat van maken. Geen 9-5 mentaliteit. Je kunt bij iedereen terecht voor vragen, kennis wordt op een goede manier gedeeld.

Partner Reasult is een betrouwbare partner, we komen onze contracten na.

Contact Er kan echter meer contact gezocht worden met de klant vanuit Reasult. Mensen actief benaderen, ook voor nieuwe modules met het oog op cross-sell.

Innovatief We willen innovatief zijn en maatschappelijk verantwoord bezig zijn, maar hoe uit zich dat? Of je moet er niet mee te koop lopen of je moet het beter doen. We proberen wel in te spelen op nieuwe ontwikkelingen, maar gebeurt het snel genoeg? Je kunt daarentegen ook niet altijd overal in meegaan. Dingen die nu nog goed lopen en waar klanten tevreden over zijn, moet je dit dan omgooien? Het moet altijd een aandachtspunt blijven. Kwaliteit en betrouwbaar zijn het meest geïmplementeerd in het bedrijf.

Maatschappelijk betrokken We willen innovatief zijn en maatschappelijk verantwoord bezig zijn, maar hoe uit zich dat? Of je moet er niet mee te koop lopen of je moet het beter doen. Het kerstpakket zou anders kunnen worden besteed. Bijvoorbeeld een Max Havelaar pakket, of het kerstpakket afschaffen en je doet met dat geld iets voor een stichting. Hoeft niet alleen daarin geuit te worden, kan ook in andere dingen geuit worden. Meer de dagelijkse dingen.

Vakkennis Reasult is een leuk en goed bedrijf om voor te werken. Vakinhoudelijk hebben we veel goede mensen, kennis van de vastgoedmarkt. We weten waar we het over hebben, we worden serieus genomen. Dat is kenmerkend voor Reasult, gericht op de vastgoedbranche.

Uitstraling producten Qua producten mag het wat flashier, maar het gaat wel om de inhoud. Het zou samen kunnen gaan, het zou beter kunnen, daarin lopen wij niet voorop!

Flexibiliteit Het aanbieden van producten mag flexibeler. Mensen zouden niet de hele module af te hoeven nemen als ze maar een gedeelte nodig hebben waar ze daadwerkelijk gebruik van maken. Je kunt dat de prijs differentiëren, dit maakt het aantrekkelijker voor de klant. In plaats van licenties kopen, zou je ze ook kunnen huren.

Betrouwbaar We zijn een toegevoegde waarde voor de klant door het aanbieden van goede software. Daarnaast zijn we een betrouwbare partner die een klant zo goed mogelijk wil helpen om het goed te doen. Reasult is betrouwbaar en behulpzaam.

Goede werkgever Reasult is een fijne werkgever door de open cultuur, flexibele werktijden, mogelijkheid tot thuiswerken het salaris. Reasult is voor mij een prettige werkgever vanwege de producten, branche en klanten die mij aanspreken. Het bedrijf is niet al te groot , dingen kunnen sneller en informeler geregeld worden. Flexibiliteit is hoog, geven en nemen is goed in balans.

Beloningen Beloningen hoeven van mij niet dagelijks geuit te worden, als er wat is dan kun je dit zelf melden. Het kan en moet wel geuit worden in de vorm van voorwaarden, salaris en dergelijke.

Corrigeren Als er dingen niet goed gaan mogen mensen elkaar daar vaker op aanspreken, dat gebeurt nu nog te weinig. Er moet ook aangegeven worden als mensen in gebreken blijven in plaats van het op zijn beloop te laten.

Planning Planningen worden te realistisch ingericht, men moet realistischer zijn. Duidelijkheid en ook vasthouden aan de planning. Planningen worden echter niet gehaald, daar zijn we minder goed in.

Imago Ik verwacht dat we bij klanten een goed imago hebben. Als er klanten verloren gaan mag dit beter geanalyseerd worden. Ik wil niet dat Reasult bekend staat als een onbetrouwbaar bedrijf, als je kwaliteit en betrouwbaar kwijtraakt kun je het schudden daarna.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Personeel** - Vakinhoudelijk veel goede mensen, verstand van zaken.  
 - Mensen zijn serieus bezig met hun werk  
 - Geen 9 tot 5 mentaliteit  
 - Bereidheid om elkaar te helpen, kennis wordt op een

goede manier gedeeld

**Werkgever** - Open cultuur

**-** Flexibiliteit is hoog, flexibele werktijden, geven en nemen is goed in balans.

- Mogelijkheid tot thuiswerken

- Salaris

- Interessante producten, klanten en branche

- Kleine organisatie, dingen kunnen sneller en informeler geregeld worden

**Betrouwbaar -** Betrouwbare partner  
**-** De klant zo goed mogelijk willen helpen  
- Behulpzaam

**Kwaliteit** - Kwaliteit staat hoog in het vaandel  
- Gericht op de vastgoedbranche, veel kennis  
- Leveren van goede software om de klant een stap verder te helpen

**- Negatief Planning -** Worden nu te optimistisch ingericht, mag en moet realistischer

- Planningen worden niet gehaald  
- Er moet duidelijk worden geschept en vastgehouden worden aan de planning

**Corrigeren** - Als er dingen niet goed gaan moeten mensen elkaar daar op aanspreken, dat gebeurt nu niet  
- Er moet aangegeven worden wanneer mensen in gebreken blijven

**Flexibiliteit -** Mensen moeten in plaats van het hele product ook gedeeltes kunnen afnemen, hetgeen wat ze nodig hebben.  
- In plaats van licenties kopen het mogelijk maken om te ze huren.

**Uitstraling producten** - Mag flashier, maar inhoud staat voorop. Zou samen kunnen gaan, hierin lopen we niet voorop!

**Innovatie** - We proberen in te spelen op nieuwe gebeurtenissen, maar gebeurt het snel genoeg?  
- Het moet een aandachtspunt blijven

**Maatschappelijk betrokken** - We zeggen dat we maatschappelijk betrokken zijn, maar hoe?   
- Mag meer doorgevoerd in de dagelijkse dingen buiten het steunen van een goed doel.

## Interview 3

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**De kern van wat wij zijn is software ontwikkelen voor de vastgoedsector.** Dit proberen we te doen als product marktleider. **Alle kenmerken die daarbij horen zijn vooruitstrevend zijn en het communiceren, dat dat onze kernboodschap is.**

De kernwaarden zoals ze zijn of zoals ze zouden moeten zijn? Dat vind ik namelijk nogal een wezenlijk verschil. Ik herken de kernwaarden wel, maar niet als de kernwaarden van Reasult.

**Naar bedrijven toe wordt er sterker invulling gegeven aan het inleven in de ander omdat je in een commerciële drive zit.** Onder elkaar, vind ik het als kernwaarde heel zwaar. **Ik vind niet dat we er intern heel fanatiek mee bezig zijn.** We leven ons teveel in een ander in en soms weer te weinig. Ik vind het minder belangrijk om goed te werken. Je moet je enigszins goed inleven in de ander. Maar een kernwaarde? Ik vind dat wel heel heftig. **In het algemeen gebeurt het denk ik voldoende, gemiddeld genomen.**

**Ik vind dat er een aantal mensen zijn die ontzettend hard werken met een hart voor de zaak, maar ik vind ook dat er een aantal mensen zijn die de kantjes ervan aflopen.**

**In het algemeen zijn we redelijk toegewijd naar onze klanten, ik denk dat we redelijk netjes zijn. Het is voldoende.** Ik begrijp ook dat het een 9 heeft en dat de uitvoering zelf wat minder hoog is, dat klopt ook. **Gemiddeld genomen zijn er een aantal mensen minder hard mee bezig dan anderen, daardoor halen we die doelstelling niet. Ik vind wel dat we naar die 9 toe moeten.**

**Naar elkaar toe zijn we redelijk betrouwbaar. Naar klanten toe ook. Ook al kan ik me voorstellen dat de klant af en toe zou zeggen: de dingen lopen anders dan we gehoopt hadden of waar we op gerekend hadden.** Ik kan me voorstellen dat de klant dat nog iets sterker dan wij in de perceptie heeft dat zou nog kunnen verbeteren. **Als je de zakelijke commerciële afweging erbij maakt: af en toe moet je een soort van risico nemen waardoor je niet 100% betrouwbaar kan zijn. Om verder te komen om verder te ondernemen moet je af en toe een risico nemen. Inherent daaraan is dat je niet 100% betrouwbaar kan zijn.**

**Maatschappelijke betrokkenheid is een trend begrip volgens mij, de trend is afgelopen dus ik begrijp ook niet waarom dat in onze kernwaarde is opgenomen. Ik zie het ook niet terug.** Het enige wat wij daar geloof ik aan doen is dat we een prijs uitreiken, een maatschappelijke award. **We hebben er zelf niks mee, we doen er zelfs niks mee.** Ik zou de prijs volgend jaar ook anders noemen, ik zou de trends beter volgen. Misschien iets als duurzaamheid als dat nu iets hotter is, zou ik het een duurzaamheid award noemen. Het is uit. **Ik vind het niet belangrijk genoeg om als kernwaarde te noemen, sowieso moet je niet teveel trends als kernwaarde benoemen.** Maatschappelijke betrokkenheid als kernwaarde mag vervangen worden. Het is een trend van 2/3 jaar, als je iedere trend op zou nemen zou dat niet juist zijn.

Er zijn verschillende stromingen in de organisatie. **Een groot deel van de organisatie is vastgeroest, de processen zijn erg stroperig en is niet erg innovatief. Er zit ook een nieuwe, jongere kant** – waar ik zelf ook bij betrokken ben - **waar we behoorlijk innovatief bezig zijn.** **In de zin van commerciële trajecten, het aanpakken daarvan, de manier waarop we contact hebben, hoe we proberen te scoren. Ook in het ontwikkelen van de software.** Daar zijn innovatief bezig op een gezonde manier.

**Ik vind de huidige uitstraling storend en oubollig.** Pak tien grote softwarebedrijven hoe zij zich presenteren en kijk daarna hoe Reasult zich presenteert, **het is zwak, onvoldoende** en ik vind het jammer. **Juist omdat we op het innovatieve vlak moeite hebben om mee te doen, kunnen we dat juist communiceren in het verhaal naar buiten toe om in ieder geval je uitstraling op orde te hebben. Maar dat hebben we niet op orde, we zien er een beetje oubollig uit.** Dan hebben we ook nog een beetje oubollige producten, dan vinden we het gek dat de verkoop inzakt. Dat is niet gek. **Het hoeft niet per se hip, maar juist strak – tijdloos, conformeren aan de standaard. Ik zou het meer conformeren aan het gangbare beeld, we komen daar nu niet bij in de buurt.** **We pakken dingen toch net te amateuristisch aan.** Het is net niet voldoende. Omdat de basis verouderd is in combinatie met amateuristisch geknutsel sla je soms toch wel een modderfiguur. Het is een prioriteit om daar wat aan te veranderen. Juist ook voor het commerciële verhaal. **Als je innovatief software bedrijf wilt zijn, is het belangrijk om er ook uit te zien als een innovatief softwarebedrijf.** **Combinatie van een plat logo in de verkeerde kleuren met een bowler erbij, het is het niet.** Pak de website van Audi / Apple / Microsoft, kijk daarnaast naar Reasult. Het verschil is zo groot.

Ik denk dat het beeld over de kwaliteit redelijk klopt. Een 8, het is belangrijk ook dat we daar in voldoen. **Zeker op de oude producten is het zo, we hebben een mooi, stabiel, kwalitatief goed product.** De nieuwe producten hebben wat meer moeite, is wel een uitdaging maar als ik zie hoe we ermee bezig zijn is de inzet er zeker voor die 8. **De kwaliteit krijgt veel aandacht in het bedrijf en is ook passend bij het bedrijf.**

De kernwaarden inleven in de ander en maatschappelijk betrokken passen niet bij mij als Reasulter. Toegewijd, betrouwbaar, innovatief en kwaliteit passen wel.

**Voor Reasult geldt hetzelfde, inleven in de ander en maatschappelijk betrokken mogen weg.** **Maatschappelijk betrokken omdat het een trendbegrip is die inmiddels voorbij is. Ruil hem dan niet voor duurzaam want dat is over 2 jaar ook weer uit, laat hem gewoon weg**. **Inleven in de ander is absoluut belangrijk maar is iets wat vanzelfsprekend aanwezig moet zijn**, maar om er nou een kernwaarde van te maken vind ik te ver gaan. Het moet er wel zijn, maar is vanzelfsprekend. **Deze begrippen zouden vervangen kunnen worden door de woorden businesswhise, commerciëler. We mogen commerciëler wat slimmer zijn. Een combinatie van mean lean, keep it simple.**

**Als ik aan Reasult denk, dan denk ik aan een leuk bedrijf waar ik het erg naar mijn zin heb. Ik krijg veel vrijheid** om te ondernemen, wat ik heel belangrijk vind. Dat is mijn eerste positieve reactie. **Inhoudelijk zijn er echt grote uitdagingen**, wat haal ik op mijn nek, maar wel waanzinnig – interessant – leuk. Momenteel heb ik een **heel leuk team met collega’s.** Reaturn team draait goed met hele slimme, capabele mensen. **Zorgen maak ik me over het commerciële gedeelte van de organisatie en aansluitend daarbij de sales en marketing** – echt het zorgkindje. **Heb het gevoel dat het niet goed aansluit bij de behoefte die er is. Zeker op het nieuwe deel van de organisatie.**

Betrouwbaar en deskundig vind ik passend als best passende woord bij Reasult. Serieus vind ik niet passen bij Reasult, ik weet ook niet of we serieus moeten zijn. Absoluut niet dat we als niet-serieus moeten overkomen, maar ik vind het ook geen begrip dat heel erg terug moet komen.

Modieus en innovatief klinken herkenbaar als minst passende woorden. Duurzaam vind ik echt een modebegrip. Interesseert me niet zoveel of we wel of niet duurzaam zijn. Ik vind ook dat we absoluut niet modieus en innovatief zijn. Moet wel! Door er serieus over na te denken en aan te pakken. **Aan de development kant moet dat innovatieve proces getriggerd worden. Dat moet iedereen doen, iedereen moet daar mee bezig zijn.** Aan de Reaturn kant lukt mij dat voldoende. Reaforce kant weet ik niet, moeten ze meer mee bezig zijn. Roepen ze zelf wel heel hard, maar is denk ik net pas op de radar gekomen dat het niet innovatief genoeg is. **Voor de commerciële kant is het waanzinnig belangrijk dat het duidelijk wordt dat we innovatief zijn en dat heeft alles met je uitstraling te maken. Ook producten zien er oubollig uit.** Voor Reaturn zijn we echt grote veranderingen aan het aanbrengen, maar met name ook gewoon aan de voorkant. **Ons voorkomen, de presentaties, de visitekaartjes, het logo, de website, dat moet je aanpassen – kan eenvoudig een quick-win opleveren. Het hoeft ook niet helemaal anders, het is het fijn slijpen ervan.** Het is niet in lijn met andere innovatieve bedrijven.

**Reasult is een club waar je wel kansen kan krijgen en als je die waarmaakt die redelijk zelfstandig kan ondernemen, vind ik heel erg positief.** Ik weet niet of dat voor iedereen zo is. **Leuk team, vrijheid, gave opdrachten en uitdagingen.**

**De huidige uitstraling zou beter kunnen en moeten. Er zou misschien wel wat gedaan kunnen worden aan saamhorigheid. Iets meer het hele bedrijf als een team zien.** **Binnen de afdelingen lukt dat, ik zou het leuk vinden als we nog meer als een team zouden opereren.** Er zijn eilandjes, die communiceren redelijk met elkaar. Dat is ook goed, het is ook niet allemaal één: dan wordt het wel heel stroperig. Je kunt ook zeggen het zijn geoliede business units / lines, dat klinkt wat minder onvriendelijk maar er zit ook iets van eilandjes in. Je merkt soms als sommige mensen / bedrijfsonderdelen een opdracht hebben, het dan niet echt de bedoeling dat je je daar ook mee gaat bemoeien. **Iets meer samenwerking is wenselijk, ik heb het gevoel dat niet iedereen dit prettig vindt en de wil heeft om van elkaar te leren.**

**Bedrijven zouden ons moeten inschakelen omdat we innovatieve producten hebben, productleider zijn en ze daarmee dus enorm veel toegevoegde waarde kopen. Hoge kwaliteit, value for money, standaardsoftware en innovatief.** Dat is denk ik waar we op moeten scoren. **Prijs / kwaliteit is hoog, we zijn duur maar dat is goed.** Als productleader zijn wij de Audi onder de producten. Je kan ook naar de Kia dealer gaan en daar kun je ook een grote auto kopen, maar bij Audi koop je toch een ander product, voor een andere prijs. **Dit is wat we zouden willen zijn, maar we halen het niet. Dat heeft te maken met dat sommige producten een gebrek aan innovatie hebben, sexyness in de producten, uitstraling van de producten, bedrijf en sales.** Daar halen we het niet mee. Dan zijn we de Audi niet en dan komen we uit bij een Volkswagen. We zijn nog geen Seat / Skoda of nog lager. Het Audi / BMW, iets wat ik erg als doel heb staan, vind ik niet dat we dat momenteel helemaal waarmaken.

De klant kan de perceptie hebben: we zitten naar een volkswagen te kijken maar met een Audi prijs. **We zijn duur voor hetgeen wat we leveren.** Dat is een gevoelig punt. **Dat heeft in mijn ogen te maken met uitstraling van het bedrijf, verkoopteam en product. Dat is bij elkaar net niet voldoende.**

Geldt niet voor alles en iedereen, er zijn delen waar het beter voor elkaar is dan bij andere. Reaturn krijgt een nieuwe skin waardoor het gewoon goed eruit ziet, het sexy van wordt, veel tijdlozer, mooie kleur, heel fris dus dat ziet er weer beter uit. Vanuit het innovatieve proces hebben we mooie dashboards ontwikkeld, waanzinnig sexy. Hebben we een aantal keer kunnen verkopen, dus het kan ook anders binnen onze organisatie. Daarentegen zie ik ook andere onderdelen die erg technisch zijn en er wat ouder uit zien. Wordt niet veel aan de voorkant gedaan. Dan zie ik de mensen ermee bezig, dat is niet het beeld wat we van onszelf hebben, dat is niet de Audi. Het zou overal even goed moeten zijn.

Voor het commerciële proces is het voorkomen zo verschrikkelijk belangrijk en ik heb het gevoel dat dat niet duidelijk genoeg is. **Je verkoopt makkelijker een programma dat er heel goed uitziet waarin technisch nog een paar dingetjes niet helemaal goed lopen, dan een technisch programma wat er niet uit ziet.** Als je het wil verkopen heb je een product nodig wat er goed uitzit en hier en daar misschien nog wat hapert. Een product verkopen wat fantastisch werkt, maar er niet mooi uitziet, is lastig. Dat is ook weer een tweedeling die we hier hebben. **Keep it simple maar sexy. Daar kun je meer succes mee behalen dan technisch complexe producten.** Dat is ook mijn advies voor de andere producten. Dit is tevens iets wat ik ventileer: **probeer het gebruiksvriendelijk te maken, sexy, ontwikkel een nieuwe skin.** Ook in het kader van onderhoudscontracten zijn we verplicht om jaarlijks wat wijzigingen te doen, een nieuwe skin. Technisch verander je niks, je geeft alles een nieuw kleurtje andere kolom. Alles weer helemaal fris conform de nieuwste standaarden zoals grote partijen als Apple. **Using interface, hoe het eruit ziet – sexy en fris, dat is belangrijk.** **Als je dat zou doen dat is een schijninnovatie, alleen een nieuwe buitenkant, maar de klant denkt wow. Die blijft veel meer tevreden en win je veel meer mee dan weer iets technisch, complex toe te voegen.**

**Over het algemeen is de cultuur professioneel, open, eigenlijk zoals een typisch IT huis.** **Ontwikkelaars die wat anders zijn, waar je wat minder makkelijk mee communiceert, communicatie kan dus beter.** Maar het moet niet ten koste gaan van hele grote inspanningen, **er gebeurt op het gebied van communicatie al wel een hele hoop**. Ik voel me thuis bij Reasult, ik heb niet iets waardoor ik me nog meer thuis zou voelen.

**De persoonlijke betrokkenheid vanuit de organisatie is volgens mij onvoldoende.** Ik heb er zelf niet zo’n last van, maar ik zie dat om me heen. **Dan heb ik het over beloningen en complimenten maken, dat is volgens mij niet iets wat hier veel gebeurt.**

**De primaire arbeidsvoorwaarden zijn goed, daar heb ik voor getekend. Secundair goed.** Naast dat je natuurlijk altijd meer salaris wilt, zie ik niet dat we verschillende aanvullingen moeten hebben. Ik ben tevreden zo.

Ik denk dat mensen een strakkere / zakelijkere cultuur zien als oplossingen voor problemen die zij hebben, maar ik denk niet dat dat zo is. Je hebt veel hoog opgeleide mensen, maar ik denk dat het ook wel een ad-hoc club. Zakelijk? Meer regels? Nee. **Ik denk dat een zakelijkere sfeer met meer regels juist verstikkend werkt voor de verbetering van innovatie. Meer structuur vind ik niet bij een innovatief bedrijf passen.**

**Reasult maakt zichzelf als werkgever zo uniek door de kans die ik hier gekregen heb om gewoon lekker te ondernemen. Daarnaast de markt waar we mee bezig zijn, vastgoed. In combinatie met IT** is het absoluut sexy.

Ik verwacht veel van Reasult als werkgever. **Ik verwacht dat we een sterke groei gaan doormaken de komende jaren en dat ik daar een deel van de aanjager zal zijn en daarin lekker kan meegroeien.**

**Het mag wat mij betreft wat leaner en meaner.** Het hebben van vrijheid en het creëren van kansen, maar het vet mag er wat mij betreft af. Het is wat ingedut af en toe. **Het mag van mij ook af en toe wat harder. Lol maken moet kunnen, maar ook gewoon recht voor je raap zijn.** Elkaar helpen. Af en toe op je bek kunnen gaan. Het is af en toe wat ingedut, wat je er uit moet rossen. Dit helpt je niet, het is funest. Het mag best hard, mensen directer wijzen op zaken. Meer to the point, meer met de hoofdzaken bezig zijn en de bijzaken heel erg afslanken. **Focussen op kernprocessen, daar goed in zijn.**

**Daarnaast wordt er te veel en te lang vergaderd.** Af en toe lijkt het of we vergaderen om het vergaderen. **We zouden de vergadertijd kunnen maximaliseren**, het mag niet langer dan een half uur duren.

Ik denk dat we af en toe wel over zouden komen als losgeslagen cowboys. Reasult heeft meerdere gezichten. **Aan de reaforce kant meer wat saai, gezapig, technisch en kwalitatief goede maar ingedutte kant met een ouderwets imago.** Ben heel erg bezig om de reaturn kan te herpositioneren.

**Daarnaast ook zeker een positief beeld, slimme software die enorm gaat helpen** – een enthousiast beeld. **Andere partij daarentegen zal zeggen dat we saai zijn, kwalitatief goed, niet spannend, degelijk**, een beetje een volkswagen: goede motor, **kwaliteit goed maar een matige uitstraling.**

**Ik zou daarentegen willen dat we omschreven worden als productleader waardig. Als HET innovatieve softwarebedrijf voor de vastgoedmarkt.** Iedereen moet gewoon Reasult uitspugen. Vervolgens kun je daar een heel mooi imago omheen bouwen.

Als we bekend staan als een bedrijf met slechte software, die kwalitatief niet goed en onbetrouwbaar is, dat zou de meest negatieve situatie zijn die ik niet wil. **Wanneer kwaliteit en betrouwbaarheid wegvallen, moet je dit ombouwen en daaromheen een mooi imago bouwen**.

**Over vijf jaar zie ik dat we verdubbeld zijn in omvang. Ik denk dat we heel veel te winnen hebben de komende jaren, niet alleen het binnenhalen van nieuwe klanten en deals en mooie nieuwe software kunnen ontwikkelen. Maar ik denk dat de tijd is aangebroken om ons imago sterk te gaan verbeteren.** Als we dat ook nog goed gaan presenteren en gaan gebruiken dat we daar een hele sterke groei uit kunnen halen. Volop kansen voor Reasult. Ik denk ook dat de nieuwe producten Reaturn / TMS de kansen zijn. Daar zitten jonge, gemotiveerde, slimme mensen op die het nu moeten waarmaken. Wij moeten ondersteund worden door de ondersteunende afdelingen en daarbij dus bijvoorbeeld met een beter imago, uitstraling, voorkomen en sales.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* De kern van wat wij zijn is software ontwikkelen voor de vastgoedsector. Alle kenmerken die daarbij horen zijn vooruitstrevend het communiceren, dat dat onze kernboodschap is.
* Naar bedrijven toe wordt er sterker invulling gegeven aan het inleven in de ander omdat je in een commerciële drive zit. Ik vind niet dat we er intern heel fanatiek mee bezig zijn. In het algemeen gebeurt het denk ik voldoende, gemiddeld genomen.
* Ik vind dat er een aantal mensen zijn die ontzettend hard werken met een hart voor de zaak, maar ik vind ook dat er een aantal mensen zijn die de kantjes ervan aflopen. In het algemeen zijn we redelijk toegewijd naar onze klanten, ik denk dat we redelijk netjes zijn. Het is voldoende. Gemiddeld genomen zijn er een aantal mensen minder hard mee bezig dan anderen, daardoor halen we die doelstelling niet. Ik vind wel dat we naar die 9 toe moeten.
* Naar elkaar toe zijn we redelijk betrouwbaar. Naar klanten toe ook. Ook al kan ik me voorstellen dat de klant af en toe zou zeggen: de dingen lopen anders dan we gehoopt hadden of waar we op gerekend hadden. Als je de zakelijke commerciële afweging erbij maakt: af en toe moet je een soort van risico nemen waardoor je niet 100% betrouwbaar kan zijn. Om verder te komen om verder te ondernemen moet je af en toe een risico nemen. Inherent daaraan is dat je niet 100% betrouwbaar kan zijn.
* Maatschappelijke betrokkenheid is een trend begrip volgens mij, de trend is afgelopen dus ik begrijp ook niet waarom dat in onze kernwaarde is opgenomen. Ik zie het ook niet terug. We hebben er zelf niks mee, we doen er zelfs niks mee. Ik vind het niet belangrijk genoeg om als kernwaarde te noemen, sowieso moet je niet teveel trends als kernwaarde benoemen.
* Een groot deel van de organisatie is vastgeroest, de processen zijn erg stroperig en is niet erg innovatief. Er zit ook een nieuwe, jongere kant waar we behoorlijk innovatief bezig zijn. In de zin van commerciële trajecten, het aanpakken daarvan, de manier waarop we contact hebben, hoe we proberen te scoren. Ook in het ontwikkelen van de software.
* Ik vind de huidige uitstraling storend en oubollig. Het is zwak, onvoldoende. Juist omdat we op het innovatieve vlak moeite hebben om mee te doen, kunnen we dat juist communiceren in het verhaal naar buiten toe om in ieder geval je uitstraling op orde te hebben. Maar dat hebben we niet op orde, we zien er een beetje oubollig uit. Het hoeft niet per se hip, maar juist strak – tijdloos, conformeren aan de standaard. Ik zou het meer conformeren aan het gangbare beeld, we komen daar nu niet bij in de buurt. We pakken dingen toch net te amateuristisch aan. Als je innovatief software bedrijf wilt zijn, is het belangrijk om er ook uit te zien als een innovatief softwarebedrijf. Combinatie van een plat logo in de verkeerde kleuren met een bowler erbij, het is het niet.
* Zeker op de oude producten leveren we goede kwaliteit, we hebben een mooi, stabiel, kwalitatief goed product. De kwaliteit krijgt veel aandacht in het bedrijf en is ook passend bij het bedrijf.
* Voor Reasult mogen inleven in de ander en maatschappelijk betrokken weg. Maatschappelijk betrokken omdat het een trendbegrip is die inmiddels voorbij is. Ruil hem dan niet voor duurzaam want dat is over 2 jaar ook weer uit, laat hem gewoon weg. Inleven in de ander is absoluut belangrijk maar is iets wat vanzelfsprekend aanwezig moet zijn. Deze begrippen zouden vervangen kunnen worden door de woorden businesswhise, commerciëler. We mogen commerciëler wat slimmer zijn. Een combinatie van mean lean, keep it simple.
* Als ik aan Reasult denk, dan denk ik aan een leuk bedrijf waar ik het erg naar mijn zin heb. Ik krijg veel vrijheid. Inhoudelijk zijn er echt grote uitdagingen, waar ik momenteel met een leuk team aan kan werken.
* Zorgen maak ik me over het commerciële gedeelte van de organisatie en aansluitend daarbij de sales en marketing. Heb het gevoel dat het niet goed aansluit bij de behoefte die er is. Zeker op het nieuwe deel van de organisatie.
* Aan de development kant moet dat innovatieve proces getriggerd worden. Dat moet iedereen doen, iedereen moet daar mee bezig zijn. Voor de commerciële kant is het waanzinnig belangrijk dat het duidelijk wordt dat we innovatief zijn en dat heeft alles met je uitstraling te maken. Ook producten zien er oubollig uit. Ons voorkomen, de presentaties, de visitekaartjes, het logo, de website, dat moet je aanpassen – kan eenvoudig een quick-win opleveren. Het hoeft ook niet helemaal anders, het is het fijn slijpen ervan.
* Reasult is een club waar je wel kansen kan krijgen en als je die waarmaakt die redelijk zelfstandig kan ondernemen, vind ik heel erg positief. Leuk team, vrijheid, gave opdrachten en uitdagingen.
* Er zou misschien wel wat gedaan kunnen worden aan saamhorigheid. Iets meer het hele bedrijf als een team zien. Binnen de afdelingen lukt dat, ik zou het leuk vinden als we nog meer als een team zouden opereren. Iets meer samenwerking is wenselijk, ik heb het gevoel dat niet iedereen dit prettig vindt en de wil heeft om van elkaar te leren.
* Bedrijven zouden ons moeten inschakelen omdat we innovatieve producten hebben, productleider zijn en ze daarmee dus enorm veel toegevoegde waarde kopen. Hoge kwaliteit, value for money, standaardsoftware en innovatief. Prijs / kwaliteit is hoog, we zijn duur maar dat is goed. Dit is wat we zouden willen zijn, maar we halen het niet. Dat heeft te maken met dat sommige producten een gebrek aan innovatie hebben, sexyness in de producten, uitstraling van de producten, bedrijf en sales.
* We zijn duur voor hetgeen wat we leveren. Dat heeft in mijn ogen te maken met uitstraling van het bedrijf, verkoopteam en product. Dat is bij elkaar net niet voldoende.
* Je verkoopt makkelijker een programma dat er heel goed uitziet waarin technisch nog een paar dingetjes niet helemaal goed lopen, dan een technisch programma wat er niet uit ziet. Keep it simple maar sexy. Daar kun je meer succes mee behalen dan technisch complexe producten. Probeer het gebruiksvriendelijk te maken, sexy, ontwikkel een nieuwe skin. Using interface, sexy en fris, dat is belangrijk. Als je dat zou doen is dat een schijninnovatie, alleen een nieuwe buitenkant, maar de klant denkt wow. Die blijft veel meer tevreden en win je veel meer mee dan weer iets technisch, complex toe te voegen.
* Over het algemeen is de cultuur professioneel, open, eigenlijk zoals een typisch IT huis. Ontwikkelaars die wat anders zijn, waar je wat minder makkelijk mee communiceert, communicatie kan dus beter. Er gebeurt op het gebied van communicatie al wel een hele hoop.
* De persoonlijke betrokkenheid vanuit de organisatie is volgens mij onvoldoende. Dan heb ik het over beloningen en complimenten maken, dat is volgens mij niet iets wat hier veel gebeurt.
* De primaire arbeidsvoorwaarden zijn goed, daar heb ik voor getekend. Secundair goed.
* Ik denk dat een zakelijkere sfeer met meer regels juist verstikkend werkt voor de verbetering van innovatie. Meer structuur vind ik niet bij een innovatief bedrijf passen.
* Reasult maakt zichzelf als werkgever zo uniek door de kans die ik hier gekregen heb om gewoon lekker te ondernemen. Daarnaast de markt waar we mee bezig zijn, vastgoed. In combinatie met IT

Ik verwacht dat we een sterke groei gaan doormaken de komende jaren en dat ik daar een deel van de aanjager zal zijn en daarin lekker kan meegroeien. Het mag wat mij betreft wat leaner en meaner. Het mag van mij ook af en toe wat harder. Lol maken moet kunnen, maar ook gewoon recht voor je raap zijn. Focussen op kernprocessen, daar goed in zijn. Daarnaast wordt er te veel en te lang vergaderd. We zouden de vergadertijd kunnen maximaliseren.

* Aan de reaforce kant meer wat saai, gezapig, technisch en kwalitatief goede maar ingedutte kant met een ouderwets imago. Daarnaast ook zeker een positief beeld, slimme software die enorm gaat helpen Andere partij daarentegen zal zeggen dat we saai zijn, kwalitatief goed, niet spannend, degelijk, kwaliteit goed maar een matige uitstraling. Ik zou daarentegen willen dat we omschreven worden als productleader waardig. Als HET innovatieve softwarebedrijf voor de vastgoedmarkt. Wanneer kwaliteit en betrouwbaarheid wegvallen, moet je dit ombouwen en daaromheen een mooi imago bouwen.
* Over vijf jaar zie ik dat we verdubbeld zijn in omvang. Ik denk dat we heel veel te winnen hebben de komende jaren, niet alleen het binnenhalen van nieuwe klanten en deals en mooie nieuwe software kunnen ontwikkelen. Maar ik denk dat de tijd is aangebroken om ons imago sterk te gaan verbeteren.

Reasult – Interview, Fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? De kern van wat wij zijn is software ontwikkelen voor de vastgoedsector. Alle kenmerken die daarbij horen zijn vooruitstrevend het communiceren, dat dat onze kernboodschap is.

Inleven in de ander Naar bedrijven toe wordt er sterker invulling gegeven aan het inleven in de ander omdat je in een commerciële drive zit. Ik vind niet dat we er intern heel fanatiek mee bezig zijn. In het algemeen gebeurt het denk ik voldoende, gemiddeld genomen.

Toegewijd Ik vind dat er een aantal mensen zijn die ontzettend hard werken met een hart voor de zaak, maar ik vind ook dat er een aantal mensen zijn die de kantjes ervan aflopen. In het algemeen zijn we redelijk toegewijd naar onze klanten, ik denk dat we redelijk netjes zijn. Het is voldoende.

Betrouwbaar Naar elkaar toe zijn we redelijk betrouwbaar. Naar klanten toe ook. Ook al kan ik me voorstellen dat de klant af en toe zou zeggen: de dingen lopen anders dan we gehoopt hadden of waar we op gerekend hadden. Als je de zakelijke commerciële afweging erbij maakt: af en toe moet je een soort van risico nemen waardoor je niet 100% betrouwbaar kan zijn.

Maatschappelijk betrokken Het is een trend begrip volgens mij, de trend is afgelopen dus ik begrijp ook niet waarom dat in onze kernwaarde is opgenomen. We hebben er zelf niks mee, we doen er zelfs niks mee.

Innovatie Een groot deel van de organisatie is vastgeroest, de processen zijn erg stroperig en is niet erg innovatief. Aan de development kant moet dat innovatieve proces getriggerd worden. Dat moet iedereen doen, iedereen moet daar mee bezig zijn.   
Er zit ook een nieuwe, jongere kant waar we behoorlijk innovatief bezig zijn. In de zin van commerciële trajecten, het aanpakken daarvan, de manier waarop we contact hebben, hoe we proberen te scoren. Ook in het ontwikkelen van de software.

Uitstraling Ik vind de huidige uitstraling storend en oubollig. Het is zwak, onvoldoende. Het hoeft niet per se hip, maar juist strak, tijdloos, conformeren aan de standaard. Combinatie van een plat logo in de verkeerde kleuren met een bowler erbij, het is het niet. Ook producten zien er oubollig uit. Ons voorkomen, de presentaties, de visitekaartjes, het logo, de website, dat moet je aanpassen. Kan eenvoudig een quick-win opleveren. Het hoeft ook niet helemaal anders, het is het fijn slijpen ervan. Je verkoopt makkelijker een programma dat er heel goed uitziet waarin technisch nog een paar dingetjes niet helemaal goed lopen, dan een technisch programma wat er niet uit ziet. Probeer het gebruiksvriendelijk te maken, sexy, ontwikkel een nieuwe skin. Using interface, sexy en fris, dat is belangrijk.

Kwaliteit Zeker op de oude producten leveren we goede kwaliteit, we hebben een mooi, stabiel, kwalitatief goed product. De kwaliteit krijgt veel aandacht in het bedrijf en is ook passend bij het bedrijf.

Commercieel Maatschappelijke betrokkenheid en inleven in de ander mogen vervangen worden door businesswhise, commerciëler. We mogen commerciëler wat slimmer zijn. Een combinatie van mean lean, keep it simple.

Goede werkgever Als ik aan Reasult denk, dan denk ik aan een leuk bedrijf waar ik het erg naar mijn zin heb. Ik krijg veel vrijheid. Inhoudelijk zijn er echt grote uitdagingen, waar ik momenteel met een leuk team aan kan werken. Reasult is een club waar je wel kansen kan krijgen en als je die waarmaakt die redelijk zelfstandig kan ondernemen. De primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn goed. Reasult maakt zichzelf als werkgever zo uniek door de kans die ik hier gekregen heb om gewoon lekker te ondernemen. Daarnaast de markt waar we mee bezig zijn, vastgoed. In combinatie met IT

Saamhorigheid Iets meer het hele bedrijf als een team zien. Binnen de afdelingen lukt dat, ik zou het leuk vinden als we nog meer als een team zouden opereren. Iets meer samenwerking is wenselijk, ik heb het gevoel dat niet iedereen dit prettig vindt en de wil heeft om van elkaar te leren.

Imago Bedrijven zouden ons moeten inschakelen omdat we innovatieve producten hebben, productleider zijn en ze daarmee dus enorm veel toegevoegde waarde kopen. Dit is wat we zouden willen zijn, maar we halen het niet. We zijn ook duur voor hetgeen wat we leveren. Beiden hebben te maken met dat sommige producten een gebrek aan innovatie hebben, sexyness in de producten, uitstraling van de producten, bedrijf en sales.   
Aan de reaforce kant meer wat saai, gezapig, technisch en kwalitatief goede maar ingedutte kant met een ouderwets imago. Daarnaast ook zeker een positief beeld, slimme software die enorm gaat helpen. Andere partij daarentegen zal zeggen dat we saai zijn, kwalitatief goed, niet spannend, degelijk, kwaliteit goed maar een matige uitstraling.

Cultuur Over het algemeen is de cultuur professioneel, open, eigenlijk zoals een typisch IT huis. Ontwikkelaars die wat anders zijn, waar je wat minder makkelijk mee communiceert, communicatie kan dus beter. Er gebeurt op het gebied van communicatie al wel een hele hoop.

Betrokkenheid De persoonlijke betrokkenheid vanuit de organisatie is volgens mij onvoldoende. Dan heb ik het over beloningen en complimenten maken, dat is volgens mij niet iets wat hier veel gebeurt.

Direct zijn Het mag wat mij betreft wat leaner en meaner. Het mag van mij ook af en toe wat harder. Lol maken moet kunnen, maar ook gewoon recht voor je raap zijn. Focussen op kernprocessen, daar goed in zijn. Daarnaast wordt er te veel en te lang vergaderd. We zouden de vergadertijd kunnen maximaliseren.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Personeel** - Inleven in de ander gebeurt voldoende

- Een gedeelte van het personeel is ontzettend toegewijd - Naar elkaar zijn we redelijk betrouwbaar  
 - De nieuwe kant van de organisatie is innovatief bezig qua commerciële trajecten, het aanpakken daarvan, manier van contact en het ontwikkelen van software.

**Kwaliteit** - We hebben een mooi, stabiel, kwalitatief goed product  
 - De kwaliteit krijgt veel aandacht in het bedrijf

**Goede werkgever** - Leuk bedrijf, met een leuk en goed team van mensen  
 - Veel vrijheid, krijgt veel kansen en als je die waarmaakt kan je redelijk zelfstandig ondernemen. Je krijgt de kans om te ondernemen  
- Goede primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden

- Interessante markt, vastgoed in combinatie met IT

**Cultuur** - De cultuur is professioneel, open

- Tussen sommige afdelingen wordt wat minder gecommuniceerd, dit is een verbeterpunt.

**- Negatief Maatschappelijk betrokken** –Het is een trend begrip, de trend is afgelopen dus hoeft niet   
 in de kernwaarden opgenomen te worden  
 - We hebben er zelfs niks mee en we doen er niks mee

**Innovatie** - Een deel van de organisatie is vastgeroest, stroperige processen en niet innovatief  
- Delevopment / Marcom / Sales kant moet meer getriggerd worden, iedereen moet ermee bezig zijn

**Uitstraling** - De huidige uitstraling is storend en oubollig. Het is zwak, onvoldoende. Combinatie van een plat logo in verkeerde kleuren met een bowler, het is het niet  
- Het hoeft niet per se hip, maar strak, tijdloos en conformerend aan de standaard  
- Ons voorkomen, presentaties, visitekaartjes, logo, website moeten aangepast worden. Het hoeft allemaal niet anders, het is het fijn slijpen ervan  
- Probeer het gebruiksvriendelijker te maken, sexy, een nieuwe skin, User Interface (UI), een frisse uitstraling

**Saamhorigheid** - Het bedrijf moet meer als één team gezien worden  
- Betere samenwerking tussen de diverse teams is wenselijk  
- Momenteel heerst er het gevoel dat niet iedereen het prettig vindt om samen te werken en van elkaar te leren!

**Imago** - We zijn duur voor hetgeen wat we leveren

- Het imago van de wat oudere producten kan omschreven worden als: technisch en kwalitatief goed, maar ook als oubollig, saai en complex

- Worden gezien als saai, niet spannend, degelijk en kwalitatief goed met een matige uitstraling

- Reasult moet gezien worden als “de producent” van innovatieve topproducten en als absolute markt- en productleider. Alleen met dit imago kunnen wij een hogere prijs verantwoorden. Echter op dit moment lukt ons dit niet.

**Betrokkenheid** - Persoonlijke betrokkenheid is - wisselend aanwezig, beloningen en complimenten maken zijn dingen die niet van zelfsprekend zijn.

**Direct zijn** - Het mag wat leaner en meaner, commercieel slimmer zijn  
- Lol maken moet kunnen, maar daarnaast ook recht voor z’n raap kunnen zijn. Het mag wat harder  
- Focussen op kernprocessen en daar goed in zijn.   
- Er wordt vaak te lang vergaderd, ook daar direct en to the point zijn. De vergadertijd zou gemaximaliseerd kunnen worden

## Interview 4

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**Volgens mij is onze visie om productleader te zijn, waarbij we vanuit moderne technologie bijdrage leveren aan de vraagstukken in de markt.** **Je wilt op een innovatieve manier een bijdrage leveren aan de veranderingen in de markt en daar ook op inspelen met state of the art software.** Feitelijk de productleader visie. De missie die daar bij hoort, wordt dat volgens mij doorvertaald in onze kernwaarden**. Heeft te maken met betrouwbaarheid en klantgerichtheid. Daarnaast zijn de kernwaarde volgens mij ook inlevingsvermogen, betrouwbaarheid, ik zelf zou daar klantgerichtheid bij willen zien, innovatief en die laatste twee moet je me even vergeven.**

Volgens mij kun je inleven in de ander op drie niveaus zien, naar de klant toe en intern: enerzijds naar de medewerkers onderling en anderzijds vanuit het management. Ik heb daar over het algemeen een wat minder hoog cijfer voor over, ik vind het wel heel belangrijk. Het heeft ook heel veel te maken met customer intimacy. **Wat zijn de problemen bij de klant en hoe kun je daar een oplossing voor bieden? Feitelijk het probleem van de klant naar je toe trekken. Dat houdt in dat je je heel goed moet kunnen inleven. Ons inlevingsvermogen bij de klant kan zeker beter,** dat zou ik zelf iets lager zetten qua cijfer. Of dat nou uit sales perspectief, consultant perspectief of uit productmanagement perspectief is, ik vind dat we wat lager zitten dan die 7. 7 is een ruim voldoende en ik vind niet dat we dat halen.

Als ik kijk naar inlevingsvermogen naar medewerkers onderling vind ik dat wel ruim voldoende, vind ik ook heel belangrijk. **Wat ik in ieder geval de afgelopen 3 jaar heb gemerkt wat betreft het inlevingsvermogen van de manager naar de medewerker, dat er vaak op een niet emotionele manier aan wordt toegegeven.** Eigenlijk weer doorvertaald naar betrokkenheid. **Ik heb het idee dat het inleven in de medewerker wat achterblijft en wordt gecompenseerd – zeker in het verleden – door rationele zaken als de maandagmiddaglunch, kerstpakket, chocoladeletter, sinterklaasfeest.** Dat vind ik meer ‘’geldelijke afkoping’’ dan dat je je emotioneel meer inleeft in elkaar. Zou absoluut meer moeten! Naar de klant toe ook. **Ik vind dat wij, ook vanuit het productleadership, een vrij zakelijke benadering hebben in een aantal zaken. Dat zie je terugkomen in arbeidsvoorwaarden, afspraken die gemaakt worden. Maar wat leeft er bij de medewerkers of bij de klant, ik denk dat er veel meer de juiste vragen gesteld kunnen worden.**

Ik vind toegewijd zeer belangrijk, die 9 vind ik passend. **Ik denk wel dat men hier toegewijd is. Dat zie je in het werk dat hier afgeleverd wordt. Ook in rationele statistieken als het ziekteverzuim.** Ziekte is een feit maar je ziek melden is een keuze. Dat zie je duidelijk terug. Men is zeer toegewijd, op elke afdeling.

Betrouwbaarheid intern heeft dat ook weer te maken met de afspraken die je onderling maakt, heeft met mij persoonlijk te maken met de samenwerking in het verleden met mijn leidinggevende: daarvan zeg ik dat de betrouwbaarheid wat te wensen overlaat. **Als je kijkt naar de totale organisatie, naar betrouwbaarheid intern extern denk ik dat dat extern wat beter kan. Dat heeft te maken met de afspraken die je maakt ten aanzien van het uitleveren van de verschillende zaken.** Ik heb het idee dat er veel aandacht aan besteed wordt, maar het zou wel wat beter kunnen.

Intern betrouwbaar, als je kijkt naar de medewerkers dan vind ik dat wel kloppen.

Ik vergat maatschappelijke betrokkenheid te noemen in het lijstje van kernwaarden, **dus ik vind niet dat wij maatschappelijk betrokken zijn. Dat uit zich dan een klein beetje in SOS kinderdorpen en dat soort zaken, maar dat is eigenlijk ook het financieel afkopen van je schuldgevoel.** Wij zijn niet vanuit ons hart en ziel betrokken bij een betere wereld of een betere maatschappij. Vanuit mezelf geredeneerd vind ik dat ook niet zo belangrijk.

Het speelt bij onze klanten natuurlijk wel vaak, vooral bij corporaties. **Maar vanuit onze missie van productleadership vind ik niet dat wij maatsschappelijk betrokken zijn. Dus als we het niet zijn moeten we het ook niet zo uitdragen.**

**Als je gaat kijken vanuit het oogpunt productleadership vind ik dat wij veel te lang bezig zijn met nieuwe ideeën.** Wij zijn niet de Sony van deze wereld, op het moment dat wij wat uitbrengen is het nog lang niet goed genoeg en lopen wij nog niet voorop en hebben wij nog heel veel te leren uit de markt. Misschien is het onder de motorkap wel zo, maar het uit zich niet altijd. **Ik vind niet dat wij hoog scoren op innovativiteit. Ik vind als je de strategie van productleader wilt nastreven vind ik dit wel heel belangrijk om te erkennen.**

**Wij zijn per definitie natuurlijk een primair softwarehuis. In de basis moet je dus voorop lopen in de ontwikkelingen in de markt, feitelijk al vooruit kijken naar wat er gaat gebeuren in de markt en daar oplossingen voor bieden.** Ik denk dat de ontwikkeltijd voor verschillende producten, bijvoorbeeld Reaturn, te lang heeft geduurd. Kijk je naar andere producten als area development en reaforce grond dan zie je dat we daar nu ook een beetje achter de feiten aan het aanlopen zijn. **De ideeën in het begin zijn wel heel erg goed, daarin ben je wel innovatief alleen de uitvoering die duurt dan te lang dus dan loop je een beetje achter de feiten aan.**

**Het kan zich ook beter ten uiting laten komen door innovatieve elementen bijvoorbeeld in klantbenadering, presentatietechnieken, state of the art software, hardware waarmee je bij de klant komt. De I-pad dat soort zaken.** Op het moment dat je met een 3 jaar oude laptop een presentatie moet geven bij de klant en een berekening duurt 7 seconden voordat die op het scherm komt, dan ben je niet innovatief. Dat moet in 2 seconden op het scherm staan, op een hele mooie laptop en wat mij betreft op een I-pad. Dan ben je innovatief.

**Ik vind dat wij een hele professionele uitstraling hebben, ik denk wel dat we wat sexyer kunnen zijn in bijvoorbeeld de website, uitingen, stockfoto’s.** **Volgens mij is de huisstijl nu al een jaar of 5 oud. Als je kijkt naar de ontwikkelingen in de markt denk ik dat je daar wel iets sexyer in mag zijn. De kleuren spreken mij niet aan. De discuswerper was er vanaf het begin, vind ik persoonlijk walgelijk. Mag weg. De kleuren mogen ook anders, dan ga je inderdaad wel aan je imago knagen, dat moet natuurlijk wel positief uitpakken.**

De 8 wat betreft kwaliteit ben ik het niet mee eens. Ik denk wel dat we vanuit onze vorige kernwaarden heel betrokken zijn bij de klant en heel goed ons best doen. **Maar op sommige onderdelen schokt het nog wel eens aan kwaliteit en dan met name aan de Reafinance afdeling. Kwaliteit van de rapporten, kwaliteit van de dienstverlening en kwaliteit van planning dat mag echt wel beter.** Over het algemeen zit ik toch wel op een 7.

Vind jij de zes kernwaarden bij jezelf als Reasulter passen?

Maatschappelijk betrokken vind ik niet heel belangrijk, zeker niet als je een commercieel bedrijf bent. **In de doelstelling horen we van Aart dat we willen groeien. Bij groei past niet per se maatschappelijke betrokkenheid.** Maatschappelijk betrokken staat bij mij niet bovenaan, wil niet zeggen dat ik niet betrokken ben bij mensen, maar niet maatschappelijk betrokken nee.

Ik denk dat je dat als sales je per definitie goed moet kunnen inleven in de ander. Ik heb van mezelf het idee dat ik me meer dan gemiddeld inleef in de ander, binnen deze organisatie. Toegewijd ben ik absoluut en daarnaast ook heel erg betrouwbaar. Innovatief probeer ik meer en meer te zijn. Dat heeft meer te maken refererend aan mijn vorige leidinggevende, was het zo dat wanneer je met frisse, nieuwe ideeën kwam werd je daarin teruggefloten. Ik denk dat ik redelijk innovatief ben in het toepassen van nieuwe technieken het zij in presentatie, het zij in verkoop. Dus daar wil ik wel in voorop lopen. Ik denk dat ik redelijk creatief ben. **Je krijgt steeds meer ruimte om nieuwe ideeën te uiten.** Je merkt wel met de groei van ons bedrijf dat er steeds meer de focus wordt gelegd op waar we onze innovativiteit neer willen leggen. Ik heb geen invloed op de innovativiteit wat betreft het ontwikkelen van nieuwe software, maar daarentegen probeer ik wel innovatief te zijn op het gebied van door ontwikkelen van presentaties, eventuele technieken daaromheen. Marktbenadering, klantbenadering. Is daar ruimte voor ideeen. Ja, maar dat heeft te maken met focus. Wat doe je in de rol van accountmanager en wat doe je op andere gebieden. Wat dat betreft heb je een behoorlijke scheiding tussen sales, marketing, productmanagement. Mijn innovaviteit zou liggen in het presenteren naar de klant toe.

In mijn beoordeling scoor ik daar goed op. Ja, maar ook op het gebied van kwaliteit ligt ruimte voor ontwikkeling. Er zijn altijd wat verbeterpunten. Over het algemeen is mijn kwaliteit goed.

Dat vind ik een lastige discussie, want **ik vind Reasult niet productleader. Ik vind eigenlijk dat we veel meer vanuit de klant zouden moeten redeneren. Ik vind dat wij veel meer customer intimicy zouden moeten opereren, dus veel meer vanuit de problemen van de klant denken en daar dan oplossingen bij verzinnen.** Ligt het in ons eigen huis dan moeten we dat doen, zijn er andere mogelijkheden dan moeten we die daar bij betrekken. Dat heeft ook te maken met partnerships aangaan met concurrerende partijen of ERP leveranciers of adviseurs of ambassadeurs. **Daarin vind ik ook dat de Consultants meer betrokken moeten zijn bij het commerciële proces, dat ze meer klantgericht moeten zijn.** Daar zit voor mij een fundamentele discussie. Dan is de discussie niet zo zeer welke kernwaarde wil ik weg en welke wil ik daarvoor in de plaats, als wel van wat is je visie op de strategie die we volgen. Dus wat dat betreft sta ik daar ver vanaf. Ik vind echt dat wij in de basis een customer intimacy bedrijf moeten zijn.

**Ik vind dat we een professionele partij zijn met hart voor de zaak, een goede kijk op de markt.** Goede softwareoplossingen bieden, waarbij we wel eens wat vaker naar onszelf kunnen kijken hoe we het doen in de markt en wie onze concurrenten zijn**. Meer vanuit de markt kijken dan alleen naar onszelf, dat hebben we te lang gedaan.** Dat heeft ook weer te maken met productleader of customer intimet.

De drie best passende woorden betrouwbaar, deskundig en serieus zie ik wel terug. **Betrouwbaar zijn we zeker, deskundig ook. Serieus in de aanpak van handelen, ja. Af en toe misschien wat te serieus, dat we af en toe misschien wat meer frivoliteit mogen hebben.** We doen het nu namelijk wel heel strak volgens regeltjes, planningen, processen, PRINCE2 en goedkeuring van offertes moeten via 3 schijven. Het is allemaal wel heel serieus. Natuurlijk gaat het om veel geld, maar je moet ook niet de handelingsnelheid eruit halen. Het hoeft niet per se frivool als wel wat wendbaarder. Maar we zijn wel serieus als je daar ook professioneel mee bedoelt. **We zijn wel een professionele en serieuze partij.**

De drie minst passende woorden modieus, innovatief en duurzaam kloppen wel. **Modieus zijn we niet. Als je vindt dat je innovatief bent moet je ook modieus zijn. Dat uit zich feitelijk in je communicatie naar buiten en de huisstijl, je uistraling van je producten.** Wat betreft de uistraling van de producten vind ik dat we daar absoluut goede stappen in hebben gemaakt. Ik vind dat je in je uitingen nog wel wat modieuzer mag zeg. Of dat meteen innovatiever is, weet ik niet. Maar men vindt ons niet innovatief dus. Vind ik ook, we lopen achter de feiten aan. Duurzaam zijn we niet en ik vind ook niet dat we dat hoeven zijn.

**Professioneel is dé kenmerk van Reasult. Op diverse vlakken en af en toe misschien ook wel te zakelijk. Maar we zijn wel een sterke partij in de markt met goede oplossingen. We worden serieus genomen, we leveren goede diensten en producten** (als ze af zijn) maar ik vind wel dat we een professionele partij zijn.

Ik noemde straks dat het inlevingsvermogen op het emotionele vlak wat minder was, waar ik absoluut van onder de indruk ben is **dat er op een serieuze manier gekeken wordt naar secundaire aspecten als inrichting van het pand, sinterklaasfeest, kerstpakket. Het is allemaal wel heel goed geregeld. Feitelijk is dat dus ook weer professioneel en niet emotioneel, we zitten wel heel sterk op de zakelijke kant.**

**Ik vind dat de onderlinge sfeer in de teams absoluut goed is.** Je hoort hier weinig wandklanken, misschien is dat ook als niet positief te noemen, omdat er weinig gebotst wordt. **Als je echt innovatief bent dan wordt er ook meer gebotst.**

Op de vraag: het mag allemaal wat strakker en zakelijk wordt geantwoord, daar snij je een hekel punt aan in mijn optiek **ik vind namelijk dat we op strategisch niveau heel serieus, professioneel, zakelijk en een goede partij in de markt zijn.** Dat uit zich vaak dat er op detailniveau, er wordt ook wel eens gezegd: men wilt hier elke paperclip horen vallen, dat er teveel geneuzel plaatsvindt. **Dat het op tactisch niveau, middelmanagement, daar mag het wel wat strakker, meer afspraken mogen nagekomen worden, er mag meer tijd gemaakt worden** en daarmee val je in feite het middelmanagement aan. Dat heeft ook weer te maken met het feit dat het met name blauwdenkers zijn: dat zijn mensen die heel zakelijk benaderen. Je hebt een aantal kwadranten waarbij de twee meest uitgesproken de blauwe en rode kwadrant zijn. De blauwe kwadrant is zakelijk op basis van ratio. De rode is op basis van emotie en sociale gronden. Wij zitten heel sterk in het blauwe kwadrant. Dus als je praat over inlevingsvermogen, dat past niet bij dat blauwe kwadrant. Als je praat over het managen van mensen, dat past niet in het blauwe kwadrant. Dan zit je in de rol van controleur. In plaats van in de mentor of coach. Aart, Bert, Pierre, Jean Paul zitten allemaal in dat blauwe kwadrant. Vanuit dat stuk heb je ook een stuk bedrijfsblindheid. **Het feit dat wij geen HR afdeling hebben is natuurlijk wel heel bijzonder, daar zou het rode kwadrant vertegenwoordigd zijn.** Dat Sander Janssen in de rol van sales manager niet succesvol is geweest kwam omdat hij in het rode kwadrant zat en moest vechten tegen de 4 blauwe, wat erg lastig is. **Wat meer inleving is gewenst. Ik denk dat het op middel management wat ontbreekt aan leidinggevende ervaring.**

**Communicatie en afspraken nakomen zijn zeker twee aandachtspunten die beter moeten. Dan heb ik het over intern. Extern is, voor zover ik dat in kan schatten, goed.** Daar mag je wel wat stout zijn, ook vanuit sales geredeneerd. Je mag ook wat meer beloven dan dat je kunt waarmaken. Maar ik vind dat je dat intern niet moet doen. Dit heeft te maken met betrouwbaarheid. **Op een gegeven moment heb je afspraak is afspraak, ook als je hem mondeling overeenkomt.** Vaak zie je dan dat dit verscholen wordt van ja dit hebben we niet vastgelegd. **Ook echt afspraken nakomen en ook gewoon wat opener zijn in de zaken die gebeuren. Dat heeft meer te maken met communicatie.**

Wat betreft werkafspraken geldt dit niet. We hebben een groepje voor de nieuwe bedrijfspresentatie, we hebben een groepje voor pricing. Niet iedereen kan overal wat van vinden, maar op het moment dat er een besluit genomen is en we gaan een stap maken of er is iets belangrijks aan de hand dan vind ik dat je daar meer open over kunt zijn.

**Een bedrijf moet zaken met ons doen omdat wij een professionele software oplossing leveren die hun problemen zou kunnen oplossen.** In ieder geval meer inzage geven in hetgeen waar ze mee bezig zijn. **Het weer terug in control komen. Daarnaast inderdaad de professionele aanpak in de dienstverlening die we bieden.** Feitelijk een stuk sturing krijgen in de processen die ze hebben.

Reasult is een fijn bedrijf om mee te werken vanwege de kernwaarde inlevingsvermogen, betrouwbaar, professioneel. We zijn een professionele partij, die afspraken maken en nakomen.

**De cultuur van Reasult is informeel gereserveerd. We gaan heel informeel met elkaar om, maar je merkt wel dat men heel gereserveerd / terughoudend is in het delen van persoonlijke zaken.** Het is van 9 tot 5 en onder werktijd kunnen we het heel erg goed met elkaar vinden. We vertellen een mopje, we lachen en huilen een beetje met elkaar. **Maar als het gaat om wat houd je nou werkelijk bezig, dan zijn er maar weinig mensen die daar invulling aan kunnen geven.** Dus informeel gereserveerd.

Ik geloof dat 30% van de mensen zaken en privé zaken wilt laten smelten, maar niet iedereen is daar genegen toe. Men komt hier, doet zijn werk en krijgt ervoor betaald en gaat weer naar huis. Dan is de oppervlakkigheid waarin je de relatie hebt, dat is voldoende. **Ik zou het prettiger vinden als men over het algemeen wat geïnteresseerder is, wat meer naar elkaar vraagt: wat houdt je bezig.** Ik probeer dat wel. Dat maakt het leven gewoon een stuk aangenamer. Ik vind het prettig om te weten hoe het met jou gaat en wat dingen met je doen. Iedereen houdt dingen bij zichzelf en heeft dat rugzakje. We werken hier met allemaal professionele mensen, HBO / universitair niveau tussen de 35 en 45 jaar. Die hebben allemaal drie of vier krasjes op hun ziel: die zitten allemaal in een levensfase waar ze allemaal iets hebben meegemaakt. Of hun vader of moeder is dood of ziek, of ze hebben een keer een burn-out gehad, of ze hebben een alcoholprobleem, of ze hebben een scheiding achter de rug. Het zijn zware onderwerpen om het over te hebben, maar je weet van niemand hier wat hun krasje is. Moet je het op je werk daar over hebben? Ook al is het maar dat je daar even oppervlakkig aandacht aan besteed. **Ik vind het ook belangrijk dat de leidinggevende vraagt naar persoonlijke dingen die er spelen. Terwijl op het moment dat dingen gebeuren dan is er alle liefde en ruimte vanuit het MT, maar totdat het gebeurt zal niemand het weten. Wat meer empathie is zeker gewenst.**

**Persoonlijke betrokkenheid mag beter in de zin van inleven in de ander, vragen hoe het echt gaat en dergelijke.** Mijn referentiekader is natuurlijk mijn vorige leidinggevende, daar had ik dat niet zo zeer. Nu hebben we natuurlijk met mijn rol, wanneer het slecht gaat met het bedrijf wordt er naar sales gekeken. Het gaat niet goed met Reasult dus dan heeft Sales het gedaan. In hoeverre kan het bedrijf dan trots op je zijn? Van de andere kant denk ik wel dat we zeker een belangrijke bijdrage leveren aan het feit dat we nu nog bestaan. **Maar voel ik die waardering, voorheen niet, maar het begint wel wat meer te komen doordat Aart nu in die stoel zit.**

Iedereen wil complimentjes hebben, ik ben daar wat minder gevoelig voor omdat ik weet dat het dan volgende week weer kritiek kan zijn. **Maar ik merk dat de mate waarin men trots heeft, te maken heeft met de prestaties die je levert ondanks het feit dat het een moeilijke markt is. Ook al doe je nog zo goed je best en lever je nog zulke goede dingen, op het moment dat er geen resultaat is hoor je het niet.** Het is wel heel sterk vanuit de zakelijke kant bekeken: **heb je goede resultaten doe je het goed, heb je geen goede resultaten dan doe je het niet goed.**

Ik ben het ermee eens dat we een eilandjescultuur hebben. Het gaat niet goed met het bedrijf, dus Sales heeft het gedaan. Ze vergeten dat wanneer je met een vinger wijst er drie naar jezelf wijzen. **Heel makkelijk wordt er naar een ander gewezen, maar je moet juist eerst meer naar jezelf kijken voordat je kritiek levert naar een ander.**

**Sowieso zijn er eilandjes in de verschillende productgroepen maar ook in de verschillende afdelingen.** Ondanks dat het heel informeel is en leuk en op persoonlijk vlak botert het wel onderling. **Ik heb een keer gezegd, zeker in deze periode dat het wat minder goed gaat zit ieder op zijn eigen eilandje en heeft iedereen zijn loopbrugje opgehaald en is er geen onderling contact.** Dit stoort mij heel erg. Dan komen we terug bij de kern, zijn we productleader of moeten we customer intimit zijn. **Op het moment dat we customer intimit zijn,** dan ga je zulke barrières slechten omdat iedereen betrokken is bij de klant en dan wordt iedereen betrokken bij de klant en dan moet iedereen een oplossing zoeken voor de klant. **Iedereen moet samen een oplossing zoeken voor de klant. Dan zit men ook met elkaar bij de klant, dan heb je vanuit verschillende invalshoeken de cloudjes bij de klant en niet alleen de accountmanager.** Op het moment dat de accountmanager wegvalt dan heb je ook geen contact meer met de klant. Dus ik vind dat wij heel erg op eilandjes zitten, dat stoort mij ook vreselijk. Dat heeft te maken met betrokkenheid bij de klant. **Betrokkenheid intern en extern is wel een essentieel punt.**

**De primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn prima. Ik vind dat we hier met zijn allen gewoon niets te klagen hebben.** Dat gehuil in het bos bij elkaar van wat hebben we het hier toch slecht… we hebben het hier echt niet slecht. Over het algemeen positief, heeft ook wel weer te maken met de afspraken die je maakt. Voor ons dan bijvoorbeeld over de bonusregeling. **Toen ik hier aangenomen ben hebben we een afspraak gemaakt, die wordt twee jaar later met voeten getreden. Dan ben je niet helemaal eerlijk naar elkaar.** Maar als ik kijk naar het primaire pakket als zijnde salaris, wat wordt betaald aan pensioengelden, hoe is de WIA geregeld, hoe zit het met vakantiedagen en met de auto van de zaak en de mogelijkheden om daarmee om te gaan, dan is het prima. **Ik denk dat het primaire voorwaardenpakket zeker boven marktconform ligt.**

**Waarom het zo fijn is om voor Reasult te werken heeft onder andere te maken (nu weer meer dan voorheen), de vrijheid van werken. De kans op een stukje ondernemerschap. De prettige inrichting van het pand. De onderlinge collegialiteit.**

**Wat ik heel belangrijk vind is dat men veel meer kijkt naar ontwikkelmogelijkhede**n. We zijn natuurlijk een groeiende organisatie, we zijn met 30 man gegroeid. Ondertussen zijn er dus andere productgroepen bij gekomen, een andere indeling. **Ik denk dat er wel gekeken kan worden naar de individuele ontwikkeling van de werknemer en dat heeft als basis een functieomschrijving, eventueel een competentieprofiel en daaruit volgend: wat zijn je stappen die je wilt maken in je loopbaan , waar wil je staan over 3 jaar, via welke stappen werk je daar naartoe? Werk je met een persoonlijke actieplan? Daarom zeg ik, waarom hebben we geen HR afdeling. Nu wordt alles in de marge geregeld met de leidinggevenden die daar geen tijd voor hebben en alles vanuit de zakelijke hoek beredeneren.** Dat rode kwadrant kan nog wel een beetje gevuld worden.

**Ik denk dat klanten / prospects ons als professioneel omschrijven, een professionele organisatie met een goede oplossing voor het vastgoedontwikkelingsproces. Maar daarna worden we wel geplaatst in het duurdere segment. Kwalitatief goed maar een moloch van een oplossing die ook nog behoorlijk aan de prijs is. Ik denk nog niet dat men in de gaten heeft dat je dat kunt modelleren naar een typetje kleiner of wat minder functionaliteiten voor een goedkopere prijs. Ik denk dat wij daar wel aan moeten werken.** **Ik denk dat wij als professioneel, serieuze, dure oplossing bekend staan.** Goed imago maar duur.

Daarentegen zou ik omschreven willen worden als een bedrijf met een goed imago, het mag nog steeds wat geld kosten, ik wil niet zeggen duur, maar het mag veel geld kosten. Dat we bekend staan als een organisatie die een totaaloplossing biedt voor de problemen, problematiek, uitdagingen op het gebied van vastgoed. Of het dan op het gebied van ontwikkeling of beheer is , dat maakt me dan niet uit. Feitelijk ook veel meer een kennispartner en dat past weer niet bij productleadership. Meer customer intimit. **Op het moment dat je kennis in huis hebt, kun je je daarmee identificeren en daarmee de problemen oplossen. Dat sluit aan bij customer intimit.**

Ik zou niet gezien willen worden als te serieus, te duur, te moloch. Alles waar te voor staat. **Waar ik wars van zou zijn, dat we op een gegeven moment bekend zouden staan dat we onze afspraken niet nakomen. Als je een hoop gebakken lucht verkoopt maar dat niet waarmaakt.**

We hebben 2012 en 2013 nog te zien overbruggen. Dat zijn twee jaar van consolidatie. Dan hebben we nog drie jaar om de basis die we in deze twee jaar moeten leggen, uit te breiden door middel van goede producten, marktbenadering. **Ik zie Reasult over 5 jaar als de meest belangrijke speler op het gebied van oplossingen voor de vastgoedsector, waarbij de nadruk veel meer zal liggen op bestaand bezit dan op ontwikkeling.** **Waarbij we een aantal slagen in Europa hebben gemaakt.** We hebben nu de stap gemaakt naar Belgie en ik mag toch aannemen dat we over 5 jaar een aantal behoorlijke klanten in Duitsland hebben. Dan heb je een behoorlijke spin off om ook naar andere landen toe te gaan.

Over 5 jaar zijn we de belangrijkste speler in Nederland, waar ze zeker nog wel wat voor moeten doen. Maar ook een aantal goede slagen in Europa hebben gemaakt en **daarmee verdubbelen we qua omvang in personele eenheden. Qua klanten misschien ook wel en qua omzet moeten we misschien wel verdrievoudigd zijn.**

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* Volgens mij is onze visie om productleader te zijn, waarbij we vanuit moderne technologie bijdrage leveren aan de vraagstukken in de markt. Dit heeft ook te maken met betrouwbaarheid en klantgerichtheid.
* Ons inlevingsvermogen bij de klant kan zeker beter, we zouden de problemen van de klant naar ons toe moeten trekken.
* Wat ik in ieder geval de afgelopen 3 jaar heb gemerkt wat betreft het inlevingsvermogen van de manager naar de medewerker, dat er vaak op een niet emotionele manier aan wordt toegegeven. Ik heb het idee dat het inleven in de medewerker wat achterblijft en wordt gecompenseerd – zeker in het verleden – door rationele zaken.
* Ik vind dat wij, ook vanuit het productleadership, een vrij zakelijke benadering hebben in een aantal zaken. Dat zie je terugkomen in arbeidsvoorwaarden, afspraken die gemaakt worden. Maar wat leeft er bij de medewerkers of bij de klant, ik denk dat er veel meer de juiste vragen gesteld kunnen worden.
* Ik denk wel dat men hier toegewijd is. Dat zie je in het werk dat hier afgeleverd wordt. Ook in rationele statistieken als het ziekteverzuim.
* Als je kijkt naar de totale organisatie, naar betrouwbaarheid intern extern denk ik dat dat extern wat beter kan. Dat heeft te maken met de afspraken die je maakt ten aanzien van het uitleveren van de verschillende zaken.
* Ik vind niet dat wij maatschappelijk betrokken zijn. Dat uit zich dan een klein beetje in SOS kinderdorpen en dat soort zaken, maar dat is eigenlijk ook het financieel afkopen van je schuldgevoel.
* Als je gaat kijken vanuit het oogpunt productleadership vind ik dat wij veel te lang bezig zijn met nieuwe ideeën. Ik vind niet dat wij hoog scoren op innovativiteit. Wij zijn per definitie natuurlijk een primair softwarehuis. In de basis moet je dus voorop lopen in de ontwikkelingen in de markt, feitelijk al vooruit kijken naar wat er gaat gebeuren in de markt en daar oplossingen voor bieden.
* De ideeën in het begin zijn wel heel erg goed, daarin ben je wel innovatief alleen de uitvoering die duurt dan te lang dus dan loop je een beetje achter de feiten aan. Het kan zich ook beter ten uiting laten komen door innovatieve elementen bijvoorbeeld in klantbenadering, presentatietechnieken, state of the art software, hardware waarmee je bij de klant komt. De I-pad dat soort zaken.
* Ik vind dat wij een hele professionele uitstraling hebben, ik denk wel dat we wat sexyer kunnen zijn in bijvoorbeeld de website, uitingen, stockfoto’s. De kleuren spreken mij niet aan. De discuswerper was er vanaf het begin, vind ik persoonlijk walgelijk. Mag weg. Dan ga je inderdaad wel aan je imago knagen, dat moet natuurlijk wel positief uitpakken.
* Op sommige onderdelen schokt het nog wel eens aan kwaliteit en dan met name aan de Reafinance afdeling. Kwaliteit van de rapporten, kwaliteit van de dienstverlening en kwaliteit van planning dat mag echt wel beter.
* Je krijgt steeds meer ruimte om nieuwe ideeën te uiten.
* Ik vind Reasult niet productleader. Ik vind dat wij veel meer customer intimacy zouden moeten opereren, dus veel meer vanuit de problemen van de klant denken en daar dan oplossingen bij verzinnen. Daarin vind ik ook dat de Consultants meer betrokken moeten zijn bij het commerciële proces, dat ze meer klantgericht moeten zijn.
* Betrouwbaar zijn we zeker, deskundig ook. Serieus in de aanpak van handelen, ja. Af en toe misschien wat te serieus, dat we af en toe misschien wat meer frivoliteit mogen hebben. We zijn wel een professionele en serieuze partij.
* Modieus zijn we niet. Als je vindt dat je innovatief bent moet je ook modieus zijn. Dat uit zich feitelijk in je communicatie naar buiten en de huisstijl, je uistraling van je producten.
* Professioneel is dé kenmerk van Reasult. Op diverse vlakken en af en toe misschien ook wel te zakelijk. Maar we zijn wel een sterke partij in de markt met goede oplossingen. We worden serieus genomen, we leveren goede diensten en producten.
* Er wordt op een serieuze manier gekeken naar secundaire aspecten als inrichting van het pand, sinterklaasfeest, kerstpakket. Het is allemaal wel heel goed geregeld. Feitelijk is dat dus ook weer professioneel en niet emotioneel, we zitten wel heel sterk op de zakelijke kant.
* Ik vind dat de onderlinge sfeer in de teams absoluut goed is. Als je echt innovatief bent dan wordt er ook meer gebotst.
* Ik vind dat we op strategisch niveau heel serieus, professioneel, zakelijk en een goede partij in de markt zijn. Op tactisch niveau, middelmanagement, daar mag het wel wat strakker, meer afspraken mogen nagekomen worden, er mag meer tijd gemaakt worden .Het feit dat wij geen HR afdeling hebben is natuurlijk wel heel bijzonder.
* Communicatie en afspraken nakomen zijn zeker twee aandachtspunten die beter moeten. Dan heb ik het over intern. Op een gegeven moment heb je afspraak is afspraak, ook als je hem mondeling overeenkomt. Ook echt afspraken nakomen en ook gewoon wat opener zijn in de zaken die gebeuren.
* De cultuur van Reasult is informeel gereserveerd. We gaan heel informeel met elkaar om, maar je merkt wel dat men heel gereserveerd / terughoudend is in het delen van persoonlijke zaken. Ik zou het prettiger vinden als men over het algemeen wat geïnteresseerder is, wat meer naar elkaar vraagt: wat houdt je bezig.
* Ik vind het ook belangrijk dat de leidinggevende vraagt naar persoonlijke dingen die er spelen. Terwijl op het moment dat dingen gebeuren dan is er alle liefde en ruimte vanuit het MT, maar totdat het gebeurt zal niemand het weten. Wat meer empathie is zeker gewenst.
* Voorheen voelde ik de waardering niet, maar het begint wel wat meer te komen doordat Aart nu in die stoel zit. Maar ik merk dat de mate waarin men trots is, te maken heeft met de prestaties die je levert ondanks het feit dat het een moeilijke markt is. Ook al doe je nog zo goed je best en lever je nog zulke goede dingen, op het moment dat er geen resultaat is hoor je het niet.
* Heel makkelijk wordt er naar een ander gewezen, maar je moet juist eerst meer naar jezelf kijken voordat je kritiek levert naar een ander.
* Sowieso zijn er eilandjes in de verschillende productgroepen maar ook in de verschillende afdelingen. Ik heb een keer gezegd, zeker in deze periode dat het wat minder goed gaat zit ieder op zijn eigen eilandje en heeft iedereen zijn loopbrugje opgehaald en is er geen onderling contact.
* De primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn prima. Ik vind dat we hier met zijn allen gewoon niets te klagen hebben. Ik denk dat het primaire voorwaardenpakket zeker boven marktconform ligt.
* Waarom het zo fijn is om voor Reasult te werken heeft onder andere te maken (nu weer meer dan voorheen), de vrijheid van werken. De kans op een stukje ondernemerschap. De prettige inrichting van het pand. De onderlinge collegialiteit.
* Ik denk dat er wel gekeken kan worden naar de individuele ontwikkeling van de werknemer en dat heeft als basis een functieomschrijving, eventueel een competentieprofiel en daaruit volgend: wat zijn je stappen die je wilt maken in je loopbaan? Waarom hebben we geen HR afdeling. Nu wordt alles in de marge geregeld met de leidinggevenden die daar geen tijd voor hebben en alles vanuit de zakelijke hoek beredeneren.
* Ik denk dat klanten / prospects ons als professioneel omschrijven, met een goede oplossing voor het vastgoedontwikkelingsproces. Maar daarna worden we wel geplaatst in het duurdere segment.
* Ik zie Reasult over 5 jaar als de meest belangrijke speler op het gebied van oplossingen voor de vastgoedsector, waarbij de nadruk veel meer zal liggen op bestaand bezit dan op ontwikkeling. Waarbij we een aantal slagen in Europa hebben gemaakt. Daarmee verdubbelen we qua omvang in personele eenheden. Qua klanten misschien ook wel en qua omzet moeten we misschien wel verdrievoudigd zijn.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? Vanuit moderne technologie leveren we een bijdrage aan de vraagstukken in de markt. Dit doen we door betrouwbaar en klantgericht te opereren.

Inleven in de klant Het inleven kan zeker beter, we zouden de problemen van de klant naar ons toe moeten trekken. Er moeten betere vragen gesteld worden om te achterhalen wat er speelt. Daarin vind ik ook dat de Consultants meer betrokken moeten zijn bij het commerciële proces, dat ze meer klantgericht moeten zijn.

Inleven in de medewerker Er wordt vanuit management vaak op een niet emotionele manier toegegeven aan het inleven. Het blijft wat achter en wordt gecompenseerd door rationele zaken. Wat meer empathie is zeker gewenst.

Toegewijd Ik denk dat men hier toegewijd is. Dat zie je in het werk dat afgeleverd wordt. Daarnaast rationele statistieken als het ziekteverzuim.

Betrouwbaarheid Het nakomen van afspraken die gemaakt worden ten aanzien van het uitleveren van verschillende zaken kan beter. We zijn een betrouwbare, deskundige, professionele en serieuze partij.

Maatschappelijk betrokken We zijn niet maatschappelijk betrokken, het uit zich nu minimaal in SOS kinderdorpen. Dit is meer het financieel afkopen van je schuldgevoel.

Innovatief Ik vind niet dat wij hoog scoren op innovatie. We zijn te lang bezig met nieuwe ideeën. We zijn een primair softwarehuis. In de basis moet je dus voorop lopen in de ontwikkelingen in de markt.   
Het kan zich ook beter ten uiting laten komen door innovatieve elementen in klantbenadering, presentatietechnieken, state of the art software, hardware, de I-Pad.  
We krijgen wel steeds meer de ruimte om nieuwe ideeën te uiten, we kunnen innovatief zijn.

Uitstraling Ik vind dat wij een hele professionele uitstraling hebben. Daarnaast kunnen we sexyer zijn in de website, uitingen, stockfoto’s, kleuren, logo. De discuswerper en de kleuren spreken mij niet aan, mag weg. Je gaat dan aan je imago knagen, dit moet wel goed uitpakken.   
We zijn niet modieus, als je innovatief bent moet je dat wel zijn. Dit uit zich in de communicatie naar buiten toe, de huisstijl en de uitstraling van je producten.

Kwaliteit Op sommige onderdelen schokt het nog wel aan kwaliteit. Met name aan de Reafinance afdeling. Kwaliteit van rapporten, dienstverlening en planning mag echt beter.

Professioneel We zijn een sterke, professionele partij in de markt met goede oplossingen. We worden serieus genomen, we leveren goede diensten en producten.

Arbeidsvoorwaarden Er wordt op een serieuze manier gekeken naar secundaire aspecten, het is allemaal goed geregeld. Ik denk dat het primaire voorwaardenpakket zeker boven marktconform ligt.

Cultuur De cultuur van Reasult is informeel gereserveerd. We gaan informeel met elkaar om, maar weet niet van elkaar wat men echt bezig houdt. Iets meer interesse zou wenselijk zijn. De onderlinge sfeer in de teams is absoluut goed.

HR afdeling Het feit dat we geen HR afdeling hebben is natuurlijk wel heel bijzonder. Nu wordt alles in de marge geregeld met de leidinggevenden die daar geen tijd voor hebben om alles vanuit de zakelijke hoek te beredeneren.

Communicatie Afspraken, schriftelijk en mondeling, moeten beter nagekomen worden. Er mag wat opener gecommuniceerd worden over zaken die gebeuren.

Waardering De mate waarin men trots is, heeft te maken met de prestaties die je levert. Ook al doe je nog zo goed je best en lever je nog zulke goede dingen, op het moment dat er geen resultaat is hoor je het niet.

Eilandjescultuur Er zijn eilandjes in de verschillende productgroepen, maar ook in de verschillende afdelingen. Nu het wat minder goed gaat zit ieder op zijn eigen eilandje en is er nauwelijks onderling contact.

Fijne werkgever Reasult biedt vrijheid van werken, de kans op een stukje ondernemerschap, de prettige inrichting van het pand en de onderlinge collegialiteit.

Individuele ontwikkeling Als basis kan er meer gekeken worden naar functieomschrijving, een competentieprofiel en daaruit volgend de stappen die je wilt maken in je loopbaan.

Imago Ik denk dat we als professioneel omschreven worden met een goede oplossing voor het vastgoedontwikkelingsproces. We worden daarna wel geplaatst in het duurdere segment.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Professioneel** - We zijn een betrouwbare, serieuze en professionele partij  
  **-** Mensen zijn toegewijd bezig, dat zie je in het werk dat

afgeleverd wordt. Daarnaast biedt het ziekteverzuim ook positieve berichten.  
 - We worden serieus genomen, we leveren goede producten en diensten

**Imago** - Ik denk dat we als professioneel omschreven worden met een  
 goede oplossing voor het vastgoedontwikkelingsproces  
 - We worden daarnaast wel geplaatst in het duurdere segment geplaatst. Dat het veel geld kost is oke, maar het imago als duur moeten we vermijden   
 **Goede werkgever** - Er wordt op een serieuze manier gekeken naar de secundaire  
 aspecten. Ik denk dat het primaire voorwaardenpakket boven marktconform ligt  
 - Reasult biedt vrijheid van werken  
 - Er is een kans op een stukje ondernemerschap  
 - De onderlinge collegialiteit is prettig  
 - De indeling van het pand ervaar ik als zeer prettig

**- Negatief Inleven in de ander** - Inleven in de klant kan beter, we zouden de problemen naar ons toe moeten trekken  
 - Er moet beter achterhaald worden wat er echt speelt  
 - Consultants moeten meer betrokken worden bij het   
 commerciële proces zodat ze meer klantgericht kunnen zijn

- Inleven in de medewerker en inleven in elkaar moet verbeterd

worden, weten wat er echt speelt. Tonen van meer empathie

- De cultuur is informeer gereserveerd, de onderlinge sfeer is goed maar men weet niet echt wat elkaar bezighoudt

**Betrouwbaarheid** - Het nakomen van afspraken, zowel intern als extern, kan beter  
 - Mondelinge of schriftelijke afspraken moeten beter nagekomen worden

- Er mag daarnaast opener gecommuniceerd worden

**Kwaliteit** - Op sommige onderdelen schokt het nog wel aan kwaliteit. Met name aan Reafinancing. Kwaliteit van rapporten, dienstverlening en planning mag echt beter.

**Maatschappelijk betrokken** – Deze kernwaarde komt niet genoeg ter uiting binnen Reasult

- Wat we nu doen, is meer financieel afkopen van je schuldgevoel

**Innovatief** - We zijn te lang bezig met nieuwe ideeën, we zijn een primair software huis dus je moet voorop lopen in de ontwikkelingen in de markt  
- Het kan zich ook beter ter uiting laten komen door innovatieve elementen in klantbenadering, presentatietechnieken enz.

**Uitstraling** - We hebben een hele professionele uitstraling, alleen mag het wat sexier. De website, uitingen, stockfoto’s, kleuren en het logo mogen sexier.   
- We zijn niet modieus, dit uit zich in de communicatie, huisstijl en uistraling van je producten.

**Waardering** - Ook al lever je nog zulke goede dingen, op het moment dat er geen resultaat is dan hoor je het niet

**Eilandjescultuur** -Er zijn eilandjes in de verschillende productgroepen en afdelingen. Ieder zit op zijn eigen eilandje en er is nauwelijks contact

**HR afdeling** - Dat we geen HR afdeling hebben is bijzonder.   
- Nu wordt het geregeld met de leidinggevenden die daar geen tijd voor hebben om alles vanuit de zakelijke hoek te benaderen

**Individuele ontwikkeling**- Er zou meer gekeken kunnen worden naar functieomschrijving, een competentieprofiel en daaruit volgend de stappen die je wilt maken in je loopbaan

## Interview 5

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**Wij willen software leveren aan bedrijven die aan prognosticeren doen.** Als het dan gaat om ontwikkelportefeuille of om het te beheren. **Wij willen dat leveren, onderhouden, wij willen zorgen dat de klant daar eigenlijk in ontlast wordt. Dat willen we doen met producten waar we ook geld aan verdienen, we willen winst maken. Dat doen we door een team van pragmatische mensen te gebruiken die uit de markt komen met veel zakelijk inzicht om die mensen over te halen.**

De kernwaarde kan ik mij zo niet meer herinneren. **Hoe naar mijn mening de kernwaarde van Reasult zijn, dan zou ik die omschrijven als: winst maken, groei, kwaliteit leveren, gezond werkklimaat.**

**Naar de klant toe leven we ons heel goed in, in wat er bij die klant speelt. We willen kwaliteit leveren, maar we slaan soms ook een beetje door. We willen graag alles in ons product stoppen waardoor het soms ook omslachtig wordt.** Dat is uit belang om die klant maar tevreden te houden. Ik vind dat we daar heel veel aandacht aan spenderen en ik vind dat we dat heel goed doen. We hebben ook een hoge klanttevredenheid. Daar scoren we in mijn beleving goed op. **Als ik intern ga kijken vind ik dat we daar nog te veel verschillende afdelinkjes hebben.** Afdeling reaforce, reaturn, rearisk enz. Elke productmanager heeft zijn eigen afdeling, maar we verkopen eigenlijk één product. **Daar zou wat meer synergie mogen zijn en afstemming, meer samenwerking.**

**We moeten kritischer zijn in de wensen van de klant, we moeten niet alles willen doen.** Soms kun je met een bepaald product iets niet, dan moet je er niet van alles in gaan stoppen zodat het voor andere mensen lastiger wordt om ermee te werken. Als je een hele hoge klanttevredenheid hebt, dan mag je er op berusten dat je producten goed zijn. **Als meerdere klanten met een wens komen dan vind ik dat je er over na moet denken. Als één klant met een idee komt dan moet je daar niet altijd op ingaan, nee zeggen is ook een kunst.**

Toegewijd krijgt van mij geen 8, lager. **Ik vind dat er heel veel mensen heel toegewijd zijn en heel veel voor het bedrijf over hebben. Maar ik vind ook dat veel mensen hier intern een half 9 tot 5 mentaliteit hebben.** Wij hebben allemaal wel goede bedoelingen, maar ik heb ook het idee dat er mensen zijn die het allemaal wel goed vinden. Een 7 is hier genoeg.

**Wij doen er alles aan, zowel voor onze producten als bedrijf om echt zo betrouwbaar mogelijk over te komen. Zowel naar onze klanten toe, als intern.** Ik geef daar ook zeker een 8 aan. **Als ik kijk naar onze klanten, afspraak is afspraak. We willen vaak teveel doen om te scoren, nee zeggen is moeilijk. Maar dan wordt het ook uitgevoerd.** We zijn er betrouwbaar in de afspraken die we maken, tijd is tijd. **Intern vind ik dat we een betrouwbare organisatie zijn.** Binnen ICT zie je daar toch ook wel veel andere situaties in. Mensen die voor het grote geld gaan, snel thuis. Dat is bij ons niet zo.

Ik heb zelden een bedrijf meegemaakt waarvan je op de eerste werkdag een bloemetje meekrijgt en als je contract wordt verlengd. **Als ik kijk naar de betrokkenheid: de directie die naar persoonlijke dingen vraagt. Dan moet ik eerlijk zeggen dat de maatschappelijke betrokkenheid van dit bedrijf erg hoog is.** Hoe mensen erbij komen, dat heeft denk ik ook met je eigen houding te maken. Gedrag beïnvloedt gedrag. Bij mij scoort het hoog. Ik heb het niet over salaris, **ik heb het over waardering in contacten, vraagstellingen en interesses naar elkaar toe. Met iedereen, ook met directie en management.** **Maatschappelijke betrokken in de vorm van goede doelen, MVO: wij doen er wat aan, maar daar houdt het ook mee op.** Vind ik het belangrijk: nee. **Van mij hoeft Reasult dit niet als kernwaarde te hanteren. In plaats daarvan zou het begrip duurzaamheid opgenomen kunnen worden.** **Duurzaamheid in producten, werksfeer, benadering en gebruik van energie.** Vind ik helemaal passen bij het bedrijf omdat ik **het gevoel heb dat mensen hier voor duurzaamheid gaan, het past bij cultuur.**

**Innovatie is de basis van een goed ICT bedrijf, dus het is ontzettend belangrijk.** Alleen moet je je grenzen bij innovatie weten. Innovatie is nooit uitgewerkt, het blijft net zo lang doorgaan totdat je stopt met verkopen. Tot dat moment blijf je innoveren. Innovatie kan ook je doodsteek zijn. **Door innovatie kan je iedere keer je product laten groeien, maar daar kan je product zo omslachtig mee worden** **dat mensen zeggen: het is zo complex, voor mij niet meer.** Innovatie is ontzettend belangrijk. Dus producten als Reaturn en TMS en rearisk, ik vind dat daar innovatie ontzettend belangrijk in is. **Wat innovatie nog meer kan zijn is usability, dat vind ik ook belangrijk.** Geef je grenzen aan bij innovatie.

Ik vind Reasult zeer zeker als bedrijf innovatief is. **Als je met nieuwe ideeën komt dan wordt er naar je geluisterd. Dat wil niet zeggen dat elk nieuw idee meteen opgepakt wordt, maar je hebt wel de kans.** Ik vind dat ons bedrijf en ons management erg innovatief is. Innovatie komt niet alleen vanuit het management, innovatie moet vanuit de hele organisatie komen. Degene die zegt dat we niet innovatief zijn moet eens beginnen om een spiegel te pakken: hoe innovatief ben ik zelf? En hoe weet ik met innovatie mijn ideeën te presenteren in deze organisatie.

We kunnen wel eens wat sexyer zijn. Maar als je vindt dat we innovatief willen zijn en vindt dat we sexy moeten zijn. Kom dan met ideeën, dan ben je innovatief. En als je alleen maar commentaar hebt op dingen die niet goed zijn, dan ben je alleen maar een zwartdenker. **Als je innovatief wilt zijn binnen het bedrijf, dan heb je daar echt de kans toe. Alleen moet je hem wel pakken.** Ik wil best met de mensen in discussie die vinden dat wij niet innovatief zijn om te vragen: wat is jouw rol in de innovatie? We zijn nu bezig met Reafinance om daar wat meer grafiekjes aan toe te voegen, we hebben nu ons dashboard ontwikkeld. We hebben projectkaarten ontwikkeld. We zijn bezig met Reafinance, TMS en rearisk om dat verder op de kaart te zetten om qua innovatie. **We zijn voldoende bezig op het gebied van innovatie, we doen genoeg. We moeten uitkijken dat we het niet teveel doen.**

Ik durf te beweren dat wij in ons marktsegment een van de mooiste producten hebben.

Je kunt nooit op alle gebieden trendzetter zijn. **We hebben een product waarmee we uniek zijn op de Nederlandse markt.** De marktbenadering zoals we nu bezig gaan via het web om te kijken wie onze website bezocht heeft, hartstikke goed: maar je bent trendvolger. Wat is creatief denken? 80/ 90% van de bestaande ideeën gebruiken met een eigen sausje eromheen. Dat is ook innovatie. Rearisk een nieuw product en heb je weinig concurrenten, daarin ben je trendzetter. Wij bouwen niet iets wat een ander ook doet. **Wij proberen iets te bouwen voor nieuwe markten, dan ben je een trendzetter aan het worden.**

**Wij hebben een prachtig product wat we weg kunnen zetten bij de klant en dat doen wij ook netjes. Alleen wij doen wat de klant vraagt waar we meer initiatief moeten tonen naar de klant toe.** Een implementatietraject van een nieuw product bij een klant vraagt altijd tijd. Op een gegeven moment zit het er eigenlijk op voor ons, maar **ik vind dat je eigenlijk nog een optimalisatieronde moet inbouwen bij de klant.** Dat zou een consultancy klant eigenlijk nog meer moeten doen zodat een klant nog meer uit het product haalt. Een klant weet ook lang niet alles wat je met een product kan doen wat wij leveren. Op dat gebied kunnen we een kwaliteitsslag maken. Het beschrijven van (interne) procedures doen we goed, maar we moeten meer doorgaan.

**Kwaliteit intern kunnen we nog wel een stapje maken op allerlei gebieden. Meer afspraak is afspraak, duidelijke concrete vergaderingen met afspraken / besluitenlijst.** **N.a.v. elke vergadering komt er een afsprakenlijst met wie doet wat en wanneer moet het af zijn.** Dit zou moeten ingevoerd worden in de structuur. Dan zou je nog meer kwaliteit kunnen leveren. **Nu vergaderen we veel en ieder maakt zijn eigen aantekeningen maar daar blijft het bij. Concreet en meetbaar maken wat je afspreekt met elkaar. En ik vind als er een besluitenlijst komt, dan gaat die ook naar het management, zodat zij ook input kunnen leveren.**

**Een accountmanager hoort bij de bedrijven langs te gaan.** We hebben wel eens de bedrijven gekwantificeerd naar omvang en dat vervolgens accountmanager, productleider en consultant zo nu en dan ook eens binnenstappen. Maar ik heb het idee dat dat nog veel te weinig leeft. Dan krijg je dat je bij klanten de onvrede niet genoeg signaleert en dat is funest in onze markt. Dan is er onvrede, dat blijft zitten en op een bepaalde moment zijn ze het zat en zeggen ze op. Dan gaan we weer ons uiterste best doen alleen dan is het te laat. Bij een vorig bedrijf gingen Consultants bij de klanten op bezoek als ze het niet druk hadden. Ze stapten binnen met de boodschap dat ze toevallig in de buurt waren om te vragen hoe het gaat. Dit biedt tevens de mogelijkheid om nieuwe producten en faciliteiten te introduceren. Je verkoopt je diensten op dat moment. **We moeten meer nazorg doen aan onze klanten, een consultant moet dat doen omdat die op een ander niveau binnen komt.**

Inleven in de ander past wel bij mij, toegewijd probeer ik ook te zijn, iedereen vindt zichzelf betrouwbaar maar ik probeer betrouwbaar te handelen. Maatschappelijk betrokken; ik ben wel geïnteresseerd in mijn collega’s. Meer richting MVO, dan minder. Innovatief ja. Je probeert altijd kwaliteit na te streven en je probeert er ook mee bezig te zijn. Door innovatief en creatief te zijn probeer je het beste uit jezelf te halen met de mogelijkheden en beperkingen die een ieder heeft.

**Maatschappelijke betrokkenheid in de vorm van MVO vind ik niet passend bij Reasult. Daar in plaats zou duurzaam kunnen komen, energiebesparend past daar wel bij. Maatschappelijk betrokken in de vorm van interesse in elkaar, waardering in een bloemetje is goed bij Reasult.** Als we jarig zijn krijgen we een bol.com bon van 20€. Laten we met die 20 euro stoppen en hiermee een goed doel steunen. Gaat je bedrijf daardoor anders functioneren? Nee. Duurzaam kan in plaats van maatschappelijke betrokkenheid. **Verantwoord energiegebruik, mensen inzet goed doen, flexwerken, omgaan met je wagenpark, dit vind ik allemaal passen bij duurzaam en dit past ook bij Reasult.**

**Als ik aan Reasult denk, dan denk ik aan de lekkere werksfeer, goede producten, tevreden klanten, fijne collega’s, we zijn niet goedkoop, we moeten iets creatiever zijn naar onze concurrenten toe, we mogen iets harder groeien.**

Wij verkopen onze software met Productlicenties en Medewerker Licenties, **misschien moet je met apps komen waarmee je kan werken tegen betaling. Op dat gebied kunnen we misschien nog wat innovatiever zijn.**

**Ik vind Reasult een betrouwbaar bedrijf, we zijn een deskundig bedrijf we bieden veel kwaliteit. Tot slot zijn we serieus.** Wij kennen het zo en mogen het zo houden. Als ik naar de klant kijk vind ik kwaliteit en innovatie heel belangrijk. Daarnaast een goede prijs/kwaliteitverhouding. **Het is erg duur, maar we leveren ook een prachtig product.** In het begin kende we geen concurrentie dus konden we de prijs hoog houden. **De klant vindt ons duur, dus op dat gebied zijn we aan het kijken hoe het misschien beter kan, we zijn aan het innoveren.**

Duurzaam mogen we inderdaad nog wel wat aandacht aan besteden. Innovatief ben ik het absoluut niet mee eens, want dat zijn we wel**. Modieus is niet hetgeen wat wij moeten zijn naar de klant toe.** Ik vind wel dat we het mogen zijn, maar ik vind niet dat we het helemaal niet zijn. Ik zeg niet dat we modieus zijn maar we zijn ook niet niet modieus. **Je hoeft niet super modieus te zijn om je presentatie goed te hebben. Ik denk dat onze presentatie past bij ons segment. We zijn vooruitstrevend met onze producten, we leveren kwaliteit. Dan hoeven we niet modieuzer te zijn dan dat we nu zijn, bewaar je eigen identiteit.**

**Kenmerkend voor Reasult is haar kwaliteit, mooie producten voor een duidelijk afgebakend marktsegment.** We weten wat we willen en we weten ook wat we niet willen.

**Wij hebben goede producten die elk jaar geordend worden, die een goed inzicht geven in de cashflow voor het segment waar wij ons op begeven**. **Reasult is een fijn bedrijf omdat wij denken en handelen in het belang van de klant en dat we flexibel zijn naar de klant toe en dat we de klant willen helpen met geld verdienen.**

**De dingen die het voor mij prettig maken om hier te werken zijn: eerlijkheid, betrouwbaarheid, warmte, inleving.** Deze aspecten voel ik hier allemaal.

**Ik vind dat wij ons ondanks dat we 11 jaar bestaan, de naamsbekendheid nog beter op de kaart moeten zetten.** Er zijn veel corporaties en ontwikkelaars die ons nog niet kennen en eigenlijk vind ik dat fout. Er zijn 400 corporaties en eigenlijk moet je die corporaties 2 keer per jaar een taart sturen. **Als je twee keer per jaar van een bedrijf een taart krijgt, dan weet je wel wie het bedrijf is. Als je na 11 jaar veel bedrijven nog moet zeggen wie Reasult is dan is jouw positionering op de markt nog niet goed.** Dat is niet alleen bij corporaties maar ook bij commerciële partijen. Hoe krijgen we hetgeen wat we vandaag proberen bij de klant? **Mensen moeten weten wie Reasult is, wat het doet en waar ze te vinden zijn. Mensen moeten weten dat we er zijn.** Iedereen zegt Reaturn wordt het helemaal, maar hoe zorgen we ervoor dat binnen nu en twee maanden tijd 400 corporaties allemaal weten wat Reaturn is? **Het onder de aandacht brengen van producten en nieuwe ontwikkelingen moet beter in de markt worden gebracht.** We zijn nu bezig met nieuwe ontwikkelingen omtrent financieringsvormen. Hoe kan ik dit in de markt brengen? **Begin eens met de 40 klanten waar dit op betrekking heeft uit te nodigen, of al je klanten. Breng eens in kaart wie de controller is, want die wil dat weten. Nodig die mensen uit.** Consultancy dag vind ik hét voorbeeld hoe je met heel weinig geld prachtige marketing kan bedrijven. Daar zitten 15 Consultants die ieder bij meerdere corporaties over de vloer komen. 15 x3 = 45 linkjes naar corporaties. Ik heb het adverteren daarentegen nooit zo goed begrepen. **Zorgen dat de mensen onze boodschap begrijpen, daar kunnen wij ons in verbeteren.**

Klanten vinden ons duur, maar we zijn ook goed. **Dan lukt het wel om bij heel veel klanten binnen te komen, maar bij heel veel blijft het toch in het achterhoofd dat we heel erg duur zijn.**

**De huidige manier van facturering is erg uitgebreid en omslachtig.** De factuur is opgebouwd uit een hele boom aan allerlei bedragen met bijvoorbeeld een totaalbedrag van 128.000 euro. De klant houdt van eenvoud en simpelheid. We maken software en als je het aangeschaft heb je in principe geen inkoop meer. In onze opzet willen wij continuïteit hebben. Je hebt nooit een rustig beleid omtrent opbrengsten en kosten van je organisatie. Je bent ontzettend gevoelig voor de economische situatie. **Ik heb gezegd dat alle producten die de ontwikkelaar gebruikt en afneemt voor een vast jaarbedrag. Elk jaar betaalt de klant ons 50.000 ongeacht het aantal projecten en het aantal medewerkers.** **In plaats daarvan letten we op de grootte van de corporatie.** Als je deze contracten hebt lopen blijft de klant het product gebruiken. Als je heel veel contracten afsluit krijg je een gestaagde groei, want je contracten nemen toe. Als de klant een keer gekozen heeft voor 50.000 euro en het gaat minder goed zegt 2 licenties op, dus het onderhoud wordt minder. Nu maak je dus een vaste kostenpost**. Als een klant nu met één product wilt stoppen, dan zegt die het hele pakket op. Het gevolg als je een product opzegt wordt vele malen groter.** Op lange termijn is dit heel mooi. **Voor de hele bedrijfsvoering, continuïteit is dit een goed schema.** Op de winst kun je mensen op aannemen om de groei te blijven realiseren. Ik vind dit innovatie.

Ze zien ons als duur, als ik het zo bekijk niet. **Dit is een jaarlijks terugkerend bedrag maar geen groot bedrag aan het begin. Je kunt ook vier facturen maken van 12.500 maken per kwartaal, het aantrekkelijker maken qua prijs.** Ideeën kun je lanceren, het is een goed en innovatief bedrijf waar je zelf aan kunt bijdragen. **We moeten beter zorgen dat we op de kaart staan bij de markt die we willen hebben.** Commerciële ontwikkelaars, commerciële beleggers en corporaties. **Er is ruimte om de ideeën te geven, alleen je moet er niet vanuit gaan dat alle ideeën opgepakt worden.**

Een klant moet Reasult inschakelen omdat ze op diverse vlakken hulpmiddelen kan bieden voor een beter resultaat. Dan heb ik het over de gebieden calculeren, beheersen en bewaken en rapporteren. Op deze drie gebieden biedt Reasult diverse producten die de klant helpen en ondersteunen in diens werkzaamheden.

**Ik ervaar de cultuur van Reasult als prettig, innovatief, vooruitstrevend, gedreven, sociaal, warm. Een open cultuur zowel onder de medewerkers als van bovenaf.** Ik heb ontzettend veel plezier bij dit bedrijf. We moeten even door deze tijd heen, maar daar gaan we doorheen komen. In dit soort tijden word je ook wat creatiever.

**Ik denk dat er een goed werkklimaat is met wederzijds respect naar elkaar.** Als je wederzijds respect hebt naar elkaar, dan is Reasult ook trots op mij. Ik weet dat er mensen zijn die er anders over denken, maar dat zijn mensen die achter elke boom een beer zien. Kijk maar bij de lunch wat er allemaal medegedeeld wordt bij de lunch. Mensen zijn blij, bedroefd en balen om de diverse nieuwtjes.

**Ik heb maar met een ding een probleem rondom de arbeidsvoorwaarden, dat is de contractvorming omtrent de autoregeling. Verder vind ik dat het gewoon allemaal echt goed geregeld is.** Arbeidsvoorwaarden is iets wat je zelf uit onderhandeld. Ik vind dat die er netjes uitziet. Op detailpunten kun je best wat vinden, maar die bepalen niet de rode draad en de rode draad is goed.

**Reasult is voor mij zo’n fijne werkgever vanwege de betrokkenheid, de warmte, de kwaliteit die ze willen uitstralen en de kwaliteit die ze willen leveren in hun diensten.**

**Wat ik nog verwacht van Reasult is dat ik graag een zeer professionele sales binnendienst zou willen hebben.** Een accountmanager moet zoveel mogelijk buiten zijn en moet zo min mogelijk binnen zijn en zich bemoeien met allerlei rapportjes. Ik vind ook als een klant belt naar de zaak dan moet die niet binnenkomen bij Corine, maar bij de sales binnendienst. **Dan kun je echt kwaliteit leveren, dat je inhoudelijk diegene meer van dienst kan zijn.** Ook zorgen dat wij minder binnen zijn en meer buiten zijn. **Gebruik het op de plek waar je het wilt gebruiken, dat is in de buitendienst en niet achter het bureau met allerlei randdiensten.** Dat het hier niet is, is apart.

**Als bedrijven ons kennen, dat is dus een punt van aandacht, dan zijn ze allemaal wel tevreden over hetgeen dat wij brengen.** We staan wel goed beschreven in de markt. **Ze vinden ons duur.** Bert Spronk zei altijd: dan heb je ze niet genoeg uitgelegd wat ze met ons product kunnen verdienen. Maar als jij met een product van 35.000 70 tot 80% van je aandachtspunten van oplossen en je kunt met 125.000 iets anders oplossen. Nou, dan beginnen we eerst maar met die 35.000, het kost gewoon veel geld. Je moet zorgen dat je voor iedereen een aparte positie hebt. De markt vindt ons duur maar ze zijn wel heel positief over onze producten.

**Ik wil eigenlijk de prijs weggedrukt hebben, dat mensen als eerst de kwaliteit noemen**. Dat we een goed en totaal noemen. En dat ons product ten opzichte van de concurrent er met kop en schouders bovenuit steekt. Een imago verbetering op dat gebied.

**Als mensen over ons zeggen dat we een slecht product hebben, veel fouten, traag, slechte klanttevredenheid dat zou ik erg vinden.** Zo zou ik niet bekend willen staan. **Ik heb de voorkeur voor een perfect product met een wat mindere uistraling. We moeten niet allemaal hameren op sexy, kwaliteit staat voorop.** Waar we het kunnen pakken, pakken we het. Kwaliteit, degelijkheid, betrouwbaarheid is 10x belangrijker.

**Over 5 jaar werken we met dezelfde producten in hoofdlijn, alleen kun je via meer dingen de producten openen via appjes bijvoorbeeld wat ik hoop.** We bestaan nu 11 jaar en hebben nu ongeveer 70 klanten. Nu hebben we dus gemiddeld 6 klanten per jaar gepakt. Dit volgend komen we uit op 100 klanten. **Maar ik denk dat we op 200 klanten komen, misschien wel 300. Daar wil ik naar toe: continuïteit, huurbedrag, maar ik wil ook naar kleine corporaties toe.** Nu gaan we alleen naar de grotere partijen. We hebben 50% van de grootste partij als klant, 30% van de gemiddelde grootte en 2% van de kleinste partij. **De kleine partijen ontwikkelen ook. Hier kunnen we misschien in die 5 jaar tijd wel 100 bedrijven pakken.** Ik wil booming zijn. Als wij van filosofie veranderen dan is dit zeker haalbaar. Als wij de gemiddelde order omlaag laten gaan, maar het aantal orders gaat fors omhoog. **Je gaat 5/6 keer zoveel orders pakken. Een minder groot bedrag per klant, maar veel meer klanten.** Door het nieuwe huurmodel in combinatie met het aanpakken van de onderkant van de markt (de kleinere partijen) wordt dit haalbaar. Niet alleen de krenten uit de pap pakken, **de ABN ambro’s moeten we blijven benaderen, maar de totale markt moeten we aanpakken. Niet ons alleen fixeren op de bovenlaag.** Breder kijken naar de klant. **Ook dit moet je uitdragen naar de klant toe.** Binnenkort komt Ferry met een mailing en die willen we naar kleine corporaties sturen en ik hoop dat daar een 7/8 tal reacties op komen. We kunnen daar dan één keer langskomen om het te presenteren, we maken een voorstel en ze kunnen kiezen, simpel houden. Als je eenmaal binnen bent kun je verder uitbouwen. Ik ben niet trots op 70 klanten in 11 jaar tijd, ik wil groeien.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* Wij willen software leveren aan bedrijven die aan prognosticeren doen. Wij willen dat leveren, onderhouden, wij willen zorgen dat de klant daar eigenlijk in ontlast wordt. Dat willen we doen met producten waar we ook geld aan verdienen, we willen winst maken. Dat doen we door een team van pragmatische mensen te gebruiken die uit de markt komen met veel zakelijk inzicht om die mensen over te halen. We hebben een product waarmee we uniek zijn op de Nederlandse markt.. Wij proberen iets te bouwen voor nieuwe markten, dan ben je een trendzetter aan het worden.
* Hoe naar mijn mening de kernwaarde van Reasult zijn, dan zou ik die omschrijven als: winst maken, groei, kwaliteit leveren, gezond werkklimaat.
* Naar de klant toe leven we ons heel goed in, in wat er bij die klant speelt. We willen kwaliteit leveren, maar we slaan soms ook een beetje door. We willen graag alles in ons product stoppen waardoor het soms ook omslachtig wordt. Als ik intern ga kijken vind ik dat we daar nog te veel verschillende afdelinkjes hebben. Daar zou wat meer synergie mogen zijn en afstemming, meer samenwerking.
* We moeten kritischer zijn in de wensen van de klant, we moeten niet alles willen doen. Als meerdere klanten met een wens komen dan vind ik dat je er over na moet denken. Als één klant met een idee komt dan moet je daar niet altijd op ingaan, nee zeggen is ook een kunst.
* Ik vind dat er heel veel mensen heel toegewijd zijn en heel veel voor het bedrijf over hebben. Maar ik vind ook dat veel mensen hier intern een half 9 tot 5 mentaliteit hebben.
* Wij doen er alles aan, zowel voor onze producten als bedrijf om echt zo betrouwbaar mogelijk over te komen. Zowel naar onze klanten toe, als intern. Als ik kijk naar onze klanten, afspraak is afspraak. We willen vaak teveel doen om te scoren, nee zeggen is moeilijk. Maar dan wordt het ook uitgevoerd. Intern vind ik dat we een betrouwbare organisatie zijn.
* Als ik kijk naar de betrokkenheid: de directie die naar persoonlijke dingen vraagt. Dan moet ik eerlijk zeggen dat de maatschappelijke betrokkenheid van dit bedrijf erg hoog is. Ik heb het over waardering in contacten, vraagstellingen en interesses naar elkaar toe. Met iedereen, ook met directie en management. Maatschappelijke betrokken in de vorm van goede doelen
* MVO: wij doen er wat aan, maar daar houdt het ook mee op. Van mij hoeft Reasult dit niet als kernwaarde te hanteren. In plaats daarvan zou het begrip duurzaamheid opgenomen kunnen worden. Duurzaamheid in verantwoord energiegebruik, mensen inzet goed doen, flexwerken, omgaan met je wagenpark, dit vind ik allemaal passen bij duurzaam en dit past ook bij Reasult.
* Innovatie is de basis van een goed ICT bedrijf, dus het is ontzettend belangrijk. Door innovatie kan je iedere keer je product laten groeien, maar daar kan je product zo omslachtig mee worden dat mensen zeggen: het is zo complex, voor mij niet meer. Wat innovatie nog meer kan zijn is usability, dat vind ik ook belangrijk.
* Als je met nieuwe ideeën komt dan wordt er naar je geluisterd. Dat wil niet zeggen dat elk nieuw idee meteen opgepakt wordt, maar je hebt wel de kans. Als je innovatief wilt zijn binnen het bedrijf, dan heb je daar echt de kans toe. Alleen moet je hem wel pakken. We zijn voldoende bezig op het gebied van innovatie, we doen genoeg. We moeten uitkijken dat we het niet teveel doen.
* Wij hebben een prachtig product wat we weg kunnen zetten bij de klant en dat doen wij ook netjes. Alleen wij doen wat de klant vraagt waar we meer initiatief moeten tonen naar de klant toe. Ik vind dat je eigenlijk nog een optimalisatieronde moet inbouwen bij de klant. We moeten meer nazorg doen aan onze klanten, een consultant moet dat doen omdat die op een ander niveau binnen komt.
* Kwaliteit intern kunnen we nog wel een stapje maken op allerlei gebieden. Meer afspraak is afspraak, duidelijke concrete vergaderingen met afspraken / besluitenlijst. N.a.v. elke vergadering komt er een afsprakenlijst met wie doet wat en wanneer moet het af zijn. En ik vind als er een besluitenlijst komt, dan gaat die ook naar het management, zodat zij ook input kunnen leveren.
* Als ik aan Reasult denk, dan denk ik aan de lekkere werksfeer, goede producten, tevreden klanten, fijne collega’s, we zijn niet goedkoop, we moeten iets creatiever zijn naar onze concurrenten toe, we mogen iets harder groeien. Misschien moet je met apps komen waarmee je kan werken tegen betaling. Op dat gebied kunnen we misschien nog wat innovatiever zijn.
* Ik vind Reasult een betrouwbaar bedrijf, we zijn een deskundig bedrijf we bieden veel kwaliteit. Tot slot zijn we serieus. Het is erg duur, maar we leveren ook een prachtig product.. De klant vindt ons duur, dus op dat gebied zijn we aan het kijken hoe het misschien beter kan, we zijn aan het innoveren.
* Modieus is niet hetgeen wat wij moeten zijn naar de klant toe. Ik denk dat onze presentatie past bij ons segment. We zijn vooruitstrevend met onze producten, we leveren kwaliteit.
* Kenmerkend voor Reasult is haar kwaliteit, mooie producten voor een duidelijk afgebakend marktsegment. Wij hebben goede producten die elk jaar geordend worden, die een goed inzicht geven in de cashflow voor het segment waar wij ons op begeven. Reasult is een fijn bedrijf omdat wij denken en handelen in het belang van de klant en dat we flexibel zijn naar de klant toe en dat we de klant willen helpen met geld verdienen.
* Ik vind dat wij ons ondanks dat we 11 jaar bestaan, de naamsbekendheid nog beter op de kaart moeten zetten. Mensen moeten weten wie Reasult is, wat het doet en waar ze te vinden zijn. Mensen moeten weten dat we er zijn. Het onder de aandacht brengen van producten en nieuwe ontwikkelingen moet beter in de markt worden gebracht. Zorgen dat de mensen onze boodschap begrijpen, daar kunnen wij ons in verbeteren.
* Dan lukt het wel om bij heel veel klanten binnen te komen, maar bij heel veel blijft het toch in het achterhoofd dat we heel erg duur zijn. De huidige manier van facturering is erg uitgebreid en omslachtig. Ik heb gezegd dat alle producten die de ontwikkelaar gebruikt en afneemt voor een vast jaarbedrag. Elk jaar betaalt de klant ons 50.000 ongeacht het aantal projecten en het aantal medewerkers. In plaats daarvan letten we op de grootte van de corporatie. Als een klant nu met één product wilt stoppen, dan zegt die het hele pakket op.
* Ik ervaar de cultuur van Reasult als prettig, innovatief, vooruitstrevend, gedreven, sociaal, warm. Een open cultuur zowel onder de medewerkers als van bovenaf. De dingen die het voor mij prettig maken om hier te werken zijn: eerlijkheid, betrouwbaarheid, warmte, inleving. Ik denk dat er een goed werkklimaat is met wederzijds respect naar elkaar.
* Ik heb maar met een ding een probleem rondom de arbeidsvoorwaarden, dat is de contractvorming omtrent de autoregeling. Verder vind ik dat het gewoon allemaal echt goed geregeld is.
* Wat ik nog verwacht van Reasult is dat ik graag een zeer professionele sales binnendienst zou willen hebben. Dan kun je echt kwaliteit leveren, dat je inhoudelijk diegene meer van dienst kan zijn.
* Ik wil eigenlijk de prijs weggedrukt hebben, dat mensen als eerst de kwaliteit noemen. Ik heb de voorkeur voor een perfect product met een wat mindere uistraling. We moeten niet allemaal hameren op sexy, kwaliteit staat voorop.
* Over 5 jaar werken we met dezelfde producten in hoofdlijn, alleen kun je via meer dingen de producten openen via appjes bijvoorbeeld wat ik hoop. Maar ik denk dat we op 200 klanten komen, misschien wel 300. Daar wil ik naar toe: continuïteit, huurbedrag, maar ik wil ook naar kleine corporaties toe. Je gaat 5/6 keer zoveel orders pakken. Een minder groot bedrag per klant, maar veel meer klanten.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? Wij willen software leveren aan bedrijven die aan prognosticeren doen. Wij willen dat leveren, onderhouden, wij willen zorgen dat de klant daar eigenlijk in ontlast wordt. Dat willen we doen met producten waar we ook geld aan verdienen, we willen winst maken. We hebben een product waarmee we uniek zijn op de Nederlandse markt.. Wij proberen iets te bouwen voor nieuwe markten, dan ben je een trendzetter aan het worden.

Inleven in de ander Naar de klant toe leven we ons heel goed in, in wat er bij die klant speelt. We willen kwaliteit leveren, maar we slaan soms ook een beetje door. Reasult is een fijn bedrijf omdat wij denken en handelen in het belang van de klant en dat we flexibel zijn naar de klant toe en dat we de klant willen helpen met geld verdienen.

Als ik intern ga kijken vind ik dat we daar nog te veel verschillende afdelinkjes hebben. Daar zou wat meer synergie mogen zijn en afstemming, meer samenwerking.

Toegewijd Ik vind dat er heel veel mensen heel toegewijd zijn en heel veel voor het bedrijf over hebben. Maar ik vind ook dat veel mensen hier intern een half 9 tot 5 mentaliteit hebben.

Betrouwbaar Wij doen er alles aan, zowel voor onze producten als bedrijf om echt zo betrouwbaar mogelijk over te komen. Zowel naar onze klanten toe, als intern. Als ik kijk naar onze klanten, afspraak is afspraak. Intern vind ik dat we een betrouwbare organisatie zijn.

Kritisch kijken We willen graag alles in ons product stoppen waardoor het soms ook omslachtig wordt. We willen vaak teveel doen om te scoren, nee zeggen is moeilijk. Maar dan wordt het ook uitgevoerd. We moeten kritischer zijn in de wensen van de klant, we moeten niet alles willen doen. Als meerdere klanten met een wens komen dan vind ik dat je er over na moet denken. Als één klant met een idee komt dan moet je daar niet altijd op ingaan, nee zeggen is ook een kunst.

Betrokkenheid Als ik kijk naar de betrokkenheid: de directie die naar persoonlijke dingen vraagt. Dan moet ik eerlijk zeggen dat de maatschappelijke betrokkenheid van dit bedrijf erg hoog is. Ik heb het over waardering in contacten, vraagstellingen en interesses naar elkaar toe. Met iedereen, ook met directie en management.

MVO Wij doen er wat aan, maar daar houdt het ook mee op. Van mij hoeft Reasult dit niet als kernwaarde te hanteren. In plaats daarvan zou het begrip duurzaamheid opgenomen kunnen worden. Duurzaamheid in verantwoord energiegebruik, mensen inzet goed doen, flexwerken, omgaan met je wagenpark, dit vind ik allemaal passen bij duurzaam en dit past ook bij Reasult.

Innovatie Als je met nieuwe ideeën komt dan wordt er naar je geluisterd. Als je innovatief wilt zijn binnen het bedrijf, dan heb je daar echt de kans toe. We zijn voldoende bezig op het gebied van innovatie, we doen genoeg. We moeten uitkijken dat we het niet teveel doen.

Initiatief tonen Alleen wij doen wat de klant vraagt waar we meer initiatief moeten tonen naar de klant toe. Ik vind dat je eigenlijk nog een optimalisatieronde moet inbouwen bij de klant. We moeten meer nazorg doen aan onze klanten, een consultant moet dat doen omdat die op een ander niveau binnen komt.

Kwaliteit Intern kunnen we nog wel een stapje maken op allerlei gebieden. Meer afspraak is afspraak, duidelijke concrete vergaderingen met afspraken / besluitenlijst. En ik vind als er een besluitenlijst komt, dan gaat die ook naar het management, zodat zij ook input kunnen leveren.   
Wat ik nog verwacht van Reasult is dat ik graag een zeer professionele sales binnendienst zou willen hebben. Dan kun je echt kwaliteit leveren, dat je inhoudelijk diegene meer van dienst kan zijn.

Deskundig Ik vind Reasult een betrouwbaar, deskundig bedrijf en we bieden veel kwaliteit. Tot slot zijn we serieus. Dat doen we door een team van pragmatische mensen te gebruiken die uit de markt komen met veel zakelijk inzicht.

Naamsbekendheid Mensen moeten weten wie Reasult is, wat het doet en waar ze te vinden zijn. Mensen moeten weten dat we er zijn. Zorgen dat de mensen onze boodschap begrijpen, daar kunnen wij ons in verbeteren.

Imago Dan lukt het wel om bij heel veel klanten binnen te komen, maar bij heel veel blijft het toch in het achterhoofd dat we heel erg duur zijn. Alle producten die de ontwikkelaar gebruikt en afneemt voor een vast jaarbedrag. Elk jaar betaalt de klant ons 50.000 ongeacht het aantal projecten en het aantal medewerkers. In plaats daarvan letten we op de grootte van de corporatie. Als een klant nu met één product wilt stoppen, dan zegt die het hele pakket op.

Cultuur Ik ervaar de cultuur van Reasult als prettig, innovatief, vooruitstrevend, gedreven, sociaal, warm. Een open cultuur zowel onder de medewerkers als van bovenaf. De dingen die het voor mij prettig maken om hier te werken zijn: eerlijkheid, betrouwbaarheid, warmte, inleving. Ik denk dat er een goed werkklimaat is met wederzijds respect naar elkaar.

Arbeidsvoorwaarden Ik heb maar met een ding een probleem rondom de arbeidsvoorwaarden, dat is de contractvorming omtrent de autoregeling. Verder vind ik dat het gewoon allemaal echt goed geregeld is.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Inleven in de ander** - Wij denken en handelen in het belang van de klant  
 - We leven ons goed in, in wat er bij de klant speelt

**Betrouwbaar -** We doen er alles aan, zowel voor product als bedrijf, om zo betrouwbaar mogelijk over te komen  
- Extern geldt: Afspraak is afspraak  
- Intern zijn we een betrouwbare organisatie   
- We werken met een team van pragmatische mensen te gebruiken die uit de markt komen met veel zakelijk inzicht, dit draagt bij aan een betrouwbaar, serieus en deskundig bedrijf

**Betrokkenheid** - Directe vraagt naar persoonlijke dingen  
- Waardering in contacten, vraagstellingen en interesses naar elkaar toe, betrokkenheid is groot

**Innovatie** - Als je nieuwe ideeën hebt, wordt er naar je geluisterd  
- Je krijgt de kans om innovatief te zijn  
- We doen genoeg op het gebied van innovatie, we moeten oppassen dat we niet teveel doen

**Cultuur** -De cultuur van Reasult is prettig, innovatief, vooruitstrevend, gedreven, sociaal en warm  
- Een open cultuur zowel onder de medewerkers als van bovenaf  
- Er is een goed werkklimaat met wederzijds respect naar elkaar

**- Negatief Personeel**  - Intern zijn er teveel verschillende afdelinkjes

- Er zou meer synergie, afstemming en samenwerking mogen zijn

- Er zijn een aantal mensen die een half 9 tot 5 mentaliteit hebben

**Kritisch zijn** - We moeten niet alles willen doen  
- Als 1 klant met een wens komt, moet je daar niet altijd op ingaan

**Maatschappelijk betrokken** – We doen er wat aan, maar daar houdt het mee op  
- I.p.v. maatschappelijk betrokken mag duurzaamheid: verantwoord energiegebruik, inzet van mensen goed doen, flexwerken, omgaan met je wagenpark. Dit pas bij duurzaam en past bij Reasult

**Initiatief tonen** - We moeten meer initiatief tonen naar de klant toe  
- Er zou een optimalisatieronde ingebouwd moeten worden bij de klant, meer nazorg  
- Een consultant kan dit op zich nemen omdat die op een ander niveau binnen komt

**Kwaliteit** - Intern moeten afspraken beter nagekomen worden, duidelijke concrete vergaderingen met een besluitenlijst  
- De besluitenlijst gaat ook naar het management  
- Opstellen van een professionele sales binnendienst zodat je de mensen inhoudelijk meer kwalitatief van dienst kunt zijn

**Naamsbekendheid** - Mensen moeten weten wie Reasult is, wat het doet en waar ze te vinden zijn.   
- We moeten zorgen dat mensen onze boodschap begrijpen

**Imago -** We worden gezien als duur, wat komt door de ingewikkelde facturering  
- In plaats daarvan zou er een bedrag moeten zijn ongeacht het aantal project en medewerkers  
- Dit zorgt voor continuïteit, want op het moment dat een bedrijf een product wilt stopzetten, zegt hij de hele suite op

## Interview 6

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**We willen de beste zijn in het maken van software voor de vastgoedbranche**, dat we daar de beste producten voor maken.

De kernwaarden zou ik zo niet weten. We hebben er zes en een daarvan is kwaliteit. De andere vijf zou ik niet weten. Ik heb niet zoveel met die kernwaarden. **Kwaliteit, wat kwaliteit. Hoe komt dat terug dan?** Hoe zie ik dat terug? **Er worden wel een aantal dingen opgenoemd, maar ik heb niet echt het gevoel dat je dat terug ziet of dat er aan gewerkt wordt.** Kwaliteit namens software ontwikkeling: **ik vind dat de kwaliteit nog veel hoger kan liggen, er wordt niet actief wat mee gedaan.**

**De kernwaarden zijn niet origineel.** Als je naar een andere organisatie kijkt denk ik dat er minimaal vier van deze kernwaarden ook daar in terugkomen, daarin zijn we niet origineel – het is niet speciaal.

**Bij klanten kan ik me voorstellen dat je je moet inleven in de klant en problematiek.** Wat betreft software hebben we daar weinig mee van doen. **In de organisatie is het eigenlijk wel vanzelfsprekend, hoeft geen kernwaarde te zijn. Ik denk dat mensen zich intern wel redelijk in kunnen leven in de ander.**

Eilandjescultuur? **Tussen de afdelingen zelf kan dat beter. Wij maken iets maar aan de andere kant worden ook producten gemaakt, terwijl daar nooit overleg tussen is geweest.** Wij zijn nu bezig met de webapplicaties voor Reaforce en hadden het idee om het op Tablet te laten draaien. Maar ik weet aan de andere kant dat ze daar ook mee bezig zijn, **dit gaat allemaal langs elkaar heen.** **Er is nooit iemand die de boel bij elkaar brengt en zegt van: moeten we dat niet eens gemeenschappelijk bekijken.** Dan weten we in ieder geval waar we mee bezig zijn. Software, ontwikkeling en sales samen in een hok gooien. Waar ben je mee bezig? **Begrip voor elkaars werkzaamheden.** Eerder aangekaart, maar wordt weinig aangedaan. Zou zeker beter kunnen!

Reasult in zijn algemeen wel toegewijd. Mensen op zich daar zal ik me niet over uitlaten.

We proberen naar klanten toe wel betrouwbaar te zijn. Of we dat echt waarmaken? Kan ik moeilijk inschatten. Ik denk wel dat de betrouwbaar zijn.

**Maatschappelijke betrokkenheid staat erin omdat het momenteel hot is.** Eerst was het groen, energiebesparend en nu is het deze trend. **Ik zou niet weten hoe wij maatschappelijk betrokken zijn.** Het enigste wat ik zie is dat er geld naar een goed doel gaat met kerstmis. **Elk bedrijf die zet het er maar bij. Voor de rest zie ik daar weinig van terug.** Voor de rest misschien met jou met het afstuderen, het bieden van stageplaatsen. Maar ik heb geen idee of dat onder maatschappelijk betrokken valt. Ik denk dat ze het erin zetten omdat ze anders bang zijn dat zij het niet hebben en anderen wel, dat dat als pluspunt van dat bedrijf wordt gezien. **Prima dat je het erin zet, net zoals bij kwaliteit, maar dan moet je er wel wat aan doen.**

**Klopt, we willen innovatief zijn maar zijn het niet.** Als je productleadership ernaast trekt denk ik ook dat je dat moet zijn. Dat gebeurt nog te weinig. **Op een aantal gebieden zouden we veel meer kunnen doen en zou ook meer gestimuleerd kunnen worden.** Niet zoiets van ga je gang maar, krijg ik daar de ruimte ook voor. Ze vinden het wel prima als je het doet. Je wilt het wel doen, mag ik het doen? Is er de tijd voor? Dat een manager zegt 1x per twee weken maken we daar tijd voor. **Dat het ook echt gestimuleerd wordt van bovenaf, dat idee heb ik niet.** **Wordt heel erg bij de medewerkers gelegd van innovatie is belangrijk, oke. Maar als we nu 3 weken iets gaan doen om dit te verbeteren kan het niet want eerst moeten de andere dingen af. Er is geen tijd en ruimte voor.** Je moet er meer tijd voor vrijmaken. Mensen bij elkaar zetten en brainstormen. Er zit zoveel kennis in het bedrijf. **Van alle afdelingen iemand pakken en kijken wat je kan doen op alle vlakken, gebeurt nu nog te weinig.** **Iedereen werkt in clubjes binnen Reasult met hun eigen ding maar juist die kruisbestuiving zou ik graag willen zien.**

**Kwaliteit, ik denk dat dat nog veel beter kan. Ik heb ook niet echt het gevoel dat dat vanuit management gepusht wordt dat de kwaliteit beter moet.** **Het tegenovergestelde: dat kwaliteit niet het belangrijkste is, als het maar op het juiste moment klaar is.**

Kwaliteit op de manier waarop wij software bouwen, de kwaliteit kan zeker beter.

Ik vind de kernwaarden niet bij Reasult passen. Van de zes kernwaarden zou betrouwbaar het hoogst scoren, maar ik heb niet echt een favoriet. Allemaal een beetje, maar eigenlijk ook waarom staan ze erop? Ik zou geen andere kernwaarden weten, ik zie het meer als een verkooppraatje te vergelijken met een sollicitatie.

**Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software, vastgoed, leuke collega’s, werken in vrijheid qua indeling van je werkzaamheden, tijdsindeling** eerst de kinderen naar school brengen en ‘s avonds 2 uur extra thuis door werken is prima.

**Serieus zijn we zeker wel. Denk dat de meesten serieus bezig met de dingen die ze moeten doen.** Betrouwbaar dat zie ik meer hoe klanten ons dan zouden zien, daar heb ik echter geen idee van. **Deskundig op softwareontwikkeling vind ik onze mensen deskundig.** **Als ik kijk naar Reasult in het algemeen die willen deskundig op het gebied van vastgoedontwikkeling zijn, daar heb ik nog wel eens mijn vraagtekens bij. Vooral bij nieuwe producten die ontwikkeld worden, een nieuw product: de klant wil het zo, onee zo, toch zo. Als je deskundig bent dan weet je hoe het moet of vertelt de klant je hoe het moet.** Eigenlijk niet weten wat de klant precies wilt.

De Uitstraling hoeft van mij niet meer sexy, **huidige uitstraling is op zich wel prima.**

Duurzaam is ook weer zo’n trendwoord, dus klopt – zie ik niet binnen Reasult. We zijn niet modieus, dat vind ik niet. **Ik denk dat wij redelijk modieus zijn. Qua kantoor, wat we maken, we zijn toch wel bezig met de laatste trends.** **De software mag inderdaad wat mooier, hipper en beweeglijker.** Zou in de toekomst nog wel mogen gebeuren. Gevaar is als het doorslaat. **De getalletjes moeten kloppen los van dat het getalletje springend eraan komt. Ik vind het belangrijker dat je software maakt die het goed doet. Als er nog tijd over is, dan kun je dat soort dingen doen.** Ik vraag me af of de klant zit te wachten op mooi uitziende dingen? **Eerst de basis, dan kun je het altijd nog mooier te maken. Als je dat soort dingen wilt, moet je er in investeren en dus iemand aantrekken die er gevoel voor heeft – designer.** We willen wel, maar er is niet echt iemand die daar goed in.

**Software voor de vastgoedsector is kernomvattend hetgeen waar Reasult over gaat.**

**De positieve punten van Reasult zijn de vrijheid die je hebt, goede arbeidsvoorwaarden en het is een goede werkgever. Het is een relatief klein bedrijf waardoor je dingen redelijk snel kan regelen.** Korte lijnen. Als er iets aangeschaft moet worden kan dat zo geregeld worden bijvoorbeeld.

**Overleggen tussen afdelingen zou binnen Reasult beter kunnen, het organiseren van kruisbestuiving.** **De communicatie kan beter, intern.** Sommige dingen worden gewoon slecht gecommuniceerd. Als je het gewoon vertelt is het ook voor iedereen duidelijk.

Ik hoop dat ze kiezen voor Reasult omdat zij gewoon de beste producten hebben voor hun probleem of een proces voor iets dat zij willen verbeteren kunnen oplossen. Zo hoop ik dat de klant ons ziet. Ik hoop dat wij daarmee de klanten goed kunnen begeleiden. Ik denk dat die klant kijkt naar de producten en kijkt wat dat kost, als een ander het goedkoper aanbiedt dan kiezen ze voor hen**. Je krijgt bij Reasult een bedrijf die veel ervaring heeft en over veel kennis beschikt.**

**Bij Reasult werken mensen die serieus met hun vak bezig zijn, af en toe een lolletje tussendoor moet kunnen. Reasult kent een platte structuur met korte lijnen**, als je wil stap je zo bij Aart binnen. Mensen die gedreven zijn in hun vak. **De balans tussen serieus en een geintje is prima.** Ik heb daar geen problemen mee. Hoeft van mij niet strakker / meer structuur is prima zo. Kan me vinden in deze cultuur, geen verbeteringen in deze cultuur.

**Soms schiet de waardering tekort. Zowel in beloning als in woorden.** Nu is het lastig dat je misschien wel beloond wilt worden maar lastig is. Er mag soms wel eens meer waardering voor zijn. **Vooral als je een stapje harder loopt, dan mag dat wel beloond worden. Woorden zijn leuk, financieel vind ik ook wel dat sommige dingen beloond mogen worden.** Dat is niet verkeerd, zet andere mensen ook aan om misschien wat meer te gaan doen.

**De primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn prima, ik ben er tevreden mee.** Ten opzichte van andere bedrijven kunnen we redelijk meekomen.

**Reasult is een fijne werkgever vanwege de combinatie van de werkzaamheden, de arbeidsvoorwaarden en hoe het bedrijf is qua cultuur.** Het is een aantrekkelijke werkgever.

**Ik vind wel dat toen wij wat kleiner waren dat de arbeidsvoorwaarden veel flexibeler waren.** Ik heb een loonsverhoging per januari maar ik wil daarvoor structureel 2 vrije dagen per jaar erbij. Dat kon, het was allemaal wat minder vast. Nu moet iedereen 25 dagen hebben. We hebben het cafetariamodel maar liggen alleen maar frikadel en kroket in. Weinig flexibiliteit in arbeidsvoorwaarden. Dingen verdwijnen, regeltjes verdwijnen. **We gaan er op achteruit.** Iets flexibeler. Je kan je pakket wat primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden zelf inrichten. Ik wil een iets kleinere leaseauto maar daarvoor meer vrije dagen. **Er zijn steeds meer regels bijgekomen, maar daar moet je niet in doorslaan. Iets meer terug naar hoe het was.**

**Ik denk dat wij soms wel als duur ervaren worden, we zijn te duur.** Dat idee heb ik. **Er wordt gekeken naar Reasult dat goede producten heeft maar wel aan de dure kant.**

Daarentegen zou ik willen dat ze naar Reasult kijken en dat ze het gevoel hebben dat ze een reële prijs voor hun product betalen.

Je wilt niet bekend staan met te dure producten en dat je nergens verstand van hebt. Mensen weten niet waar ze over praten. **Wil wel gezien worden als een club met de nodige kennis in huis die met de software de klant een eind op weg helpen, echt een meerwaarde zijn voor de klant.**

Paar jaar geleden gingen we deelnemen aan de groeiversneller met het idee om binnen een paar jaar met het aantal te verdubbelen. **Als wij naar 100 man zouden gaan, zou ik een mooie stap vinden.** Krijgen we behoefte aan andere functies en biedt meer doorgroeimogelijkheden**. Ik denk dat we misschien wel blij mogen zijn dat we zijn zoals we nu zijn en dat we elk jaar met winst af kunnen sluiten en dat dezelfde mensen hier zijn.** In de huidige economische omstandigheden dat dat heel wat is. Ik zie niet dat wij over 5 jaar verdubbeld zijn qua mensen. **Ik geloof nooit dat wij binnen 5 jaar enorm gaan groeien gezien de huidige omstandigheden**. **Als Reasult over 5 jaar nog steeds op dezelfde manier aanwezig is, met ongeveer hetzelfde aantal mensen dan denk ik dat dat al wel heel wat is.**

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* We willen de beste zijn in het maken van software voor de vastgoedbranche. Software voor de vastgoedsector, dat is waar het kernomvattend over gaat. Je krijgt bij Reasult een bedrijf die veel ervaring heeft en over veel kennis beschikt.
* Kwaliteit, wat kwaliteit. Hoe komt dat terug dan? Er worden wel een aantal dingen opgenoemd, maar ik heb niet echt het gevoel dat je dat terug ziet of dat er aan gewerkt wordt. Bij software ontwikkeling kan de kwaliteit nog veel hoger liggen, er wordt niet actief wat mee gedaan. Kwaliteit, ik denk dat dat nog veel beter kan. Ik heb ook niet echt het gevoel dat dat vanuit management gepusht wordt dat de kwaliteit beter moet. Het tegenovergestelde: dat kwaliteit niet het belangrijkste is, als het maar op het juiste moment klaar is.
* De kernwaarden zijn niet origineel.
* Bij klanten kan ik me voorstellen dat je je moet inleven in de klant en problematiek. In de organisatie is het eigenlijk wel vanzelfsprekend, hoeft geen kernwaarde te zijn. Ik denk dat mensen zich intern wel redelijk in kunnen leven in de ander. Inleven als je kijkt tussen de afdelingen zelf kan dat beter. Wij maken iets maar aan de andere kant worden ook producten gemaakt, terwijl daar nooit overleg tussen is geweest. Dit gaat allemaal langs elkaar heen. Er is nooit iemand die de boel bij elkaar brengt en zegt van: moeten we dat niet eens gemeenschappelijk bekijken. Wanneer dit zou gebeuren krijg je meer begrip voor elkaars werkzaamheden.
* Maatschappelijke betrokkenheid staat erin omdat het momenteel hot is. zou niet weten hoe wij maatschappelijk betrokken zijn.. Elk bedrijf die zet het er maar bij. Voor de rest zie ik daar weinig van terug. Prima dat je het erin zet, net zoals bij kwaliteit, maar dan moet je er wel wat aan doen.
* Klopt, we willen innovatief zijn maar zijn het niet. Op een aantal gebieden zouden we veel meer kunnen doen en zou ook meer gestimuleerd kunnen worden. Dat het ook echt gestimuleerd wordt van bovenaf, dat idee heb ik niet. Wordt heel erg bij de medewerkers gelegd van innovatie is belangrijk, oke. Maar als we nu 3 weken iets gaan doen om dit te verbeteren kan het niet want eerst moeten de andere dingen af. Er is geen tijd en ruimte voor. Van alle afdelingen iemand pakken en kijken wat je kan doen op alle vlakken, gebeurt nu nog te weinig. Iedereen werkt in clubjes binnen Reasult met hun eigen ding maar juist die kruisbestuiving zou ik graag willen zien.
* Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software, vastgoed, leuke collega’s, werken in vrijheid qua indeling van je werkzaamheden, tijdsindeling. De positieve punten van Reasult zijn de vrijheid die je hebt, goede arbeidsvoorwaarden en het is een goede werkgever. Het is een relatief klein bedrijf waardoor je dingen redelijk snel kan regelen.
* Serieus zijn we zeker wel. Denk dat de meesten serieus bezig met de dingen die ze moeten doen. Daar past de huidige uitstraling bij.
* Deskundig op softwareontwikkeling vind ik onze mensen deskundig. Als ik kijk naar Reasult in het algemeen die willen deskundig op het gebied van vastgoedontwikkeling zijn, daar heb ik nog wel eens mijn vraagtekens bij. Vooral bij nieuwe producten die ontwikkeld worden, een nieuw product: de klant wil het zo, onee zo, toch zo. Als je deskundig bent dan weet je hoe het moet of vertelt de klant je hoe het moet.
* Ik denk dat wij redelijk modieus zijn. Qua kantoor, wat we maken, we zijn toch wel bezig met de laatste trends. De software mag inderdaad wat mooier, hipper en beweeglijker. De getalletjes moeten kloppen los van dat het getalletje springend eraan komt. Ik vind het belangrijker dat je software maakt die het goed doet. Als er nog tijd over is, dan kun je dat soort dingen doen. Eerst de basis, dan kun je het altijd nog mooier te maken. Als je dat soort dingen wilt, moet je er in investeren en dus iemand aantrekken die er gevoel voor heeft – designer.
* Overleggen tussen afdelingen zou binnen Reasult beter kunnen, het organiseren van kruisbestuiving. De communicatie kan beter, intern.
* Bij Reasult werken mensen die serieus met hun vak bezig zijn, af en toe een lolletje tussendoor moet kunnen. Reasult kent een platte structuur met korte lijnen. De balans tussen serieus en een geintje is prima.
* Soms schiet de waardering tekort. Zowel in beloning als in woorden. Vooral als je een stapje harder loopt, dan mag dat wel beloond worden. Woorden zijn leuk, financieel vind ik ook wel dat sommige dingen beloond mogen worden.
* Reasult is een fijne werkgever vanwege de combinatie van de werkzaamheden, de arbeidsvoorwaarden en hoe het bedrijf is qua cultuur. Ik vind wel dat toen wij wat kleiner waren dat de arbeidsvoorwaarden veel flexibeler waren. We gaan er op achteruit. Er zijn steeds meer regels bijgekomen, maar daar moet je niet in doorslaan. Iets meer terug naar hoe het was.
* Ik denk dat wij soms wel als duur ervaren worden, we zijn te duur. Er wordt gekeken naar Reasult dat goede producten heeft maar wel aan de dure kant. Wil wel gezien worden als een club met de nodige kennis in huis die met de software de klant een eind op weg helpen, echt een meerwaarde zijn voor de klant.
* Als wij naar 100 man zouden gaan, zou ik een mooie stap vinden. Ik denk dat we misschien wel blij mogen zijn dat we zijn zoals we nu zijn en dat we elk jaar met winst af kunnen sluiten en dat dezelfde mensen hier zijn. Ik geloof nooit dat wij binnen 5 jaar enorm gaan groeien gezien de huidige omstandigheden. Als Reasult over 5 jaar nog steeds op dezelfde manier aanwezig is, met ongeveer hetzelfde aantal mensen dan denk ik dat dat al wel heel wat is.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? We willen de beste zijn in het maken van software voor de vastgoedbranche. Software voor de vastgoedsector, dat is waar het kernomvattend over gaat. Je krijgt bij Reasult een bedrijf die veel ervaring heeft en over veel kennis beschikt.

Kwaliteit Kwaliteit, wat kwaliteit. Hoe komt dat terug dan? Bij software ontwikkeling kan de kwaliteit nog veel hoger liggen, er wordt niet actief wat mee gedaan. Kwaliteit, ik denk dat dat nog veel beter kan. Ik heb ook niet echt het gevoel dat dat vanuit management gepusht wordt dat de kwaliteit beter moet. Het tegenovergestelde: dat kwaliteit niet het belangrijkste is, als het maar op het juiste moment klaar is.

Inleven in de ander Bij klanten kan ik me voorstellen dat je je moet inleven in de klant en problematiek. In de organisatie is het eigenlijk wel vanzelfsprekend, hoeft geen kernwaarde te zijn. Ik denk dat mensen zich intern wel redelijk in kunnen leven in de ander.

Onderling contact Inleven als je kijkt tussen de afdelingen zelf kan dat beter. Wij maken iets maar aan de andere kant worden ook producten gemaakt, terwijl daar nooit overleg tussen is geweest. Dit gaat allemaal langs elkaar heen. Er is nooit iemand die de boel bij elkaar brengt en zegt van: moeten we dat niet eens gemeenschappelijk bekijken. Wanneer dit zou gebeuren krijg je meer begrip voor elkaars werkzaamheden.

Maatschappelijk betrokken Het staat erin omdat het momenteel hot is. Zou niet weten hoe wij maatschappelijk betrokken zijn.

Innovatief We willen innovatief zijn maar zijn het niet. Op een aantal gebieden zouden we veel meer kunnen doen en zou het ook meer gestimuleerd kunnen worden. Dat het ook echt gestimuleerd wordt van bovenaf, dat idee heb ik niet. Wordt heel erg bij de medewerkers gelegd van innovatie is belangrijk. Er is geen tijd en ruimte voor. Iedereen werkt in clubjes binnen Reasult met hun eigen ding maar juist die kruisbestuiving zou ik graag willen zien.

Goede werkgever Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software, vastgoed, leuke collega’s, werken in vrijheid qua indeling van je werkzaamheden, tijdsindeling. De positieve punten van Reasult zijn de vrijheid die je hebt, goede arbeidsvoorwaarden, de combinatie van werkzaamheden en het is een goede werkgever. Het is een relatief klein bedrijf waardoor je dingen redelijk snel kan regelen.

Serieus Serieus zijn we zeker wel. Denk dat de meesten serieus bezig met de dingen die ze moeten doen. Daar past de huidige uitstraling bij.

Deskundig Deskundig op softwareontwikkeling vind ik onze mensen deskundig. Als ik kijk naar Reasult in het algemeen die willen deskundig op het gebied van vastgoedontwikkeling zijn, daar heb ik nog wel eens mijn vraagtekens bij. Vooral bij nieuwe producten die ontwikkeld worden, een nieuw product: de klant wil het zo, onee zo, toch zo. Als je deskundig bent dan weet je hoe het moet of vertelt de klant je hoe het moet.

Modieus Ik denk dat wij redelijk modieus zijn. Qua kantoor, wat we maken, we zijn toch wel bezig met de laatste trends. De software mag inderdaad wat mooier, hipper en beweeglijker. Ik vind het belangrijker dat je software maakt die het goed doet. Eerst de basis, dan kun je het altijd nog mooier te maken.

Cultuur Bij Reasult werken mensen die serieus met hun vak bezig zijn, af en toe een lolletje tussendoor moet kunnen. Reasult kent een platte structuur met korte lijnen. De balans tussen serieus en een geintje is prima.

Waardering Soms schiet de waardering tekort. Zowel in beloning als in woorden. Vooral als je een stapje harder loopt, dan mag dat wel beloond worden. Woorden zijn leuk, financieel vind ik ook wel dat sommige dingen beloond mogen worden.

Arbeidsvoorwaarden Ik vind wel dat toen wij wat kleiner waren dat de arbeidsvoorwaarden veel flexibeler waren. We gaan er op achteruit. Er zijn steeds meer regels bijgekomen, maar daar moet je niet in doorslaan. Iets meer terug naar hoe het was.

Imago Ik denk dat wij soms wel als duur ervaren worden, we zijn te duur. Er wordt gekeken naar Reasult dat goede producten heeft maar wel aan de dure kant. Wil wel gezien worden als een club met de nodige kennis in huis die met de software de klant een eind op weg helpen, echt een meerwaarde zijn voor de klant.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Personeel** - Kan zich goed inleven in de ander  
  **-** Mensen zijn serieus bezig met hetgeen wat ze doen  
 - Mensen hebben veel ervaring en beschikken over veel kennis  
 - Op het gebied van softwareontwikkeling zijn de mensen   
 deskundig

**Cultuur -** Platte structuur met korte lijnen  
 - Goede balans tussen serieus en een geintje  
 **Modieus** - We hebben een mooi kantoor  
 - We zijn bezig met de laatste trends in hetgeen wat we maken  
 **Goede werkgever** - Veel vrijheid qua indeling van je tijd en werkzaamheden  
 - Combinatie van werkzaamheden  
 - Goede arbeidsvoorwaarden  
 - Leuke collega’s  
 - Klein bedrijf waardoor dingen snel geregeld kunnen worden

**- Negatief Waardering** - Waardering in beloning en woorden schiet te kort  
 - Woorden zijn leuk, financieel mogen dingen ook beloond

worden

**Kwaliteit**  - De kwaliteit kan veel hoger liggen, wordt niets actiefs mee

gedaan  
 - Wordt niet genoeg vanuit management gepusht dat kwaliteit beter moet  
 - Kwaliteit wordt niet voorop gesteld, alleen dat het op het juiste   
 moment klaar is staat centraal

**Onderling contact** - Inleving tussen de afdelingen kan beter, wordt nauwelijks overlegd  
- Dingen worden langs elkaar heen ondernomen, mensen doen dingen dubbel  
- Het moet meer gemeenschappelijk bekeken worden, kruisbestuiving tussen afdelingen

**Maatschappelijk betrokken** – Het staat erin omdat het hip is  
- Deze kernwaarde komt niet genoeg ter uiting binnen Reasult

**Innovatief** - We zijn het niet, op een aantal gebieden zouden we veel meer kunnen doen en zou het meer gestimuleerd moeten worden  
- Het wordt nog niet genoeg gestimuleerd van bovenaf, wordt alleen erg bij de medewerkers neergelegd dat het belangrijk is  
- Er is geen ruimte en tijd om innovatie door te zetten

**Modieus** - De software mag wat hipper, mooier en beweeglijker  
- De kwaliteit van de software staat echter voorop, eerst de basis en dan kun je het altijd nog mooier maken

**Arbeidsvoorwaarden** - Er zijn steeds meer regels bijgekomen waardoor we er qua flexibiliteit op achteruit gaan

**Imago** - Er wordt gekeken naar Reasult met goede producten maar wel aan de dure kant   
- Ik wil gezien worden als een bedrijf met kennis en die een meerwaarde levert voor het bedrijf

## Interview 7

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**Wij proberen marktleider te worden, in ieder geval in Nederland.** Mogelijk ook in de landen daaromheen. **Dit doen we door het aanbieden van forecasting software gericht op projectontwikkeling en vastgoedbelegging.**

**De belangrijkste kernwaarde vind ik integriteit, onze software kan alleen dan bestaan.** Omdat zij het vertrouwen moeten hebben da wat wij doen goed is. En dat de gegevens die ze in onze software stoppen integer beantwoord worden. **Daar koppel ik betrouwbaar en kwaliteit aan. Deze kernwaarden zijn erg belangrijk, dit doen we ook goed. Innovatief doen we ook aardig.**

**Het inleven in de klant is prima.** Een eilandjescultuur ervaar ik zelf niet zo, ik weet wel dat sommigen dat wel doen. Eilandjes kun je overbruggen. Inleven in de klant probeer ik zelf wel. Als een klant ergens mee zit / iets wil / een idee heeft, probeer ik dat te vertalen in oplossingen die we al bieden of combineren met oplossingen zodat we het toch kunnen aanbieden.

Wat maatschappelijke betrokkenheid betreft weet ik dat er een donatie is gedaan aan een stichting die scholen bouwt in Afrika en dat we ook nog een Award uitreiken met maatschappelijk vastgoed, zoiets. **Het is belangrijk voor onze corporatie klant maar geloof niet dat ze dat nou van ons verwachten. Ik ervaar het niet als een van de kernwaarden.**

**Innovatief doen we ook aardig. We komen geregeld met nieuwe producten en zorgen dat we daar wel een stap vooruit denken in waar onze klanten behoefte aan hebben. Kan wel veel meer.** Ik denk dat we veel meer kunnen, met elkaar kunnen we veel meer – dat is onze potentie. **Als je ons vergelijkt met andere marktpartijen dan denk ik dat we het nog niet zo slecht doen.** We zijn geen trendzetter, maar een trendvolger. Maar kunnen we trendzetter zijn? **Qua innovatie moeten en kunnen we veel meer.** Er zijn veel ideeën binnen deze club, maar weinig ideeën komen ook echt tot ontwikkeling. Nu moeten we ook oppassen dat we niet lukraak alles ontwikkelen zonder dat er echt een markt voor is. Of blijven ontwikkelen zonder dat er echt een klant voor is**. Ideeën kunnen ook al veel eerder opgepakt worden; je hoeft niet eerst software te bouwen om een concept neer te kunnen zetten.** Het lijkt alsof we eerst van alles aan het bouwen zijn, voordat het bij de klant terecht komt. **Eerst de klant enthousiast maken met weinig inspanningen en dan ontwikkelen.**

**We mogen wel meer aandacht hebben voor onze bestaande klanten, echt.** Niet alleen passief als zij een probleem hebben dat ze ons bellen. **Ook actief, door ze echt aandacht te geven en langs te gaan.** **Klanten voelen zich bediend, en zijn tevreden. Voor ons is het voordeel dat er ook wel werk uit komt.** Afhankelijk van klant het aantal bezoekjes plannen.

**Maatschappelijke betrokkenheid past het minst bij Reasult. Ons doel is geld verdienen, commercieel belang, geen maatschappelijke taak. Wel binnen de organisatie is het goed, om goed voor je eigen te mensen te zijn en geen kokervisie te hebben. Maar in zaken doen met partners, ik geloof niet dat ze dat van ons verwachten.** We moeten wel snappen waar onze klanten mee bezig zijn, dan bedoel ik voornamelijk corporaties. We moeten wel inleven in de ander. **Hard roepen dat we maatschappelijk betrokken zijn, niet doen.**

**Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software. We zijn wel echt een softwarehuis, zo profileren we ons ook.**

**Een solide, betrouwbare partner.** Niet alleen leverancier maar ook partner. Niet alleen software naar binnen schuiven en dan weg zijn. **Dat zouden we nog wel meer kunnen doen, meer betrokkenheid tonen.** **Actiever ons als partner neerzetten van de klant.**

**We kunnen een stuk innovatiever zijn, dat we er meer mee kunnen en moeten en dat we ons ook zo meer neer moeten zetten.** **Dat is meer een verandering in presentatie dan hetgeen wat we doen.** Bijvoorbeeld niet alleen met heel gedegen software aankomen, maar ook met leuke dingetjes. Het betreft meer een stukje presentatie. **Wat zien mensen van ons die ons niet kennen? Niet heel veel. Misschien de website of contacten met andere mensen, dat is vrij saai. Mag iets moderner. Het is niet dat we nu iets heel grondig anders moeten doen, alleen het sausje eromheen.** Ik vind het beeld over de innovatie niet verrassend dat mensen vinden dat we niet innovatief zijn, maar ik vind niet dat we niet innovatief zijn. We hebben de potentie om veel meer te kunnen met elkaar. **Ik vind dat we het wel doen, maar kan nog meer met elkaar. Dit kan door meer openheid.** We ontwikkelen nu veel achter gesloten deuren**. Als de klant een idee heeft, dan zeggen we ja sorry we leveren een standaardproduct we kunnen het meenemen maar we kijken wel wat er van komt. Dan kom je niet echt over als innovatief. Zonder gelijk verplichtingen aan te gaan, kun je ze wel betrekken in dingen die we doen.** Laat ze het maar zien en meedenken. **We zouden innovatiesessies kunnen houden.** 10 klanten die brainstormen over leuke nieuwe dingen en je laat ze leuke nieuwe dingen zien**.** Ze hebben dan het idee dat we weten waar wij het over hebben, ze gaan verder, ze ontwikkelen, ze zijn bezig met innovatie. **Misschien komen er echt nieuwe dingen uit, misschien niet. Maar je presenteert je in ieder geval naar buiten als innovatief en we zijn bezig met ontwikkeling.** Reasult Labs. **Nu heeft de klant weinig mogelijkheden om eigen toepassingen toe te voegen aan het basisproduct van Reasult. Bij jongere producten is dat wel meer mogelijk omdat ze daarbij steeds aan het ontwikkelen zijn, maar bij oudere en grotere producten blijft het bij het standaardproduct.** Als er andere wensen zijn past het of binnen de standaard of het moet een heel goed idee zijn of anders kan het niet.

**Kwaliteit is DE eigenschap van Reasult. We zijn een solide partner. We weten waar we het over hebben, we bieden software en snappen waar zij mee bezig zijn.**

**Intern krijg je de ruimte die je kan nemen.** Als je iets wilt dan kan het ook. **Er is weinig afbakening in functie wat je mag en wat je niet mag.** Het is te omschrijven als een grote speeltuin, ook in kennis kan ik veel leren van andere vakgebieden. **Ruimte om kennis op te doen en te groeien.**

**De software doet wat het moet doen, dat doet het goed. Het mag er wel jonger uitzien, gebruiksvriendelijkheid mag fors omhoog.** Ik merk wel dat mensen nu flink moeten leren om om te gaan met de software, **kan een stuk intuïtiever. De software mag een stuk leuker worden om mee te werken.** Dat zie je nu toch steeds meer. Geen saaie data, maar flashy grafieken wat ook nog een beetje beweegt. Op je I-pad, mobiele telfoon moet het ook te lezen en gebruiken zijn. **Usability en spielerei mogen flink omhoog.**

**Het is voor klanten fijn om met Reasult te werken omdat het product eindelijk inzicht biedt.** Er wordt nu bij bedrijven veel aangerommeld met zelfgebouwde spreadsheets. Onze klanten en eindgebruikers zijn vaak hoogopgeleide mensen, maar gaan ook vaak zelf een eigen kant op en hobbyen wat aan. Je wilt als klant wel een database waar je veel uit kan halen. Inzicht in de financiële processen en daarop kunnen analysen en daarmee beter kunnen gaan sturen.

Als bedrijf is Reasult een fijne partner omdat we software leveren. **We leveren geen kennis maar we snappen wel waar de klant het over heeft. Iedereen komt uit de branche, we weten waar de klant mee bezig is. Daardoor kunnen we makkelijk schakelen en zijn we een goede gesprekspartner.**

**Reasult kent een platte, informele en licht chaotisch cultuur maar is daarom ook heel erg leuk.** Het biedt ruimte voor mensen die daar tegen kunnen. **Als we beter gestructureerd worden ben ik bang dat je alles dicht gaat timmeren en de creativiteit haalt uit sommige mensen. Soms kan het allemaal juist wat minder georganiseerd.**

Ik ervaar wel die waardering. **Er is ruimte als je hem neemt. Maar er is juist wel een hele sterke back-up, dat ervoor zorgt dat je niet ergens blijft zwemmen.** Je krijgt volop ruimte, maar je staat niet in je eentje. Ik heb een enorm sterk team om me heen waar je op terug kunt vallen en die ook echt een vangnet zijn. **Zowel collega’s en management. Ik twijfel er niet aan wat Reasult van mij vindt. Positief en negatief hoor ik allebei, feedback wordt gegeven als je er om vraagt.**

**De primaire arbeidsvoorwaarden zijn te beperkt. Moeilijk te zeggen of dat nu aan de marktomstandigheden ligt of aan het bedrijf. Bonussen en salarisverhogingen zit er niet in. Secundair is het prima geregeld, we komen niets tekort.**

Ik snap wel dat mensen meer structuur en richting zoeken. Misschien moet je ze veel verantwoordelijkheid geven. Deze cultuur is heel gezond, moet er ook blijven. Misschien komt het ook wel uit het feit dat sommige mensen vinden dat ze niet genoeg te doen hebben / genoeg te doen krijgen. Maar als je de ruimte wel zelf neemt en zorgt dat je genoeg te doen hebt. Van mij hoeft iemand anders dat niet op te leggen om te zeggen wat je moet gaan doen. Je kunt juist zelf dingen zoeken die je kunt gaan doen. Je kunt het mensen opleggen, maar mensen moeten het meer zelf doen. **De ruimte om zelf verantwoordelijkheid te zoeken is prettig. Dichttimmeren met vaste hokjes en taken, maak je jezelf minder aantrekkelijk voor jonge mensen en zou het misschien ten koste kunnen gaan van de innovatie.**

**De pioniersruimte spreekt mij erg aan**, ik krijg genoeg ruimte om nieuwe dingen te doen. Er zijn maar weinig dingen waar ik niet aan mag komen. **Veel persoonlijke mogelijkheden.**

Van Reasult als werkgever verwacht ik dat ze blijven doen wat ze doen, dat er genoeg uitdaging in blijft zitten. **Dat de groei erin blijft zitten, dat er wederzijds wel uitdaging blijft.** Ik ben wel erg blij met Reasult, ze doen het goed en heb dan ook geen dingen die ze zouden moeten veranderen.

**Ik denk dat we vrij onbekend zijn bij prospects maar ook bij onze klanten zelf.** Hoe komt dat? Geen idee. We adverteren en doen wel allerlei dingen en hebben ook wel een prominente plek in het leven van de eindgebruiker. Maar toch merk ik afstand daarbij. Of dat komt door ons product of wat wij doen. **We kunnen meer doen aan bekendheid. Vooral dat het leuker wordt om met ons te werken.** Dat mensen ook automatisch er meer mee willen werken. Dat het nu door onze eindgebruikers wordt ervaren als een noodzakelijk kwaad. **Toch denk ik wel dat we een overwegend positief imago hebben.** Ik denk ook dat een heleboel klanten ongelofelijk bij zijn met ons, dan voornamelijk de kant van management en controll. Het zou daarentegen kunnen zijn dat degene die er echt mee werken het minder zo ervaren. We kunnen daar meer aan doen om ook hun de voordelen ervan te laten zien. **Wanneer we door onze klanten als onbetrouwbaar zouden worden omschreven en dat we slechte kwaliteit leveren zou ik erg vinden.**

**Over 5 jaar zie ik ons groter, beter, innovatiever met een groter werkgebied. We zijn beter en groter op het gebied van software, dat is wat we doen.**

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen en fragmenten

* Wij proberen marktleider te worden, in ieder geval in Nederland. Dit doen we door het aanbieden van forecasting software gericht op projectontwikkeling en vastgoedbelegging.
* De belangrijkste kernwaarde vind ik integriteit, onze software kan alleen dan bestaan. Daar koppel ik betrouwbaar en kwaliteit aan. Deze kernwaarden zijn erg belangrijk, dit doen we ook goed. Innovatief doen we ook aardig.
* Maatschappelijke betrokkenheid is belangrijk voor onze corporatie klant maar geloof niet dat ze dat nou van ons verwachten. Ik ervaar het niet als een van de kernwaarden. Maatschappelijke betrokkenheid past het minst bij Reasult. Ons doel is geld verdienen, commercieel belang, geen maatschappelijke taak. Wel binnen de organisatie is het goed, om goed voor je eigen te mensen te zijn en geen kokervisie te hebben. Maar in zaken doen met partners, ik geloof niet dat ze dat van ons verwachten. Hard roepen dat we maatschappelijk betrokken zijn, niet doen.
* Innovatief doen we ook aardig. We komen geregeld met nieuwe producten en zorgen dat we daar wel een stap vooruit denken in waar onze klanten behoefte aan hebben. Kan wel veel meer. Als je ons vergelijkt met andere marktpartijen dan denk ik dat we het nog niet zo slecht doen. Qua innovatie moeten en kunnen we veel meer. Ideeën kunnen ook al veel eerder opgepakt worden; je hoeft niet eerst software te bouwen om een concept neer te kunnen zetten. Eerst de klant enthousiast maken met weinig inspanningen en dan ontwikkelen.
* We mogen wel meer aandacht hebben voor onze bestaande klanten, echt. Ook actief, door ze echt aandacht te geven en langs te gaan. Klanten voelen zich bediend, en zijn tevreden. Voor ons is het voordeel dat er ook wel werk uit komt.
* Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software. We zijn wel echt een softwarehuis, zo profileren we ons ook. Een solide, betrouwbare partner. Dat zouden we nog wel meer kunnen doen, meer betrokkenheid tonen. Actiever ons als partner neerzetten van de klant.
* We kunnen een stuk innovatiever zijn, dat we er meer mee kunnen en moeten en dat we ons ook zo meer neer moeten zetten. Dat is meer een verandering in presentatie dan hetgeen wat we doen. Wat zien mensen van ons die ons niet kennen? Niet heel veel. Misschien de website of contacten met andere mensen, dat is vrij saai. Mag iets moderner. Het is niet dat we nu iets heel grondig anders moeten doen, alleen het sausje eromheen.
* Ik vind dat we het wel doen – innovatief zijn, maar kan nog meer met elkaar. Dit kan door meer openheid. Als de klant een idee heeft, dan zeggen we ja sorry we leveren een standaardproduct we kunnen het meenemen maar we kijken wel wat er van komt. Dan kom je niet echt over als innovatief.
* Zonder gelijk verplichtingen aan te gaan, kun je ze wel betrekken in dingen die we doen. We zouden innovatiesessies kunnen houden. Misschien komen er echt nieuwe dingen uit, misschien niet. Maar je presenteert je in ieder geval naar buiten als innovatief en we zijn bezig met ontwikkeling. Nu heeft de klant weinig mogelijkheden om eigen toepassingen toe te voegen aan het basisproduct van Reasult. Bij jongere producten is dat wel meer mogelijk omdat ze daarbij steeds aan het ontwikkelen zijn, maar bij oudere en grotere producten blijft het bij het standaardproduct.
* Kwaliteit is DE eigenschap van Reasult. We zijn een solide partner. We weten waar we het over hebben, we bieden software en snappen waar zij mee bezig zijn.
* Intern krijg je de ruimte die je kan nemen. Er is weinig afbakening in functie wat je mag en wat je niet mag. Ruimte om kennis op te doen en te groeien.
* De software doet wat het moet doen, dat doet het goed. Het mag er wel jonger uitzien, gebruiksvriendelijkheid mag fors omhoog. Het kan een stuk intuïtiever. De software mag een stuk leuker worden om mee te werken. Usability en spielerei mogen flink omhoog.
* Het is voor klanten fijn om met Reasult te werken omdat het product eindelijk inzicht biedt. We leveren geen kennis maar we snappen wel waar de klant het over heeft. Iedereen komt uit de branche, we weten waar de klant mee bezig is. Daardoor kunnen we makkelijk schakelen en zijn we een goede gesprekspartner.
* Reasult kent een platte, informele en licht chaotisch cultuur maar is daarom ook heel erg leuk. Als we beter gestructureerd worden ben ik bang dat je alles dicht gaat timmeren en de creativiteit haalt uit sommige mensen. De ruimte om zelf verantwoordelijkheid te zoeken is prettig. Dichttimmeren met vaste hokjes en taken, maak je jezelf minder aantrekkelijk voor jonge mensen en zou het misschien ten koste kunnen gaan van de innovatie.Soms kan het allemaal juist wat minder georganiseerd. Er is ruimte als je hem neemt. Maar er is juist wel een hele sterke back-up, dat ervoor zorgt dat je niet ergens blijft zwemmen. Zowel collega’s en management.
* Ik twijfel er niet aan wat Reasult van mij vindt. Positief en negatief hoor ik allebei, feedback wordt gegeven als je er om vraagt.
* De primaire arbeidsvoorwaarden zijn te beperkt. Moeilijk te zeggen of dat nu aan de marktomstandigheden ligt of aan het bedrijf. Bonussen en salarisverhogingen zit er niet in. Secundair is het prima geregeld, we komen niets tekort.
* De pioniersruimte spreekt mij erg aan, ik heb veel persoonlijke mogelijkheden.
* Ik verwacht van Reasult dat de groei erin blijft zitten, dat er wederzijds wel uitdaging blijft.
* Ik denk dat we vrij onbekend zijn bij prospects maar ook bij onze klanten zelf. We kunnen meer doen aan bekendheid. Vooral dat het leuker wordt om met ons te werken. Toch denk ik wel dat we een overwegend positief imago hebben.
* Wanneer we door onze klanten als onbetrouwbaar zouden worden omschreven en dat we slechte kwaliteit leveren zou ik erg vinden.
* Over 5 jaar zie ik ons groter, beter, innovatiever met een groter werkgebied. We zijn beter en groter op het gebied van software, dat is wat we doen.

Reasult – Interview, Fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? Wij proberen marktleider te worden, in ieder geval in Nederland. Dit doen we door het aanbieden van forecasting software gericht op projectontwikkeling en vastgoedbelegging.

Integriteit De belangrijkste kernwaarde vind ik integriteit, onze software kan alleen dan bestaan. Daar koppel ik betrouwbaar en kwaliteit aan. Deze kernwaarden zijn erg belangrijk, dit doen we ook goed. Innovatief doen we ook aardig.

Maatschappelijke betrokkenheid Maatschappelijke betrokkenheid is belangrijk voor onze corporatie klant maar ik geloof niet dat ze dat nou van ons verwachten. Ik ervaar het niet als een van de kernwaarden, het past het minst bij Reasult. Wel binnen de organisatie is het goed, om goed voor je eigen te mensen te zijn en geen kokervisie te hebben. Maar in zaken doen met partners, ik geloof niet dat ze dat van ons verwachten.

Innovatief We komen geregeld met nieuwe producten en zorgen dat we daar wel een stap vooruit denken in waar onze klanten behoefte aan hebben. Kan wel veel meer. Als je ons vergelijkt met andere marktpartijen dan denk ik dat we het nog niet zo slecht doen. Ideeën kunnen ook al veel eerder opgepakt worden; je hoeft niet eerst software te bouwen om een concept neer te kunnen zetten.

Bestaande klanten We mogen wel meer aandacht hebben voor onze bestaande klanten, echt. Ook actief, door ze echt aandacht te geven en langs te gaan. Klanten voelen zich bediend, en zijn tevreden. Voor ons is het voordeel dat er ook wel werk uit komt.

Partner Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan software. We zijn wel echt een softwarehuis, zo profileren we ons ook. Een solide, betrouwbare partner. Dat zouden we nog wel meer kunnen doen, meer betrokkenheid tonen. Actiever ons als partner neerzetten van de klant.

Verandering in presentatie We kunnen een stuk innovatiever zijn. Dat is meer een verandering in presentatie dan hetgeen wat we doen. Het is niet dat we nu iets heel grondig anders moeten doen, alleen het sausje eromheen.

Meer openheid We zijn innovatief, maar kan nog meer met elkaar door meer openheid. Als de klant een idee heeft, dan zeggen we sorry we leveren een standaardproduct we kunnen het meenemen maar we kijken wel wat er van komt. Dan kom je niet echt over als innovatief.

Innovatiesessies Je presenteert je naar buiten als innovatief en we zijn bezig met ontwikkeling. Nu heeft de klant weinig mogelijkheden om eigen toepassingen toe te voegen aan het basisproduct van Reasult.

Kwaliteit Kwaliteit is DE eigenschap van Reasult. We zijn een solide partner. We weten waar we het over hebben, we bieden software en snappen waar zij mee bezig zijn. Iedereen komt uit de branche, we weten waar de klant mee bezig is. Daardoor kunnen we makkelijk schakelen en zijn we een goede gesprekspartner.

Ruimte Intern krijg je de ruimte die je kan nemen. Er is weinig afbakening in functie wat je mag en wat je niet mag. Ruimte om kennis op te doen en te groeien.

Uitstraling De software doet wat het moet doen, dat doet het goed. Het mag er wel jonger uitzien, gebruiksvriendelijkheid mag fors omhoog. Het kan een stuk intuïtiever. De software mag een stuk leuker worden om mee te werken. Usability en spielerei mogen flink omhoog.

Verantwoordelijkheid De ruimte om zelf verantwoordelijkheid te zoeken is prettig. De pioniersruimte spreekt mij erg aan, ik heb veel persoonlijke mogelijkheden.

Dichttimmeren met vaste hokjes en taken, maak je jezelf minder aantrekkelijk voor jonge mensen en zou het misschien ten koste kunnen gaan van de innovatie.Er is ruimte als je hem neemt. Maar er is juist wel een hele sterke back-up, dat ervoor zorgt dat je niet ergens blijft zwemmen.

Arbeidsvoorwaarden De primaire arbeidsvoorwaarden zijn te beperkt. Moeilijk te zeggen of dat nu aan de marktomstandigheden ligt of aan het bedrijf. Bonussen en salarisverhogingen zit er niet in. Secundair is het prima geregeld, we komen niets tekort.

Imago Ik denk dat we vrij onbekend zijn bij prospects maar ook bij onze klanten zelf. We kunnen meer doen aan bekendheid. Vooral dat het leuker wordt om met ons te werken. Toch denk ik wel dat we een overwegend positief imago hebben. Wanneer we door onze klanten als onbetrouwbaar zouden worden omschreven en dat we slechte kwaliteit leveren zou ik erg vinden.

Over 5 jaar Over 5 jaar zie ik ons groter, beter, innovatiever met een groter werkgebied. We zijn beter en groter op het gebied van software, dat is wat we doen.

Interview – Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Kwaliteit** - Solide, betrouwbare partner  
 - Iedereen komt uit de branche, we weten waar ze mee bezig zijn  
 - Goede gesprekspartner  
 - We zijn een softwarehuis  
 **Integriteit** - De belangrijkste kernwaarde is integriteit  
 - Hier worden kwaliteit en betrouwbaar aan gekoppeld

**Innovatief** - We komen geregeld met nieuwe producten  
 - We denken een stap vooruit in de behoeften van de klant   
 - Als je ons vergelijkt met andere marktpartijen denk ik dat we

het nog niet zo slecht doen  
 **Ruimte**  - Er is weinig afbakening in functie wat je wel en niet mag  
 - Ruimte om kennis op te doen en te groeien  
 - Ruimte om zelf verantwoordelijkheid te nemen  
 - Pioniersruimte, veel persoonlijke mogelijkheden  
 - Sterke back-up   
 **Arbeidsvoorwaarden** - Secundair prima geregeld, we komen niets te kort

**- Negatief Maatschappelijke betrokken** –Is belangrijk voor onze corporatie klant, maar ik geloof niet

dat ze dat van ons verwachten  
 - Ik ervaar het niet als een van de kernwaarden

**Innovatief** - Ideeën kunnen al veel eerder opgepakt worden

- Innovatiever in presentatie, het sausje eromheen kan anders  
 - Innovatie door meer openheid: innovatiesessies waarin de klant   
 meekijkt en meedenkt.  
 **Uitstraling** - De software mag er een stuk jonger uitzien  
 - Gebruiksvriendelijkheid mag fors omhoog  
 - Het mag leuker worden om mee te werken, spielerei mag

omhoog

**Partner** - Actiever naar de klant toe gaan, initiatief ligt bij Reasult  
 - Meer betrokkenheid tonen

**Arbeidsvoorwaarden** - Primaire arbeidsvoorwaarden zijn te beperkt  
 - Bonus en salarisverhoging zit er niet in

**Imago** - Ik denk dat we vrij onbekend zijn bij klanten en prospects, we kunnen meer doen aan bekendheid.   
- Het moet leuker worden om te werken met Reasult

## Interview 8

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

De vastgoed wereld is een complexe wereld waar financiën een belangrijk issue is. **Om daar grip op te krijgen moet je bij Reasult zijn, want Reasult levert hele goede softwaretools om in staat te zijn om heel goed te kunnen sturen op je vastgoed als organisatie zijnde.** Dat kan vastgoedontwikkeling zijn, dat kan vastgoedbelegging zijn of een combinatie daarvan. Dat is in mijn eigen woorden hoe wij het volgens mij zouden doen en ook doen. Grotendeels doen wij dit ook.

**De kernwaarden zijn naar mijn mening.** Empatisch, integer, betrokken. Daar moet ik het even bij laten.

Van dat deel dat ik extern zie, de mensen die naar buiten treden **denk ik dat wij ons goed kunnen indenken hoe de klant tegen problemen aanloopt etc.** **Intern denk ik dat het daar nog wel wat te wensen overlaat omdat wij een erge multidisciplinaire samenstelling van ons team hebben**. Mensen die helemaal niets met software te maken hebben zonder technische achtergrond en mensen die daar juist wel heel erg op bedreven zijn en juist minder op de finance kant zitten en op hetgeen dat je wat meer naar commerciële kant zou moeten beloven. Ieder heeft een beetje zijn eigen ding. Het zou wel mogen om meer dingen uit te wisselen. **Ik denk dat we daar een goede stap maken met het kort cyclisch ontwikkelen aan de productontwikkeling kant. Ik denk dat het daar mee gaat helpen omdat we dan beter kunnen anticiperen op de wensen van de klant. Ik denk ook dat vanuit de Product Board meer als een spin in het web zou moeten optreden.** Dat er vanuit daar meer gecommuniceerd moet worden organisatie breed.

**Eilandjescultuur zie ik wel terug, maar het klinkt negatief.** Ook dat het komt vanuit de mensen zelf dat ze afhouden wat er op dat andere eilandje gebeurt. Terwijl ik het idee heb dat het deels wel zo is, maar dat het meer komt doordat iedereen erg druk is en gericht is op het goed voor elkaar hebben van zijn eigen spullen. **Ik denk niet dat het echt onwil is, ik denk meer dat het komt door drukte en door de manier waarop we georganiseerd zijn.** Het is er wel, maar het hoeft niet negatief te zijn.

Ik denk dat iedereen heel gedreven is, voor zover ik dat kan zien. **Naar klanten toe denk ik dat we meer doen dan dat een klant van ons zou kunnen verwachten. Als je dat vergelijkt met de andere partijen denk ik dat als ze bellen dat we snel op de stoep staan en het goed willen oplossen.** Ik denk dat je bij andere partijen eerder op de lange termijn wordt geschoven en dan is het maar de vraag hoe het opgelost wordt. Intern vind ik het moeilijk om daar een heel helder beeld neer van te zetten. Ik denk dat iedereen heel toegewijd is. **Iedereen is erg toegewijd, maar vooral dan binnen zijn eigen eilandje.**

**We zouden misschien toch nog iets strikter mogen zijn in het periodiek controleren op klantdata** wat bij ons op het netwerk staat of wat bij ons in de tassen zit of op de bureaus ligt of op de printers.

**Intern dek ik dat wij planningen beter zouden mogen halen en als we die niet halen dat we dan eerder aan de bel moeten trekken.** Dat mag verbeterd worden.

**Ik vind dat wat je doet moet je wel met respect voor je omgeving doen, maar ik vind niet dat het een primaire taak is om daar ook heel gericht acties op te ondernemen voor een organisatie zoals deze. Ik zie het niet terug en ik zou het bij zo’n type organisatie als wij zijn niet terug hoeven zien.** Voor mij is het een beetje een onlogische kernwaarde. **Deskundigheid en kwaliteit zijn voor mij essentieel**, maar dat zit er eigenlijk al in. Dus ik zou ook niet zo een ander begrip weten wat ervoor in de plek zou hoeven te komen.

**Ik ben het ermee eens dat we nog niet voldoende uiting geven aan innovatie. Het is alleen de vraag: hoe innovatief kan je zijn op het gebied wat wij doen. Uiteindelijk vind ik het toch belangrijker dat je kwaliteit levert, dat het functioneert.** Dit krijg je hoe dan ook terug op het moment dat het niet zo is. Dit werkt sterker tegen je dan wanneer je niet zo innovatief zou zijn. Het verschilt per product of daar betere mogelijkheden liggen. Ik hou me dan met Reaforce bezig wat 10 jaar, bijna 12 jaar bestaat wat heel erg lang is voor een software-applicatie. Reaforce is inmiddels heel groot geworden en log, dus als je daar fundamentele wijzigingen in wilt doorvoeren dan zaag je de stoelpoten onder zo’n product vandaan. **Er zijn andere producten die nog klein zijn, daar denk ik wel da t ze daar nog iets meer mee zouden kunnen doen. Daar zou wel meer uiting gegeven mogen worden aan het innovatieve.**

Als ik aan Reasult denk dan denk ik aan deskundig, kwaliteit en degelijk. Goed. Deskundig en degelijk vind ik aansluiten bij betrouwbaar, deskundig en serieus als best passende woorden. **Ik vind ook met innovatief zijn dat we daar zeker aandacht voor moeten geven.** Aan de andere kant dat degene waar wij met name mee in contact zijn, zijn controllers. Die zijn vaak ook wat degelijk. **Onze huidige wijze past goed bij de doelgroep.**

**De kleuren ben ik nooit zo enthousiast mee geweest.** Ik ben wel blij dat er nu wat andere initiatieven ontstaat. **Ja, het mag sexier maar het moet niet ten koste gaan van de kwaliteit, hetgeen onder de motorkap. Eerst de kwaliteit en dan pas de uitstraling en niet andersom.** Bij sommige producten is het juist nu het moment om te zeggen dat het onder de motorkap juist helemaal goed is en dat de buitenkant er weer verfrissend uit mag komen te zien. Bij andere producten moet er eerst nog aan de motor moeten gewerkt wil je daarnaast ook de buitenkant polijsten. **Binnenkant, dus de kwaliteit en de buitenkant: de uitstraling moeten met elkaar in balans zijn.**

Je krijgt een lijstje met steekwoorden en het is niet gezegd dat die onterecht als minst passend is. **Ja, ik vind dat we meer aan innovatie moeten doen.** Uiteindelijk wil de doelgroep niets liever en die prikken er doorheen op het moment dat het een luchtbel is, als het alleen de buitenkant is.

De eigenschap van Reasult is degelijk. We zijn goed maar niet sexy. Voor de klant is Reasult een fijn bedrijf om mee samen te werken omdat we **dedicated op vastgoed zitten, omdat we de kennis in huis hebben. We hebben mooie producten en we zijn toegewijd.**

Ik vind Reasult een fijne werkgever omdat we, wat kleiner dan gehoopt, maar ik ben blij dat het **een klein bedrijf is**. **Dat er diverse disciplines aanwezig zijn: uit finance, technische hoek, vastgoedkennis. De vastgoedmarkt is interessant. Toch wel een relatief jonge club, dus dat is ook wel leuk. Mooie afwisseling aan klanten: groot, klein en commercieel.**

**Naar klanten toe zou het soms misschien wat zakelijker mogen. Onze betrokkenheid en gedrevenheid is groot, we staan eerder klaar dan onze concurrenten. Misschien zijn we daar misschien wel iets te meegaand in.** We laten gemakkelijk over ons heen lopen, dat **we meer doen dan waar ze in principe voor betalen. We vinden het moeilijk om nee te zeggen.** Intern kan de communicatie in de totale organisatie beter en zou meer mogen.

**De USP van Reasult is het feit dat ze bestaat uit 100% vastgoed**. Als je in onze referentielijst kijkt, zetten wij bij wijze van de standaard neer. **De aanwezige kennis, know-how is groot.**

**De cultuur van Reasult omschrijf ik als open en steeds flexibeler.** Dit zijn dingen die ik erg prettig ervaar.

Van mij persoonlijk hoeft het niet strakker en zakelijker. De flexibiliteit en vrijheid spreekt mij juist heel erg aan. Als men niet tevreden is, verwacht ik ook wel dat ze mij er op aanspreken, dat is prima. Ik wil liever niet aan het handje genomen worden.

Binnen Reasult wil iedereen overal heel graag wat vanaf weten. Dan is het de vraag of dat altijd even handig is. Soms moet je ook gewoon mensen vertrouwen en hun ding laten doen.

**Ik denk wel dat het primaire wel concurrerend is, maar het secundaire is minder. Dat is wel vaker bij een klein bedrijf dat het zo geregeld is.**

**Vrijheid, het werkdomein: vastgoed en finance, het niveau van de mensen** die er werken zijn voor mij unieke punten voor Reasult als werkgever. Ik verwacht dat ik mee kan groeien en de vrijheid houden om dingen in te richten zoals mij het beste lijkt. Als mensen het er niet mee eens zijn dan hoor ik dat graag en dan gaan we kijken hoe we dat beter kunnen doen. **Er is voldoende ruimte om zelf ideeën aan te dragen en zelf dingen te ondernemen.**

Ik denk dat we een **positief imago** hebben, met als kernwaarde **kwaliteit en degelijk**. **Ik vind het niet duur**, het ligt eraan hoe je het brengt. **Als je het afzet tegen de kwaliteit die ze krijgen ten opzichte van de alternatieven zijn we niet per se duur. De prijs-kwaliteitverhouding is goed.** Het ideale imago zou bestaan uit de woorden **kwaliteit, vernieuwend en betrouwbaar**. Ik wil niet dat Reasult bekend staat als onvakkundig, onbetrouwbaar, niet deskundig.

Over 5 jaar hoop ik dat we **groter zijn in absolute zin maar eigenlijk nog opereren als een klein bedrijfje**, die cultuur. Dat **we internationaal voet aan de grond hebben**. Dat er misschien wel producten zijn ontstaan die niet direct in lijn liggen met hetgeen wat we nu doen, maar in een apart groepje worden opgepakt en volledig worden ontwikkeld. We zijn qua medewerkers wel iets groter maar met het groeien van omzet ook in het groeien van mensen. Dit hoeft echter geen doel op zich te zijn. Wat betreft het aantal klanten denk ik aan **120 klanten in diverse groepen**. **Meer beleggers erbij en Duitsland plus een paar in België**.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* Om grip te krijgen op de vastgoedwerken moet je bij Reasult zijn, want Reasult levert hele goede softwaretools om in staat te zijn om heel goed te kunnen sturen op je vastgoed als organisatie zijnde.
* Ik denk dat wij ons goed kunnen indenken hoe de klant tegen problemen aanloopt. Intern denk ik dat het daar nog wel wat te wensen overlaat omdat wij een erge multidisciplinaire samenstelling van ons team hebben. Ik denk dat we daar een goede stap maken met het kort cyclisch ontwikkelen aan de productontwikkeling kant. Ik denk dat het daar mee gaat helpen omdat we dan beter kunnen anticiperen op de wensen van de klant. Ik denk ook dat vanuit de Product Board meer als een spin in het web zou moeten optreden.
* Eilandjescultuur zie ik wel terug, maar het klinkt negatief. Terwijl ik het idee heb dat het deels wel zo is, maar dat het meer komt doordat iedereen erg druk is en gericht is op het goed voor elkaar hebben van zijn eigen spullen. Ik denk niet dat het echt onwil is, ik denk meer dat het komt door drukte en door de manier waarop we georganiseerd zijn.
* Naar klanten toe denk ik dat we meer doen dan dat een klant van ons zou kunnen verwachten. Als je dat vergelijkt met de andere partijen denk ik dat als ze bellen dat we snel op de stoep staan en het goed willen oplossen. Iedereen is erg toegewijd, maar vooral dan binnen zijn eigen eilandje.
* We zouden misschien toch nog iets strikter mogen zijn in het periodiek controleren op klantdata wat bij ons op het netwerk staat of wat bij ons in de tassen zit of op de bureaus ligt of op de printers. Intern dek ik dat wij planningen beter zouden mogen halen en als we die niet halen dat we dan eerder aan de bel moeten trekken. Dat mag verbeterd worden.
* Ik vind dat wat je doet moet je wel met respect voor je omgeving doen, maar ik vind niet dat het een primaire taak is om daar ook heel gericht acties op te ondernemen voor een organisatie zoals deze. Ik zie het niet terug en ik zou het bij zo’n type organisatie als wij zijn niet terug hoeven zien. Voor mij is het een beetje een onlogische kernwaarde. Deskundigheid en kwaliteit zijn voor mij essentieel.
* Ik ben het ermee eens dat we nog niet voldoende uiting geven aan innovatie. Het is alleen de vraag: hoe innovatief kan je zijn op het gebied wat wij doen. Uiteindelijk vind ik het toch belangrijker dat je kwaliteit levert, dat het functioneert. Er zijn andere producten die nog klein zijn, daar denk ik wel dat ze daar nog iets meer mee zouden kunnen doen. Daar zou wel meer uiting gegeven mogen worden aan het innovatieve.
* Ik vind ook met innovatief zijn dat we daar zeker aandacht voor moeten geven. Onze huidige wijze van aanpak past goed bij de doelgroep. De kleuren ben ik nooit zo enthousiast mee geweest. Ja, het mag sexier maar het moet niet ten koste gaan van de kwaliteit, hetgeen onder de motorkap. Eerst de kwaliteit en dan pas de uitstraling en niet andersom. Binnenkant, dus de kwaliteit en de buitenkant: de uitstraling moeten met elkaar in balans zijn.
* Reasult is een prettig bedrijf omdat we 100% gefocust zijn op vastgoed. Omdat we kennis in huis hebben. We hebben mooie producten en we zijn toegewijd. De USP van Reasult is het feit dat ze bestaat uit 100% vastgoed. De aanwezige kennis, know-how is groot.
* Reasult is een fijne werkgever omdat het een klein bedrijf is. Dat er diverse disciplines aanwezig zijn: uit finance, technische hoek, vastgoedkennis. De vastgoedmarkt is interessant. Toch wel een relatief jonge club, dus dat is ook wel leuk. Mooie afwisseling aan klanten: groot, klein en commercieel. Ik denk wel dat de primaire arbeidsvoorwaarden wel concurrerend zijn, maar het secundaire is minder. Dat is wel vaker bij een klein bedrijf dat het zo geregeld is. Vrijheid, het werkdomein: vastgoed en finance, het niveau van de mensen die er werken zijn voor mij unieke punten voor Reasult als werkgever. Er is voldoende ruimte om zelf ideeën aan te dragen en zelf dingen te ondernemen.
* Naar klanten toe zou het soms misschien wat zakelijker mogen. Onze betrokkenheid en gedrevenheid is groot, we staan eerder klaar dan onze concurrenten. Misschien zijn we daar misschien wel iets te meegaand in. We laten gemakkelijk over ons heen lopen, dat we meer doen dan waar ze in principe voor betalen. We vinden het moeilijk om nee te zeggen.
* De cultuur van Reasult omschrijf ik als open en steeds flexibeler. De flexibiliteit en vrijheid spreekt mij juist heel erg aan.
* Ik denk dat we een positief imago hebben, met als kernwaarde kwaliteit en degelijk. Ik vind het niet duur, het ligt eraan hoe je het brengt. Als je het afzet tegen de kwaliteit die ze krijgen ten opzichte van de alternatieven zijn we niet per se duur. De prijs-kwaliteitverhouding is goed. Het ideale imago zou bestaan uit de woorden kwaliteit, vernieuwend en betrouwbaar.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? Om grip te krijgen op de vastgoedwerken moet je bij Reasult zijn, want Reasult levert hele goede softwaretools om in staat te zijn om heel goed te kunnen sturen op je vastgoed als organisatie zijnde.

Inleven in de ander Ik denk dat wij ons goed kunnen indenken hoe de klant tegen problemen aanloopt. Intern denk ik dat het daar nog wel wat te wensen overlaat omdat wij een erge multidisciplinaire samenstelling van ons team hebben.

Eilandjescultuur Eilandjescultuur zie ik wel terug, maar het klinkt negatief. Ik denk niet dat het echt onwil is, ik denk meer dat het komt door drukte en door de manier waarop we georganiseerd zijn.

Toegewijd Naar klanten toe denk ik dat we meer doen dan dat een klant van ons zou kunnen verwachten. Als je dat vergelijkt met de andere partijen denk ik dat als ze bellen dat we snel op de stoep staan en het goed willen oplossen. Intern is iedereen erg toegewijd, maar vooral dan binnen zijn eigen eilandje.

Strikter zijn We zouden misschien toch nog iets strikter mogen zijn in het periodiek controleren op klantdata. Intern denk ik dat wij planningen beter zouden mogen halen en als we die niet halen dat we dan eerder aan de bel moeten trekken. Dat mag verbeterd worden.

Maatschappelijk betrokken Ik vind dat wat je doet moet je wel met respect voor je omgeving doen, maar ik

vind niet dat het een primaire taak is om daar ook heel gericht acties op te ondernemen voor een organisatie zoals deze. Ik zie het niet terug en ik zou het bij zo’n type organisatie als wij zijn niet terug hoeven zien.

Innovatie Ik ben het ermee eens dat we nog niet voldoende uiting geven aan innovatie. Het is alleen de vraag: hoe innovatief kan je zijn op het gebied wat wij doen. Uiteindelijk vind ik het toch belangrijker dat je kwaliteit levert, dat het functioneert. Er is voldoende ruimte om zelf ideeën aan te dragen en zelf dingen te ondernemen.

Uitstraling Onze huidige wijze van aanpak past goed bij de doelgroep. Ja, het mag sexier maar het moet niet ten koste gaan van de kwaliteit, hetgeen onder de motorkap. Eerst de kwaliteit en dan pas de uitstraling en niet andersom.

100% vastgoed De USP van Reasult is het feit dat ze bestaat uit 100% vastgoed. De aanwezige kennis, know-how is groot.

Prettige werkgever Reasult is een fijne werkgever omdat het een klein bedrijf is met toch wel een relatief jonge club mensen.. Dat er diverse disciplines aanwezig zijn, de interessante markt en de mooie afwisseling van klanten. Ik denk wel dat de primaire arbeidsvoorwaarden wel concurrerend zijn, maar het secundaire is minder. Vrijheid, het niveau van de mensen die er werken zijn voor mij unieke punten voor Reasult als werkgever.

Zakelijkere houding Naar klanten toe zou het soms misschien wat zakelijker mogen. Onze betrokkenheid en gedrevenheid is groot.Misschien zijn we daar misschien wel iets te meegaand in. We doen meer dan hetgeen de klant ons voor betaalt.

Cultuur De cultuur van Reasult omschrijf ik als open en steeds flexibeler. De flexibiliteit en vrijheid spreekt mij juist heel erg aan.

Imago Ik denk dat we een positief imago hebben, met als kernwaarde kwaliteit en degelijk.

Prijs-kwaliteitverhouding Ik vind het niet duur, het ligt eraan hoe je het brengt. Als je het afzet tegen de kwaliteit die ze krijgen ten opzichte van de alternatieven zijn we niet per se duur. De prijs-kwaliteitverhouding is goed. Het ideale imago zou bestaan uit de woorden kwaliteit, vernieuwend en betrouwbaar.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Personeel** - Goed inlevingsvermogen in de problemen van de klant  
 - Men heeft kennis van zaken, focus op vastgoed, know-how is   
 groot   
 - De medewerkers zijn toegewijd aan bedrijf, klant en resultaat  
 - We doen meer dan een klant van ons zou kunnen verwachten.   
 Problemen worden snel en effectief afgehandeld.  
 **Cultuur -** Reasult heeft een open een steeds flexibelere cultuur  
 - Er is voldoende ruimte om zelf ideeën aan te dragen en zelf   
 dingen te ondernemen  
**Prettige werkgever** - We werken met een relatief jonge club, er is een afwisseling   
 aan klanten. Binnen Reasult zijn er veel disciplines aanwezig.  
 - De primaire arbeidsvoorwaarden zijn concurrerend, secundair is  
 het minder (maar dit komt vaker voor bij soortgelijke kleine   
 organisaties).  
**Imago** - Ik denk dat we een positief imago hebben, met als

Kernwaarden kwaliteit en degelijk.

- De prijs-kwaliteitverhouding is goed. Als je onze prijs afzet

tegen de kwaliteit die ze krijgen t.o.v. de alternatieven zijn we

niet per se duur.  
**Uitstraling** - Onze huidige uitstraling past goed bij de doelgroep  
 - Ondanks dat het misschien sexier mag, dient de kwaliteit   
 voorop te blijven staan. Eerst de kwaliteit en dan pas de   
 uitstraling, en niet andersom

**- Negatief Eilandjescultuur -** Door de manier waarop we georganiseerd zijn in combinatie   
 met de drukte, is er inderdaad een eilandjescultuur. Het is echter  
 geen onwil  
 - Iedereen is erg toegewijd binnen zijn/haar eigen eilandje  
**Zakelijker optreden -** Onze betrokkenheid en gedrevenheid is groot, we zijn daar  
 misschien iets te meegaand is. Naar klanten toe zou het iets   
 zakelijker mogen.   
 - We vinden het moeilijk om nee te zeggen, met het gevolg we   
 meer doen dan waar de klant voor betaalt.   
**Strikter zijn** - Klantdata zouden strikter gecontroleerd moeten worden.   
 Periodiek moet er een check uitgevoerd worden.  
 - Planningen zouden beter gehaald moeten worden en mochten  
 deadlines niet gehaald worden, moet men eerder aan de bel  
 trekken.  
**Maatschappelijk betrokken** – Het is geen primaire taak om daar heel gericht acties voor   
 te nemen voor een organisatie zoals Reasult.  
 - Dit begrip komt niet terug en is ook niet wenselijk om wel terug  
 te zien in een type organisatie als wij zijn.   
**Innovatie** - We geven op dit moment onvoldoende uiting aan innovatie  
 - Alleen is de vraag hoe innovatief je kan zijn op het gebied wat   
 wij doen. Kwaliteit is belangrijker, dat het functioneert. Dat is   
 hetgeen waar je op afgerekend wordt.

## Interview 9

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

De strategie van Reasult is dat zij **voort streven marktleider te zijn en te blijven en de continuïteit daarin te blijven bewaken in software die de financiële performance van vastgoed voorspelt en verbeterd.**

De kernwaarden van Reasult zijn volgens **mij betrouwbaar, betrokken of iets met maatschappelijk betrokken, innovatie, kwaliteit, empathie en als laatste zou ik zeggen zorgzaamheid.**

Ik denk dat het moeilijk is om een eenduidig antwoord te geven over hoe men inleeft in de ander. **We zijn continu bezig om, vinden we zelf, signalen in de markt op te vangen en te verwerken in de oplossingen. Aan de andere kant krijgen we continu gelijksoortige kritiek vanuit de klant waar in feite niets mee gedaan worden.** Het is bijvoorbeeld ook inhoudelijk in de software zo, wat heel veel voorkomt is dat de kostregel winst een kostenpost is. Dat zit al sinds ons bestaan zo in onze software en daar wordt niets mee gedaan. In hoeverre kan je je dan inleven in de klantsituatie als iedere klant het op die manier ervaart? Ik denk voor beide valt wat te zeggen.

Ik weet niet of we ons meer moeten inleven in de klant, we pretenderen namelijk standaard software te leveren, dus je kan ook zeggen: **wij weten beter hoe het moet dan de klant zelf en daar moet de klant gewoon mee leren omgaan.** Je kunt ook zeggen: **daar moeten we flexibeler instaan, we leven ons helemaal in in de klant en passen onze software daar op aan**. Ik heb geen voorkeur, het zou allebei goed zijn. **Maar ik denk in deze markt dat je je beter kan aanpassen op de klant in plaats van omgedraaid.**

Inleven in de ander in mijn eigen clubje consultancy gebeurt dat redelijk. Er is wel **redelijke betrokkenheid**. Jean Paul is mijn leidinggevende en doet zelf ook consultancy dus staat eigenlijk met twee benen buiten de deur, dus in hoeverre krijg je daar veel van terug. Het zou wel meer kunnen denk ik.

**De toegewijdheid is hoog, de betrokkenheid is hoog. Dat zie je ook als je kijkt naar diensten, over het algemeen wordt er in de regel meer gedaan dan dat er gefactureerd wordt.** Dat is wel een teken van toewijding. **Men is heel erg begaan met de klant en dat staat hoog in het vaandel.**

Als je kijkt intern, volgens mij is er zeker geen 9-5 mentaliteit. Mensen gaan vaak ’s avonds nog door en reageren ook in het weekend nog op mailtjes. Dat merk ik zelf ook, dat betekent over het algemeen **dat je werk iets is wat continu speelt. Volgens mij hebben we ook een heel laag ziekteverzuim dus dat zijn allemaal wel signalen dat men betrokken is en graag wil.**

**De klant is in staat gebleken op ons afspraken terug te roepen die we nooit gemaakt hebben en dan wordt er alsnog wel navolging aan gegeven**. Wij doen heel erg ons best om dat wel vol te houden, dus daarom denk ik dat we betrouwbaar zijn.

Intern wordt er wat flexibeler mee omgegaan, maar ik denk dat het intern ook gewoon heel goed gaat, het is niet zo dat er afspraken niet nagekomen worden. **We gaan heel flexibel met elkaar om.**

Ik denk dat maatschappelijke betrokkenheid erg belangrijk is, **alleen zien we het totaal niet terug**. Het is volgens mij een van die kernwaardes, **maar schrap hem als je hem niet wilt naleven**. Als je hem erin hebt omdat je het goed vindt staan want in deze tijd moet je dat geloof ik in je kernwaarden hebben staan. MVO is gewoon hot en wordt alleen nog maar hotter. Maar doe er dan ook wat mee en dat is meer dan een regel onder je mailtje van: print het mailtje niet uit, dat is bullshit iedereen doet het toch. **Wat mij betreft had het wat meer gemogen, want we doen er nu eigenlijk niets mee.**

Ik heb geen ander woord dat voor maatschappelijke betrokkenheid in de plaats zou worden. Het is geen woord het is een overtuiging. Dat is juist het hele punt. Ik denk dat het er wel in moet, maar als je het niet doet schrap het dan. **Maar ik denk dat het er wel in moet blijven. Reasult moet meer maatschappelijk betrokken zijn dan dat ze er nu uiting aan geven.** Ik weet wel dat Inez ook al wel eens wat gedaan heeft in het verleden daarmee. Het staat natuurlijk ook goed voor je bedrijf als je dat doet, maar er moet meer uiting aan gegeven worden.

Vertel mij maar, zijn we innovatief omdat we software maken die andere niet maken? Weet ik niet. Dat doen we al tien jaar. Innovatie is een continu proces en we innoveren hier niet echt meer in. **Het wordt gestagneerd en er komen niet echt meer vernieuwende dingen bij**. **Functioneel gezien was het innovatief, maar dat is het nu niet meer. Technologisch gezien was het nooit innovatief en is het nu al helemaal niet, omdat we met verouderde dingen werken.** Delphi is gewoon een verouderde oplossing, daar wordt Reaforce meegemaakt. **Voor Reaturn en andere applicaties zou je kunnen zeggen dat het met de tijd meegaat, maar zeker niet innovatief is.**

Wat bijvoorbeeld wel innovatief is, is als we naar een **cloud-strategie** zouden gaan, waarin alle software in de wolk zetten en niet meer installeren op locatie. Veel dingen van wat we doen en oplossingen die we aanbieden **zijn eerder primitief dan innovatief**. **Het is een credo, het is belangrijk en ik denk dat we er wat aan moeten doen om invulling te geven aan die kernwaarde.**

Hoe kan je een innovatieve huisstijl hebben? Als innovatief is, dat het van een top design is, dan moet je je afvragen of je dat moet willen met het imago / identiteit van ons bedrijf. Dan denk ik van niet, maar het is ook niet nodig. **De huidige uitstraling vind ik op zich prima**.

De presentaties die we hadden en trouwens ook de huisstijl is natuurlijk wat rigide. **We hebben ook lettertypen die op mij allemaal een beetje suf overkomen**. **Voorheen de slides die we hadden waren ook niet echt je van het.** Met prezi denk ik dat het wel beter is, maar dan kijk je naar de Sales kant. Ik geef natuurlijk inhoudelijke presentaties, Pre-Sales en trainingen en ik vraag me af in hoeverre Prezi dan geschikt is.

We hebben basisslides en die zet ik verder naar mijn eigen hand. Het product is eigenlijk van mij en niet van een standaard template. In hoeverre kan je innovatief zijn in presentaties maken? **Ik kan er wel mijn eigen invulling aan geven.**

**De software is getoetst door Deloitte en is die zin betrouwbaar**. **Aan de andere kant is de gemiddelde investering van een bedrijf is een ton en dan hoor je nog steeds dat er dingen uitkomen**. Het is toch wel raar als je zoveel geld betaalt voor software, dat geldt voor Reafinance en Reaforce, dat er dan nog steeds fouten in zitten. **Per saldo is de kwaliteit wel goed, een 8 is een goed cijfer**.

Bij Reaforce wordt er wel genoeg aan gedaan om die kwaliteit hoog te houden, bij Reafinance minder. Het ontwikkelproces bij Reafinance is wat anders, we hebben wat minder mensen. De mensen die ontwikkelen, testen ook zelf en dat is bij Reaforce niet zo dat is separaat en ik denk dat dat de kwaliteit wel ten goede komt.

We zijn natuurlijk redelijk gebrainwashed door Aart dat we dan moeten denken aan een Audi TMSV. **Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan betrokken, bij elkaar. Meer familiair als informeel.** Als je kijkt naar de productkant dan komen de termen bij me op, hoewel niet innovatief wel **vooruitstrevend, hoge mate van kwaliteit maar ook kostbaar.**

Ik vind niet dat het allemaal wat strakker en zakelijk kan, daar is de organisatie ook niet naar. We doen alsof het allemaal redelijk plat is en informeel. Ik denk dat dat juist fijn is. De meeste dingen lopen heel ongestructureerd. **We zijn een kennis intensieve organisatie, we zijn kenniswerkers, we hebben onze eigen verantwoordelijkheden en we handelen daar naar. We worden eigenlijk niet gestuurd, we sturen onszelf.** Op het moment dat je gaat zeggen dat het formeler moet, vanaf directielevel naar beneden toe en overal handboekjes en richtlijnen voor gaat schrijven dan denk ik niet dat dit de juiste organisatie daarvoor is. **De huidige manier van werken, werkt ook het beste denk ik.**

Betrouwbaar, deskundig en serieus als best passende woorden zijn prima. **We nemen ons zelf wel erg serieus, bij klanten ook. Maar dat hoort ook bij de uitstraling die je na wilt leven, denk ik.**Het is wel grappig dat een van de kernwaarden tevens als minst passende woord wordt genoemd, namelijk innovatief. Ik ben het er wel mee eens. Ik wil innovatief niet helemaal naar achterschuiven, maar ik denk wel dat het voor een groot deel klopt.

Modieus als niet passend klopt ook, absoluut. **Als je kijkt naar de producten is het absoluut niet state of art, het is ouderwets.** De manier waarop het geprogrammeerd is, hoe het werkt, het is rigide. Dat hoor ik ook wel gewoon bij klanten. Het is log. **Bij modieus denk ik toch eerder aan dat het wat beter oogt, wat makkelijker is en toegankelijker is. Daar moet het ook zeker meer naartoe.**

Als unieke eigenschap van Reasult wat als eerst komt in me op komt is **duur, vanuit de klant geredeneerd dan. Te duur voor hetgeen wat je ervoor terugkrijgt.** Kijk ik naar de interne organisatie denk ik dat de prijs wel vertaald wordt naar de kosten die we moeten maken om het tot stand te brengen**. Alleen als je kijkt hoe die oplossing er dan uitziet, dan kan je je afvragen vanuit de klant geredeneerd, of het dat dan wel waard is.**

De cultuur die we intern hebben maakt Reasult zo’n prettig bedrijf om voor te werken. **Hoe we met elkaar omgaan, snel schakelen en het feit dat je een kennisintensieve organisatie bent met eigen verantwoordelijkheid en je eigen werkgebied.** Dat trekt me wel. Je zit niet echt in een keurslijf **en er is ook redelijk veel ruimte voor eigen ideeën. Die ruimte en vrijheid om je eigen werk in te delen spreekt me wel erg aan.**

**Vanuit werk gezien denk ik dat de persoonlijke opleiding, de betrokkenheid van de werkgever naar de werknemer om die binnen de organisatie te begeleiden meer mag.** Dat is in mijn ogen nu nog te weinig. Daar waar je bijvoorbeeld in het meest extreme geval een compleet plan hebt en van A tot Z door kan werken, dat is hier helemaal niet zo. **Er wordt per keer bekeken wat wil je bereiken en de toetsing of je het bereikt hebt is ook weer per geval en situatie afhankelijk. Dat is in mijn ogen iets te vrijblijvend.** Verder als werkgever denk ik dat het op zich een goede werkgever is.

De mening dat Reasult meer zelf initiatieven zou moeten nemen naar de klant toe, dan dat de klant steeds zelf initiatieven moet nemen wordt nu ook wel getackeld doordat er een target gesteld wordt, **dat we alle klanten minimaal 1 / 2 keer per jaar langs moeten gaan.** Maar ik kan het initiatief wel inkomen. Je laat wat meer betrokkenheid zien als je regelmatig vraagt hoe het gaat. **Ik denk dat je daar wat betreft cross-sell natuurlijk nieuwe kansen kan creëren.**

**Het feit dat wij nog steeds software maken die andere niet maken is ons grootste voordeel om als bedrijf met ons in zee te gaan.** Dat is denk ik gewoon de basis**. Ik denk dat wij een belangrijke bijdrage leveren aan primaire processen bij ontwikkelaars en asset managers en** **die daar dan min of meer noodzakelijk zijn om onze software te kopen.**

Wat ik me wel afvraag is, als we niet meer de enige zijn hierin, in hoeverre is er dan nog je onderscheidend vermogen? Dat is wel iets waar ik me zorgen om maak. De kostprijs om software te leveren is vrij hoog, daarom is de software vrij duur. Neem bijvoorbeeld Honda als Japans bedrijf die alles vanuit heel doordachte en intelligente processen vrij goedkoop kan maken en heel veel verschillende van dat soort dingen. Dat is natuurlijk niet uniek en je ziet dat het vanuit de bedrijfskunde ook veel wordt toegepast met dienstverleners. Op het moment dat een ander bedrijf heel flexibel op dezelfde manier dezelfde oplossing kan bouwen met een veel lagere kostprijs en dus ook een veel lagere prijs. Dan moet je ergens anders je onderscheidend vermogen hebben. **Nu ligt dat nog bij de software zelf. Ik denk dat je het meer moet zetten op die betrokkenheid en consultancy.**

**De cultuur is heel open, familiair en sociaal en betrokken**. Als iemand iets heeft, of een kind van, dan weet iedereen het en is iedereen daar ook in bepaalde mate betrokken bij. **De persoonlijke betrokkenheid is hoog.**

Ook vanuit management naar de medewerker. Bijvoorbeeld toen mijn moeder is overleden, Jean Paul en collega Tim die waren bij de begrafenis. Ik weet niet of het uniek is, maar het komt niet vaak voor. **Dat zegt wel iets over de persoonlijke betrokkenheid als zowel medewerkers onderling als vanuit de directie**. Dat is zeer positief.

Ik ervaar de eilandjescultuur ook. Je hebt echt wel de silo’s van ieder product. Iedereen doet zijn eigen ding en zolang we maar zo min mogelijk met elkaar te maken hebben, dat is wel gek want dat staat haaks op dat je snel met elkaar schakelt. In de implementatie wordt er snel geschakeld en wordt er snel naar een oplossing gezocht, ook integraal. Gelukkig hebben we nog productboard, maar als ik dat een beetje beluister dan **heeft iedereen zijn eigen winkeltje en straatje en die moet schoon zijn**. Dat er iemand anders ook nog wat doet, daar **mis je wel een beetje de collectieve cohesie van de organisatie.**

Er is wel gebrek aan collectief belang. **Er zou meer als bedrijf geopereerd kunnen worden**. We zijn Reasult en we maken oplossingen. Dat merk je nu vooral bij Reaturn die heel erg hun eigen ding aan het doen zijn. Je mist de aansluiting met de andere applicaties en oplossingen, dat zou veel meer mogen.

Vanuit de klant gezien zou er meer vanuit de oplossing gedacht mogen worden. Onze techniek is vrij divers, het een wordt in Litouwen gemaakt in een heel andere taal dan dat hier Reaforce wordt gemaakt. En Reafinance is ook weer een vreemde eend in de bijt zou je kunnen zeggen. **Als we gaan kijken naar de oplossing wat de klant wil zien en vanuit daar vertaald naar wat we hier realiseren.** Niet dat je heel erg binnen je eigen silo blijft.

Als ik kijk naar mijn directe collega’s die hier nu ook 1,5 jaar werken, dan denk ik wel dat ik het beter doe dan zij. **Ik denk sowieso dat Reasult wel goed betaald. Alleen ik weet niet in hoeverre dat gespiegeld wordt aan je ontwikkeling of dat meegaat.** Dat ze de arbeidsvoorwaarden aanpassen op de ontwikkeling, dat zal nog moeten blijken. Het is niet zo dat ik er nu al een uitspraak over kan doen, tot op heden ben ik tevreden.

Ik denk dat een deel van de kernwaarden als betrokkenheid en de deskundigheid dingen zijn die je veel terughoort. **We worden over het algemeen uitgenodigd en gevraagd om te horen hoe wij tegenover zaken staan.** Tenminste zo ervaar ik dat. **Aan de andere kant dat dure en kostbare partij, dat is ook wel iets wat je vaak hoort. Mensen moeten echt wel veel betalen om iets te krijgen en alles kost geld. Elke aanpassing of alles wat ze anders willen, kost geld.** Het komt ook vaak voor dat klanten denken dat ze iets gekocht hebben voor een bepaald bedrag en het 1e stuurgroepoverleg gaat over meerwerk, dan klopt er iets niet. **We worden gezien als duur maar wel goed met deskundige mensen.**

**Daarentegen zou ik willen dat we gezien worden als duurzaam en deskundig**. Ik denk dat op zich het huidige beeld wel goed is. Maar je wilt niet als extreem dure speler gezien worden. Dus hetzelfde beeld alleen dan met het kostenaspect meer in verhouding.

De trend is op dit moment neerwaarts, dus het moeilijk om uitspraken over de toekomst te doen. We zitten in zwaar weer, dus het hangt heel erg af van de strategen hier welke kant we gaan opvaren. Als we de kant op varen zoals het nu vaart, dan vraag ik me af of we nog gaan groeien. Om het zacht uit te drukken. Ik denk dat er 180 graden gedraaid moet worden. Ik denk dat er knopen doorgehakt moeten worden om weer een opwaartse lijn te krijgen. Reasult heeft als potentieel om te groeien naar een bedrijf van meer dan 100 man, dus dan kan je makkelijk verdubbelen.

Het is niet reëel als we vasthouden aan de oplossingen die we nu hebben. Reafinance is een klein stukje dienstverlening en een stukje standaard product. **Je zou die dienstverlening veel breder kunnen trekken en dat je meer consultancy doet buiten onze primaire producten om** en dan kan je meer mensen wegzetten. Dan steven je af op groei en dat is het maken van een strategische keuze waarvan ik me afvraag of die ooit gemaakt gaat worden, ik denk het niet.

Ik was enigszins verbaasd dat we binnen de woningcorporatiemarkt tot nu toe veel minder klanten hebben dan dat we eigenlijk hadden verwacht. **Dus ik verwacht wel wanneer we onze pricing en oplossingen er beter op afstemmen dat we in die markt nog wat klanten kunnen halen**. Hier is nog veel te halen. We richten ons bij corporaties meer op het ontwikkelen, ze gaan nu minder ontwikkelen maar ze beheren vastgoed. Als we Reaturn daarop aanpassen dan valt er bij bestaande klanten en ook nieuwe klanten veel meer te halen. In de basis blijft het natuurlijk hetzelfde product, de oplossing is in feite hetzelfde. Het sluit nu aan op commerciële partijen, die sturen anders aan dan de woningcorporaties – die hebben namelijk een sociaal belang en dat hebben commerciële partijen niet. Daar zal wat op aangepast moeten worden, maar als dat gebeurt dan hebben we een veel bredere markt.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* De strategie van Reasult is dat zij voort streven marktleider te zijn en te blijven en de continuïteit daarin te blijven bewaken in software die de financiële performance van vastgoed voorspelt en verbeterd.
* We zijn continu bezig om, vinden we zelf, signalen in de markt op te vangen en te verwerken in de oplossingen. Aan de andere kant krijgen we continu gelijksoortige kritiek vanuit de klant waar in feite niets mee gedaan worden.
* Of we kunnen zeggen: wij weten beter hoe het moet dan de klant zelf en daar moet de klant gewoon mee leren omgaan. Je kunt ook zeggen: daar moeten we flexibeler instaan, we leven ons helemaal in in de klant en passen onze software daar op aan. Maar ik denk in deze markt dat je je beter kan aanpassen op de klant in plaats van omgedraaid.
* De toegewijdheid is hoog, de betrokkenheid is hoog. Dat zie je ook als je kijkt naar diensten, over het algemeen wordt er in de regel meer gedaan dan dat er gefactureerd wordt. Men is heel erg begaan met de klant en dat staat hoog in het vaandel.
* Je werk is iets wat continu speelt. Men is betrokken, wat tevens ter uiting komt in het lage ziekteverzuim. Men is betrokken en wil graag.
* De klant is in staat gebleken op ons afspraken terug te roepen die we nooit gemaakt hebben en dan wordt er alsnog wel navolging aan gegeven.
* Intern wordt er flexibel met elkaar omgegaan.
* Ik denk dat maatschappelijke betrokkenheid erg belangrijk is, alleen zien we het totaal niet terug. Schrap hem als je hem niet wilt naleven. Wat mij betreft had het wat meer gemogen, want we doen er nu eigenlijk niets mee. Ik denk dat het er wel in moet blijven. Reasult moet meer maatschappelijk betrokken zijn dan dat ze er nu uiting aan geven.
* De ontwikkeling wordt gestagneerd en er komen niet echt meer vernieuwende dingen bij. Functioneel gezien was het innovatief, maar dat is het nu niet meer. Technologisch gezien was het nooit innovatief en is het nu al helemaal niet, omdat we met verouderde dingen werken. Voor Reaturn en andere applicaties zou je kunnen zeggen dat het met de tijd meegaat, maar zeker niet innovatief is.
* We zijn eerder primitief dan innovatief. Het is een credo, het is belangrijk en ik denk dat we er wat aan moeten doen om invulling te geven aan die kernwaarde.
* De huidige uitstraling vind ik op zich prima. We hebben ook lettertypen die op mij allemaal een beetje suf overkomen. Voorheen de slides die we hadden waren ook niet echt je van het. In hoeverre kun je innovatief zijn in het geven van presentaties? Ik kan er wel mijn eigen invulling aan geven.
* De software is getoetst door Deloitte en is die zin betrouwbaar. Aan de andere kant is de gemiddelde investering van een bedrijf een ton en dan hoor je nog steeds dat er dingen uitkomen. Het is toch wel raar als je zoveel geld betaalt voor software, dat geldt voor Reafinance en Reaforce, dat er dan nog steeds fouten in zitten. Per saldo is de kwaliteit wel goed, een 8 is een goed cijfer.
* Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan betrokken, bij elkaar. Meer familiair als informeel. Op productniveau denk ik aan, hoewel niet innovatief wel vooruitstrevend, hoge mate van kwaliteit maar ook kostbaar.
* We zijn een kennis intensieve organisatie, we zijn kenniswerkers, we hebben onze eigen verantwoordelijkheden en we handelen daar naar. We worden eigenlijk niet gestuurd, we sturen onszelf. De huidige manier van werken, werkt ook het beste denk ik.
* We nemen ons zelf wel erg serieus, bij klanten ook. Maar dat hoort ook bij de uitstraling die je na wilt leven, denk ik.
* Als je kijkt naar de producten is het absoluut niet state of art, het is ouderwets. Bij modieus denk ik toch eerder aan dat het wat beter oogt, wat makkelijker is en toegankelijker is. Daar moet het ook zeker meer naartoe.
* Reasult is duur, vanuit de klant geredeneerd dan. Te duur voor hetgeen wat je ervoor terugkrijgt. Alleen als je kijkt hoe die oplossing er dan uitziet, dan kan je je afvragen vanuit de klant geredeneerd, of het dat dan wel waard is.
* Hoe we met elkaar omgaan, snel schakelen en het feit dat je een kennisintensieve organisatie bent met eigen verantwoordelijkheid en je eigen werkgebied. Er is ook redelijk veel ruimte voor eigen ideeën. Die ruimte en vrijheid om je eigen werk in te delen spreekt me wel erg aan.
* Vanuit werk gezien denk ik dat de persoonlijke opleiding, de betrokkenheid van de werkgever naar de werknemer om die binnen de organisatie te begeleiden meer mag.
* Er wordt per keer bekeken wat wil je bereiken en de toetsing of je het bereikt hebt is ook weer per geval en situatie afhankelijk. Dat is in mijn ogen iets te vrijblijvend.
* Op het gebied van initiatief nemen vanuit Reasult, wordt nu redelijk getackeld, gezien we alle klanten minimaal 1 tot 2 keer per jaar langs moeten gaan. Het initiatief is goed, je laat meer betrokkenheid zien. Ik denk dat je daar wat betreft cross-sell natuurlijk nieuwe kansen kan creëren.
* Het feit dat wij nog steeds software maken die andere niet maken is ons grootste voordeel om als bedrijf met ons in zee te gaan. Ik denk dat wij een belangrijke bijdrage leveren aan primaire processen bij ontwikkelaars en asset managers en die daar dan min of meer noodzakelijk zijn om onze software te kopen.
* Het onderscheidend vermogen ligt nu nog bij de software zelf. Ik denk dat je het meer moet zetten op die betrokkenheid en consultancy.
* De persoonlijke betrokkenheid zowel vanuit de medewerkers onderling als vanuit de directie is zeer positief.
* Ieder heeft zijn eigen winkeltje en straatje en die moet schoon zijn. Je mist wel een beetje de collectieve cohesie van de organisatie. Er zou meer als bedrijf geopereerd kunnen worden. We zouden moeten kijken naar de oplossing wat de klant wil zien en vanuit daar vertaald naar wat we hier realiseren.
* Ik denk sowieso dat Reasult wel goed betaald. Alleen ik weet niet in hoeverre dat gespiegeld wordt aan je ontwikkeling of dat meegaat.
* We worden over het algemeen uitgenodigd en gevraagd om te horen hoe wij tegenover zaken staan. Aan de andere kant worden we gezien als dure en kostbare partij, dat is ook wel iets wat je vaak hoort. Mensen moeten echt wel veel betalen om iets te krijgen en alles kost geld. Elke aanpassing of alles wat ze anders willen, kost geld. We worden gezien als duur maar wel goed met deskundige mensen. Daarentegen zou ik willen dat we gezien worden als duurzaam en deskundig.
* Je zou die dienstverlening veel breder kunnen trekken en dat je meer consultancy doet buiten onze primaire producten om.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? De strategie van Reasult is dat zij voort streven marktleider te zijn en te blijven en de continuïteit daarin te blijven bewaken in software die de financiële performance van vastgoed voorspelt en verbeterd.  
Het feit dat wij nog steeds software maken die andere niet maken is ons grootste voordeel om als bedrijf met ons in zee te gaan. Ik denk dat wij een belangrijke bijdrage leveren aan primaire processen bij ontwikkelaars en asset managers en die daar dan min of meer noodzakelijk zijn om onze software te kopen.

Toegewijd De toegewijdheid en de betrokkenheid is hoog. Over het algemeen wordt er in de regel meer gedaan dan dat er gefactureerd wordt. Men is heel erg begaan met de klant en dat staat hoog in het vaandel. Reasult heeft een laag ziekteverzuim, men is betrokken en wil graag.

Betrouwbaar De klant is in staat gebleken op ons afspraken terug te roepen die we nooit gemaakt hebben, ook dan wordt er navolging aan gegeven.

Inlevingsvermogen We vinden zelf dat we continu bezig zijn om signalen in de markt op te vangen en te verwerken in de oplossingen. Aan de andere kant krijgen we continu gelijksoortige kritiek vanuit de klant waar in feite niets mee gedaan wordt.

Flexibiliteit Of we kunnen de tactiek hanteren dat we het beter weten hoe het moet dan de klant zelf en daar moet de klant mee leren omgaan. Of we moeten daar flexibeler instaan, we leven ons helemaal in in de klant en passen onze software daar op aan.

Maatschappelijk betrokken Maatschappelijke betrokkenheid is belangrijk, alleen zien we het totaal niet

terug. Ik denk dat het er wel in moet blijven. Reasult moet meer maatschappelijk betrokken zijn dan dat ze er nu uiting aan geven.

Innovatief De ontwikkeling wordt gestagneerd en er komen niet echt meer vernieuwende dingen bij. Functioneel gezien was het innovatief, maar dat is het nu niet meer. Technologisch gezien was het nooit innovatief en is het nu al helemaal niet, omdat we met verouderde dingen werken.   
We zijn eerder primitief dan innovatief. Het is belangrijk en ik denk dat we er wat aan moeten doen om invulling te geven aan dit begrip.

Uitstraling De huidige uitstraling vind ik op zich prima. We hebben ook lettertypen die op mij allemaal een beetje suf overkomen. Voorheen de slides die we hadden waren ook niet echt je van het. In hoeverre kun je innovatief zijn in het geven van presentaties? Ik kan er wel mijn eigen invulling aan geven.   
We nemen ons zelf wel erg serieus, bij klanten ook. Maar dat hoort ook bij de uitstraling die je na wilt leven, denk ik.

Betrouwbaar De software is getoetst door Deloitte en is die zin betrouwbaar. Aan de andere kant is de gemiddelde investering van een bedrijf een ton en dan hoor je nog steeds dat er nog steeds fouten inzitten.

Cultuur Reasult is meer familiair als informeel. We zijn betrokken, bij elkaar. Hoe we met elkaar omgaan, snel schakelen en het feit dat je een kennisintensieve organisatie bent met eigen verantwoordelijkheid en je eigen werkgebied. Er is ook redelijk veel ruimte voor eigen ideeën. Die ruimte en vrijheid om je eigen werk in te delen spreekt me wel erg aan.

Kennis organisatie We zijn een kennis intensieve organisatie, we zijn kenniswerkers, we hebben onze eigen verantwoordelijkheden en we handelen daar naar. We worden eigenlijk niet gestuurd, we sturen onszelf.

Gebruiksgemak Als je kijkt naar de producten is het absoluut niet state of art, het is ouderwets. Bij modieus denk ik toch eerder aan dat het wat beter oogt, wat makkelijker is en toegankelijker is. Daar moet het ook zeker meer naartoe.

Prijs-kwaliteitverhouding Reasult is duur, vanuit de klant geredeneerd dan. Te duur voor hetgeen wat je ervoor terugkrijgt. Alleen als je kijkt hoe die oplossing er dan uitziet, dan kan je je afvragen of het dat dan wel waard is.

Persoonlijke ontwikkeling De persoonlijke opleiding, de betrokkenheid van de werkgever naar de werknemer om die binnen de organisatie te begeleiden zou meer gerealiseerd kunnen worden.

Er wordt per keer bekeken wat wil je bereiken en de toetsing of je het bereikt hebt is ook weer per geval en situatie afhankelijk. Dat is in mijn ogen iets te vrijblijvend.

Onderscheidend vermogen Het onderscheidend vermogen ligt nu nog bij de software zelf. Ik denk dat je

het meer moet zetten op die betrokkenheid en consultancy.

Eilandjescultuur Ieder heeft zijn eigen winkeltje en straatje en die moet schoon zijn. Je mist wel een beetje de collectieve cohesie van de organisatie. Er zou meer als bedrijf geopereerd kunnen worden.

Arbeidsvoorwaarden Ik denk sowieso dat Reasult wel goed betaald. Alleen ik weet niet in hoeverre dat gespiegeld wordt aan je ontwikkeling of dat meegaat.

Imago We worden over het algemeen uitgenodigd en gevraagd om te horen hoe wij tegenover zaken staan. Aan de andere kant worden we gezien als dure en kostbare partij, dat is ook wel iets wat je vaak hoort. Elke aanpassing of alles wat ze anders willen, kost geld. We worden gezien als duur maar wel goed met deskundige mensen. Daarentegen zou ik willen dat we gezien worden als duurzaam en deskundig.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Goede werkgever** - Reasult betaalt goed, alleen weet ik niet in hoeverre

dat wordt gespiegeld aan je ontwikkelingen.

**Personeel** - Men is heel erg begaan met de klant.   
 - Men is betrokken en wil graag, wat resulteert in een

laag ziekteverzuim  
- De toegewijdheid en de betrokkenheid is hoog. Er wordt meer gedaan, dan dat er wordt gefactureerd.  
- Er wordt navolging gegeven aan afspraken, zelfs op afspraken die we nooit hebben gemaakt.

**Betrouwbaar** - De software is getoetst door Deloitte.   
 **Cultuur** - Reasult kent een familiaire cultuur. Iedereen is

betrokken, bij elkaar.   
 - De kennisintensieve organisatie van Reasult kent veel

eigen verantwoordelijkheid.  
 - De cultuur biedt ruimte en vrijheid om je eigen werk in

te delen.  
 - We worden eigenlijk niet gestuurd, we sturen onszelf.

**- Negatief Prijs-kwaliteitverhouding** - De gemiddelde investering is meer dan een ton en dan

hoor je nog steeds dat er fouten inzitten.  
- Reasult is te duur voor hetgeen wat je ervoor terugkrijgt.  
- We worden gezien als dure en kostbare partij. Elke aanpassing kost geld.

**Maatschappelijk betrokken** - Het is belangrijk, maar we zien het totaal niet terug.

Reasult moet meer maatschappelijk betrokken zijn dan dat er nu uiting aan wordt gegeven.

**Innovatief -** De ontwikkeling wordt gestagneerd en er komen niet

echt meer vernieuwende dingen bij.   
- We werken met verouderde technieken, we zijn eerder primitief dan innovatief.

**Gebruiksgemak -** De producten zijn niet state of the art, het is ouderwets  
 - Daarentegen moet het naar iets wat beter oogt, wat

makkelijker is en toegankelijker is.

**Persoonlijke betrokkenheid** - De persoonlijke opleiding, betrokkenheid van de werkgever naar de werknemer om die te begeleiden zou beter kunnen. Er wordt bekeken wat je wilt bereiken, maar de toetsing of hetgeen ook daadwerkelijk bereikt is kan meer toegepast worden.

**Eilandjescultuur** - Ieder heeft zijn eigen straatje die schoon moet zijn, je

mist de collectieve cohesie. Er zou meer als bedrijf geopereerd kunnen worden.

## Interview 10

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

**De missie van Reasult is om bij de toeleveranciers van de vastgoedmarkt de beste oplossing te bieden voor onze klanten.** Daarmee willen we uiteindelijk productleadership bereiken.

Ik zou de kernwaarden zo niet op kunnen noemen. Maar betrouwbaar is wel een kernwaarde die ik me zo herinner. Het zijn er in totaal een stuk of zes hè? Als ik het vanuit mezelf beredeneer zouden de kernwaarden zijn: **betrouwbaarheid, het zijn van een partner – niet zo zeer het zijn van een leverancier maar een partner, partnership en tot slot is kennis een van onze kernwaarden.** Ik wil er graag per kernwaarde even dieper op ingaan omdat ik de relevantie van sommige kernwaarden in twijfel trek.

**Ik vind het inleven in de ander niet sterk aanwezig.** De belangrijkheid is zeer belangrijk. **We willen graag partnerships aangaan en we willen ontwikkelen voor klanten, maar we gaan te vaak uit van ons eigen product en niet zo zeer van de markt.** Dat is wel erg aan het wijzigen, want toen ik hier kwam – inmiddels een jaar geleden - , werd er nog teveel gedacht vanuit ons eigen straatje. **We moeten meer gaan denken wat zijn de wensen vanuit de markt en hoe moeten we daar op inspringen**. Dat is aan het wijzigen, maar ik vind niet dat we op die 7 zitten, slechts een zesje. En die 8 van belangrijkheid moet misschien wel naar een 9. Als je niet inspeelt op de markt ga je het niet redden, zeker nu niet.

**Intern zijn we een redelijk persoonlijke club, dus het inleven in de ander gebeurt goed genoeg.**

Toegewijd benodigd een 9, maar ik denk dat dat hier ook wel bij iedereen aanwezig is. Bij de een in wat meer en mindere maten. Maar zeker door de ernst die er de afgelopen maanden is gelegd dat het wat minder ging, is die toegewijdheid wat gegroeid. Het is wel toegenomen. Wat ik wel zie gebeuren, ook naar aanleiding van de presentatie van afgelopen maandag waar er verteld wordt: we hebben al 3,5 miljoen gefactureerd. Dus de ernst van wijziging is niet heel erg meer aanwezig, dat vond ik een hele domme opmerking. Ik vond het niet slim om dat te laten zien. De key mensen die weten nog steeds dat de druk erop staat en dat het belangrijk is om andere stappen te nemen. Maar juist de mensen die je eindelijk om hebt met de noodzaak om dingen te wijzigen en anders te kijken, die hebben nu zoiets van we kunnen weer achterover gaan zitten want het valt allemaal wel mee. Die sfeer hing altijd wel een beetje, **maar toegewijdheid is er zeker. Ik denk niet dat er mensen zijn die zomaar weggaan.**

Ik vind niet dat er hier zozeer een 9-5 mentaliteit is, er beginnen ook mensen voor 8 uur. Bij de software ontwikkelaars krijg je dat toch niet anders, daar zijn het de type mensen niet voor. Maar ik zie dat niet zo zeer als het niet intern geëscaleerd wordt dat die een andere mentaliteit moeten krijgen. **Wat ik wel vind, op het moment dat je elke keer deadlines niet haalt en je laat dat maar gebeuren, dan zien die mensen ook niet de noodzaak om nog een uurtje / anderhalf uur door te gaan.** Als je gewoon een keer met je vuist op tafel slaat, dat je niet wilt dat het uit de planning loopt, dan moeten ze wel. **Maar er wordt ze nooit op die verantwoordelijkheid gewezen**, tenminste dat gevoel heb ik. Ik denk bij de rest is de 9-5 mentaliteit niet aanwezig. Zeker als ik in mijn team kijk, Sales, directie. Ik zie die 9-5 mentaliteit echt niet terug, dat is zeer goed.

**Extern vind ik Reasult zeer betrouwbaar, we zijn een betrouwbare partij. Ik vind ze zeer transparant, dat is heel belangrijk voor betrouwbaarheid. We doen wat we zeggen.**

Betrouwbaarheid intern heb ik wat akkefietjes meegemaakt dat het niet altijd even betrouwbaar was. Met arbeidsvoorwaarden en dat soort zaken, dat je dacht: dat heb je nu gezegd maar als puntje bij paaltje komt dan komt dat niet op zijn pootjes terecht. **Dus intern van directie naar medewerkers mag dat zeker verbeterd worden.**

Intern is het heel afhankelijk van de persoon of afspraken nagekomen worden op het juiste tijdstip. Ik denk bij het gros wel, bij de een moet je er wat langer achteraan dan bij de ander. Er zijn ook mensen die dingen toezeggen die nooit gebeuren. Maar dat zijn personen, dat heeft niks met cultuur te maken.

Maatschappelijk betrokken is ook een van de dingen die ik niet zo. Ja, maatschappelijk betrokken, omdat we toevallig met kerst op de website zetten dat we een of andere actie steunen. Ik heb het nu twee keer zien, net voordat ik hier begon en nu dan dit jaar. Dat is dan ook het enige wat ik zie. **Er wordt onvoldoende uiting aan gegeven. Hoe wil je maatschappelijke betrokkenheid laten zien, met ons soort bedrijf? Ik vind het bij dit bedrijf dan ook niet belangrijk genoeg om te noemen als kernwaarde.** In plaats van maatschappelijk betrokken zou je **maatschappelijk verantwoord** kunnen noemen. Het is net even een andere switch. In hoeverre het waarheid is weet je niet want je bent niet bij de vergaderingen betrokken, **maar het feit dat ze moeite doen om mensen binnenboord te houden en niet de makkelijkste oplossing kiezen om 5 mensen te ontslaan.** Dat vind ik wel maatschappelijk verantwoord, zowel naar de gezinnen als naar je personeel.

Maatschappelijk verantwoord in de zin van maatschappelijk verantwoord ondernemen met betrekking tot energiezuinig en dergelijke doen we weinig aan. Neemt niet weg dat het heel belangrijk is. Reasult zou er ook wel meer aan mogen doen, niet moeten, maar mogen.

Ik denk zelf dat innovatief een 10 moet zijn voor een bedrijf als het onze, **we moeten innovatief blijven en zijn.** Ik denk dat we daar op een mager zesje zitten. **Wij lopen achter met zaken, het ontwikkelen van dashboards en het tonen van je software. We zijn heel erg in de diepte aan het denken, wij ontwikkelen in de diepte maar we gaan niet mee met de ontwikkelingen in de markt**. Het tonen van gegevens op een tablet, mooie schemaatjes die mensen zelf kunnen samenstellen op een handige manier waar wij heel omslachtig Reafinance voor hebben. Je bent een ICT-bedrijf dus zorg dat het er dan ook zo uitziet. In onze communicatie vind ik dat heel erg WP 5.0 zijn, het is totaal niet innovatief. Ik zou willen zien dat we meegaan, misschien zelfs voorop lopen in ontwikkeling. Nu is dat in de ontwikkeling van je software natuurlijk erg moeilijk, je wilt niet steeds doodlopende straatjes in. **Maar ik denk op het moment dat 50% van de markt met een tablet rondloopt, moet je zorgen dat je apparatuur op de tablet aansluit.** Als jij een ICT-bedrijf bent en je houdt presentaties die eruit zien alsof je tien jaar geleden nog met PowerPoint bezig was, dat vind ik niet kunnen. Als ik een ICT bedrijf ben en ik moet een presentatie doen en het duurt een half uur voordat mijn laptop is opgestart en voordat ik mijn presentatie kan geven, vind ik dat schandalig. Dat moet niet kunnen. Ik loop met een oude laptop, mijn koelkast is nog kleiner… dat past niet in het soort bedrijf dat je bent. **Meegaan met de markt maar ook de faciliteiten bieden en laten zien wat voor soort bedrijf je bent. Het hoeft allemaal niet flashy, ik hoef geen Apple computer te hebben, maar iets wat gewoon normaal draait en waar je normaal presentaties op kunt geven.**

Niet zo zeer alleen mooie grafiekjes maar ook de vormen. **Het is bij ons allemaal 2 dimensionaal en kleuren die echt niet meer kunnen**. Maar ook de pijlen in de grafieken, dat kun je allemaal heel mooi maken. Ronde vormen, veel driedimensionale toepassingen.

**De kleur vind ik verschrikkelijk, de uitstraling van Reasult vind ik ook verschrikkelijk, heel oubollig**. Ik vind de stap die ze nu maken sowieso voor Reaforce en Reaturn met meer Windows kleuren, dat vind ik al veel beter. Daar is ook een heel uitgebreid onderzoek naar gedaan, dus dat moet ook wel goed zijn. Het moeten veel frissere kleuren zijn. De foto’s vind ik ook leuk, de foto’s in onze presentaties vind ik echt verschrikkelijk. Dat zijn Amerikaanse foto’s met Amerikaanse mensen. Het klopt allemaal niet. **Het mag allemaal wat moderner.**

**Ik denk dat wij in de kwaliteit het beste product op de markt hebben**. Er is goed over nagedacht, niet over alles, bij Reafinance vind ik de kwaliteit weer wat minder. Dat heeft vooral te maken met de implementatie en de duur van de implementatie. Dus wat er uiteindelijk staat, maar om tot dat resultaat te komen vind ik te lang duren en ook dat hoort bij kwaliteit. **Het product an sich, hoor je ook van klanten en prospects: de kwaliteit is goed, we staan hoog aangeschreven.**

Inleven in de ander tot op bepaalde hoogte doe ik dat wel**. Zakelijk inleven doe ik sowieso, ik kan me bij iedereen goed inleven in casussen op het werk. Op privé niveau is dat op zekere hoogte**, maar ik hoef ook niet alles van iemand anders te weten.

Ik ben zeker toegewijd en ook zeer betrouwbaar. Dat is misschien ook wel mijn persoonlijke kernwaarde. Ik ben wel maatschappelijk betrokken, alleen op kantoor helemaal niet.

Qua innovatie behoor ik tot de early majority. **Er is wel genoeg ruimte om nieuwe ideeën te lanceren**.

Kwaliteit bij mij hangt heel erg samen met de interesse voor het onderwerp. Als ik iets heel erg leuk vind zal ik me daar ook heel erg voor inzetten, zal ik daar veel tijd insteken ook privé. Dit is dan puur omdat ik het heel leuk vind, dan zal de kwaliteit ook hoog zijn. Als ik zoiets heb van nou moet dat nou dan zal de inspanning wat minder zijn, en kan – hoeft niet altijd – de kwaliteit ook wat minder zijn. Dat is wel een aandachtspunt. Ik heb qua werk gelukkig wel de overhand aan leuke dingen.

**Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan de interessante club**, leuk – ik heb het erg naar mijn zin hier, het is een uitdaging: het is een moeilijke markt maar ik denk dat wij mogelijkheden hebben. Daarnaast denk ik ook aan moeizaam, ik vond het heel moeilijk om hier ingewerkt te raken dat kwam door de cultuur. **Ik ervaar hier heel veel aparte groepjes binnen dit bedrijf die niet goed met elkaar communiceren. De overdracht van kennis is minimaal, tussen de groepen maar ook als je in een groep zit. De eilandjescultuur ervaar ik ook zeer sterk, wat beter kan door te communiceren met elkaar.** Niet nog meer overleggen, alsjeblieft niet. Een goed voorbeeld: ik ben accountmanager en ik ben verantwoordelijk voor een klant, maar ik merk dat diverse mensen bij een klant zitten en dingen afspreken waar ik niks van af weet. Reafinance zit dan bij die klant, vervolgens zit Jean Paul bij die klant. Ik hoeft echt niet tot in detail te weten wat ze daar doen, maar ik wil wel weten dat ze er zijn of zijn geweest. Het kan niet zo zijn dat ik als verantwoordelijke van die klant morgen de klant bel en hoor dat ze het gisteren al met Jean Paul hebben besproken, dat moet niet kunnen. **Daar moeten we veel meer met elkaar delen**. Daar hoeft geen overleg voor plaats te vinden, je hoeft geen rapport aan mij uit te brengen maar laat het me gewoon even weten. Dat doen we te weinig.

Er is heel veel overleg, maar er wordt maar heel weinig gedeeld. **Dingen die je afspreekt meer concreet maken, dit geldt voor zowel tussen de groepen als onderling bij de groepen**. Het delen van info: als je weet dat ergens wat speelt. Als je weet dat er ergens een bijeenkomst is die interessant is voor anderen, deel dat zodat die er eventueel ook heen kunnen. Zie je ergens kansen of mogelijkheden, heb je mensen gesproken laat het weten, het kan alleen maar helpen. Het is niet voor jezelf, je zit hier niet alleen voor jezelf, **maar doe het voor het bedrijf**.

Betrouwbaar en deskundig vind ik zeker van toepassing als best passende woorden op Reasult. Serieus kun je zowel positief als negatief bekijken, positief is dat ze serieus met zaken bezig zijn. Serieus ontwikkelen en serieuze onderwerpen. **Misschien nemen we ons af en toe wel eens te serieus. Dat wij denken dat we DE oplossing hebben, terwijl de markt daar nog wel eens wat anders over denkt.** Dus je moet jezelf niet al te serieus nemen.

Modieus hebben we het al even over gehad, dat zijn we zeker niet. Verre van. Innovatief denk ik dat we daar leuke stappen aan het nemen zijn, heeft natuurlijk ook te maken met de overname van Dream TMS, maar ook in de ontwikkeling van producten zijn we een stap aan het maken**. Het is een beetje een inhaalslag dan dat we echt zelf innovatief zijn, maar voor ons doen zijn we innovatief**. Duurzaam zie ik nergens in terug, helemaal nergens. Dus dat klopt zeker als niet passend.

We zijn geen trendzetter maar trendvolger, 200% mee eens. **Ik vind daarentegen niet dat we naar de trendzetter kant toe moeten, dat kunnen we ook niet. Dat moeten we niet doen omdat we niet de capaciteit hebben om doodlopende wegen in te lopen, daar hebben we het geld en de capaciteit voor**. We moeten niet jaren achter gaan lopen, maar we moeten volgen. Als er mogelijkheden zijn om dashboards te bouwen moeten we daar op inspelen, maar we moeten ze niet zelf gaan bedenken. **We moeten snel inspelen op de gebeurtenissen in de markt.**

Er is niet echt één eigenschap, maar als ik denk aan Reasult en wat ons onderscheidend vermogen is dan denk ik aan echt vastgoedkennis, **we zijn echt een kennisbedrijf**. Dat is een van de USP’s om als bedrijf zijnde Reasult in te schakelen. Vanuit die kennis is natuurlijk een fantastische mooi product gekomen, of ja producten. **Ik denk dat we met de kennis en producten vooruitstrevend zijn.**

Voor mij persoonlijk is Reasult een fijn bedrijf om mee te werken omdat het zo’n klein bedrijf is. Ik kom zelf uit wat grotere multinationals. Ik heb bewust de keuze gemaakt om bij een kleiner bedrijf te werken, dat bevalt mij prima. Je hebt wat meer invloed op bepaalde zaken. Ik denk dat je iedereen aan kan spreken binnen dit bedrijf, op een enkeling na. **Je wordt ook door iedereen serieus genomen**. Het is geen warme deken die om je heen valt, je moet wel je best doen om binnen te komen. Het valt niet meteen om je heen. Maar ik vind de sfeer gewoon heel prettig.

**Meer kennis delen met elkaar vind ik het belangrijkste verbeterpunt** die ik zie, dat vind ik nu echt heel slecht hier. Ik ben ook weggegaan bij multinationals vanwege de ‘cc-cultuur’ zoals ik dat noem, waarin alles wat je doet moet cc-en naar je leidinggevende om in een goed daglicht te komen. Daar hou ik zelf helemaal niet van. Maar ik vind wel dat we **gebruik moeten maken van elkaars kennis** en dat we ook echt moeten samen werken. Dat gebeurt niet, we werken niet samen. Productmanagers werken niet genoeg samen met de accountmanagers en zo heb ik ook het gevoel dat het bij andere afdelingen gaat.

Wat ik heel belangrijk vind in communicatie: **nee is ook een antwoord**. Er wordt hier vaak nogal om de hete brei heen draaien, dat heeft ook met mijn arbeidsvoorwaarden te maken. Als je gewoon nee zegt dan is het klaar. Maar als je eerst ja zegt en het later terugdraait, dan heb je een probleem. Dat is nu een paar keer gebeurd, dat moet niet nog een keer gebeuren. Als je tegen mij gewoon nee zegt en een keer zegt waarom dan heb ik het maar te accepteren en dan is het klaar. Ze zullen er vast wel een goede reden voor hebben.

Ook extern zie ik dat terug dat er vaker nee gezegd mag worden. Dat is ook mijn grote tegen t.o.v. Reafinance. Reafinance de maatwerkrapporten. We zeggen tegen alles: dat kunnen we nog wel inbouwen. Ik heb van diverse klanten gehoord dat nee in veel gevallen zelfs een beter antwoord is. Omdat ook de contactpersoon dan intern te verdedigen heeft dat bepaalde dingen niet kunnen. Wat we nu doen is zeggen dat we alles kunnen ontwerpen. Dus dan komen er mensen met de vraag: kan dat er nog in, kan dat er nog in. Dat gaat zich opstapelen, tot op een moment dat we zelf niet meer in zien wat we aan rapporten hebben, wat er reeds is ingebouwd en hoeveel tijd het nog gaan kosten. **We moeten duidelijk zijn: dit hebben we, dit kunnen we eventueel erbij doen, maar dit kan echt niet. Dat vinden klanten ook niet erg om te horen. Er is geen enkel pakket die alle vragen kan beantwoorden.**

**De cultuur van Reasult is op zich een prettige cultuur, maar niet een hele open cultuur. Dat komt met name door die groepjes**. Ik werk hier nu een jaar en ik heb het 1e half jaar veel binnen gezeten, tegen mijn wil in maar dat heeft te maken met politieke dingen. Toen heb ik een half jaar gezeten waar ik nu zit, elke dag. Die mannen van ontwikkeling die kunnen nogal zeuren, op een gegeven moment weet je er wel doorheen te prikken. Maar je wordt daar heel negatief van. Dat vind ik slecht. **Er hangt een beetje een negatieve sfeer bij sommige mensen**, dat moeten ze wel proberen om op een minimum te houden. Daarnaast denk ik dat iedereen probeert om zo goed mogelijk met elkaar samen te werken, maar er zijn bepaalde mensen die dat niet doen en die beïnvloeden de cultuur op dit moment op een zeer negatieve manier.

Ik vind niet dat het strakker hoeft. Wat ik wel vind is dat er een hele negatieve ondertoon is, maar we spreken elkaar er nooit op aan. Er wordt nooit rechtstreeks gezegd: je bent een eikel of dit heb je verkeerd gedaan of dit zou je beter moeten doen. Dat gebeurt gewoon niet. Ik vind dat zelf een hele prettige manier van werken. Dat moet je gewoon tegen elkaar kunnen zeggen, dan kun je de volgende dag gewoon weer fijn samenwerken. Dan kan ik ook daadwerkelijk wat verbeteren, als ik het niet weet kan ik er ook niets aan doen. Dat doen we te weinig. **Het mag wat opener en directer.**

Persoonlijk kan het mij niet zo heel erg boeien. Zeker niet in deze tijd, want als het slecht gaat met het bedrijf is Sales de eerste pispaal die ze tegen komen. Wij leven altijd in die negatieve sfeer, dus het doet me bijzonder weinig. Dus de betrokkenheid naar Sales is er niet. Mensen hebben heel snel een oordeel zonder dat ze de feiten kennen en dat is jammer. Ik vind het prima zo. De mensen die het moeten weten, weten hoe het is. De anderen mogen het komen vragen en dan wil ik het wel vertellen.

Vanuit de directie krijgen sommige mensen heel veel aandacht en andere niet. Als ik zie dat iemand die hier 5 jaar werkt en veel lawaai krijgt als diegene jarig is en iemand die hier 10 jaar werkt bijna wordt vergeten. Dan vind ik dat niet helemaal kloppen. Dat was binnen vier maanden. **Ik vind dat iedereen die hier dan 5 of 10 jaar werkt, moet dezelfde aandacht krijgen. Daar wordt nog wel eens onderscheid in gemaakt en dat vind ik niet helemaal terecht.**

**Het is qua arbeidsvoorwaarden niet heel best hier**. Ik kom uit het bankwezen en daar is het allemaal fantastisch. Ik heb erg in moeten leveren op mijn arbeidsvoorwaarden op het moment dat ik hier begon, maar dat is een keuze van mezelf geweest. Toen ik tekende wist ik niet dat het zo erg was. **Ik vind dat ze niet alle mensen over de zelfde kam kunnen scheren en dat doen ze nu wel**. Ik ben een buitendienstmedewerker en ik zou 80% van de tijd in een auto moeten zitten. Ik heb dezelfde leaseregeling als een softwareontwikkelaar die de hele dag binnen zit. Daardoor heb ik een verschrikkelijk slechte leaseregeling. Daar moet ik verschrikkelijk veel geld voor betalen en ik heb bijna geen keuzemogelijkheden. Dat vind ik echt belachelijk. Ik vind dit voor mij een primaire arbeidsomstandigheid, maar voor een softwareontwikkelaar is dat echt een secundaire arbeidsomstandigheid. Ze zijn heel summier, heel slecht. **Ze rekenen alles in het voordeel van Reasult en niet in het voordeel van het personeel toe**. Ik vind dat er zeker onderscheid gemaakt mag worden onder de medewerkers hierin.

Ik wil niet over uniek praten, ze zijn niet uniek. Ik vind het gewoon een hele prettige werksfeer, ik ga nog steeds op een vlotte manier naar mijn werk. In ieder geval niet met lood in mijn schoenen. **Je wordt gewoon voor volle aangezien, een prettige werksfeer.**

Ik verwacht van Reasult dat ze mij groeikansen bieden. Ik heb daar nu nog niet heel veel tijd voor gehad**. Ik denk dat ze meer aan ontwikkeling van hun personeel moeten doen.**

**Als je dan heel erg naar mijn gebied gaat kijken, vinden mensen ons te duur. We worden wel echt gezien als volwaardig partner, als kennispartij**. Wel als een eigenwijze kennispartij, een eigenwijs bedrijf met eigen regeltjes en manier van werken en die leggen we op. **Ik denk dat wij door heel veel partijen heel serieus genomen worden. Binnen de markt hebben we best wel aanzien. Duur, maar goed.**

Ik zou daarentegen willen dat we gezien worden als goed en dat het prijsaspect daarin verdwijnt, dus niet dat we duur zijn.

Ik wil vooral niet bekend staan als ouderwets, log, niet innovatief.

Over 5 jaar denk ik niet dat we nog in dit pand zitten, want daar passen niet zo’n 60/70 man in. Ik denk namelijk dat we redelijk hard gaan groeien de komende jaren. Ik denk dat we met Reaturn een heel mooi product hebben. Met TMS / Dream erbij, hoe we dat ook gaan inzetten, daar hebben we echt kansen. Reaforce was eerst ons belangrijkste product en hebben we altijd ingezet op de top van onze markt. **Nu hebben we ook mogelijkheden om de middengroep en de onderkant van de markt goed te gaan benaderen, daar valt nog heel veel uit te halen.** Reaturn en eventuele ontwikkelingen die er nog aan gaan komen denk ik dat we heel sterk gaan groeien, sterker nog dan andere jaren. Omdat onze focus nu ook anders wordt. We gaan ons niet alleen maar richten op de grote partijen waar de trajecten anderhalf jaar duurt voor je een keer binnen bent. Je kunt nu ook met partijen gaan praten waar je binnen een paar maanden de handtekening kan krijgen. Willen we dat ook daadwerkelijk gaan doen, dan moeten we ook gaan groeien qua mensen. Dan moet je harder gaan ontwikkelen, **een andere manier van marktbewerking**. Dus over 5 jaar zijn we een totaal andere organisatie. Een grote organisatie, maar ook totaal anders. Ik denk ook dat er een andere managementlaag moet komen, echte managers. We hebben nu geen echte managers. Qua klanten denk ik ook dat we veel groter zijn. We hebben nu zo’n 70 klanten in een tijdsbestek van 11 jaar. Dus zo’n 7/8 per jaar. Als we in deze mate doorgroeien zou dat betekenen dat we over 5 jaar zo’n 100 klanten hebben. Ik denk dat we nu gaan verdrievoudigen in het aantal klanten, **wil niet zeggen dat we allemaal ABN Ambro’s hebben. Dat moeten we ook gewoon, juist heel veel kleine partijen.** Dat moet ook je basis zijn van je bedrijfsvoering, ook voor je financiële stroom. Dat wat we nu al gefactureerd hebben is al 60% van onze inkomsten. Daar moet je steeds meer naartoe, om in januari al het grootste deel van je inkomsten te kunnen factureren. Dat kun je juist met meer kleinere bedrijven. **Dus ik denk 3 keer zoveel, dus zo’n 200 klanten en 70/80 werknemers.**

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* De missie van Reasult is om bij de toeleveranciers van de vastgoedmarkt de beste oplossing te bieden voor onze klanten. Daarmee willen we uiteindelijk productleadership bereiken.
* Ik vind het inleven in de ander niet sterk aanwezig. We willen graag partnerships aangaan en we willen ontwikkelen voor klanten, maar we gaan te vaak uit van ons eigen product en niet zo zeer van de markt. We moeten meer gaan denken wat zijn de wensen vanuit de markt en hoe moeten we daar op inspringen.
* Intern zijn we een redelijk persoonlijke club, dus het inleven in de ander gebeurt goed genoeg.
* De toegewijdheid is er zeker. Ik denk niet dat er mensen zijn die zomaar weggaan. Wat ik wel vind, op het moment dat je elke keer deadlines niet haalt en je laat dat maar gebeuren, dan zien die mensen ook niet de noodzaak om nog een uurtje / anderhalf uur door te gaan. Maar er wordt ze nooit op die verantwoordelijkheid gewezen.
* Extern vind ik Reasult zeer betrouwbaar, we zijn een betrouwbare partij. Ik vind ze zeer transparant, dat is heel belangrijk voor betrouwbaarheid. We doen wat we zeggen. De betrouwbaarheid intern van directie naar medewerkers mag zeker verbeterd worden.
* Er wordt onvoldoende uiting gegeven aan het begrip maatschappelijk betrokken. Hoe wil je maatschappelijke betrokkenheid laten zien, met ons soort bedrijf? Ik vind het bij dit bedrijf dan ook niet belangrijk genoeg om te noemen als kernwaarde. In plaats van maatschappelijk betrokken zou je maatschappelijk verantwoord kunnen noemen. Het feit dat ze moeite doen om mensen binnenboord te houden en niet de makkelijkste oplossing kiezen om 5 mensen te ontslaan.
* We moeten innovatief blijven en zijn. Wij lopen achter met zaken, het ontwikkelen van dashboards en het tonen van je software. We zijn heel erg in de diepte aan het denken, wij ontwikkelen in de diepte maar we gaan niet mee met de ontwikkelingen in de markt.
* Ik denk op het moment dat 50% van de markt met een tablet rondloopt, je moet zorgen dat je apparatuur op de tablet aansluit. Meegaan met de markt maar ook de faciliteiten bieden en laten zien wat voor soort bedrijf je bent. Het hoeft allemaal niet flashy, ik hoef geen Apple computer te hebben, maar iets wat gewoon normaal draait en waar je normaal presentaties op kunt geven.
* Het is bij ons allemaal 2 dimensionaal en kleuren die echt niet meer kunnen. De kleur vind ik verschrikkelijk, de uitstraling van Reasult vind ik ook verschrikkelijk, heel oubollig. Het mag allemaal wat moderner.
* Ik denk dat wij in de kwaliteit het beste product op de markt hebben. Het product an sich, hoor je ook van klanten en prospects: de kwaliteit is goed, we staan hoog aangeschreven.
* Er is genoeg ruimte om nieuwe ideeën te lanceren.
* Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan de interessante club. Ik ervaar hier heel veel aparte groepjes binnen dit bedrijf die niet goed met elkaar communiceren. De overdracht van kennis is minimaal, tussen de groepen maar ook als je in een groep zit. De eilandjescultuur ervaar ik ook zeer sterk, wat beter kan door te communiceren met elkaar. Daar moeten we veel meer met elkaar delen. Dingen die je afspreekt meer concreet maken, dit geldt voor zowel tussen de groepen als onderling bij de groepen. Onderneem acties voor het bedrijf, in plaats van voor je eigen ‘eiland’.
* Misschien nemen we ons af en toe wel eens te serieus. Dat wij denken dat we DE oplossing hebben, terwijl de markt daar nog wel eens wat anders over denkt.
* Het is een beetje een inhaalslag dan dat we echt zelf innovatief zijn, maar voor ons doen zijn we innovatief. Ik vind daarentegen niet dat we naar de trendzetter kant toe moeten, dat kunnen we ook niet. Dat moeten we niet doen omdat we niet de capaciteit hebben om doodlopende wegen in te lopen, daar hebben we het geld en de capaciteit voor. We moeten snel inspelen op de gebeurtenissen in de markt.
* We zijn echt een kennisbedrijf. Ik denk dat we met de kennis en producten vooruitstrevend zijn.
* Nee zeggen is ook een antwoord. We moeten duidelijk zijn: dit hebben we, dit kunnen we eventueel erbij doen, maar dit kan echt niet. Dat vinden klanten ook niet erg om te horen. Er is geen enkel pakket die alle vragen kan beantwoorden.
* De cultuur van Reasult is op zich een prettige cultuur, maar niet een hele open cultuur. Dat komt met name door die groepjes. Er hangt een beetje een negatieve sfeer bij sommige mensen. Het mag wat opener en directer.
* Vanuit de directie krijgen sommige mensen heel veel aandacht en andere niet. Ik vind dat iedereen die hier dan 5 of 10 jaar werkt, moet dezelfde aandacht krijgen. Daar wordt nog wel eens onderscheid in gemaakt en dat vind ik niet helemaal terecht.
* Het is qua arbeidsvoorwaarden niet heel best hier. Ik vind dat ze niet alle mensen over de zelfde kam kunnen scheren en dat doen ze nu wel. Ze rekenen alles in het voordeel van Reasult en niet in het voordeel van het personeel toe.
* Je wordt gewoon voor volle aangezien, een prettige werksfeer.
* Ik denk dat ze meer aan ontwikkeling van hun personeel moeten doen.
* Mensen vinden ons te duur. We worden wel echt gezien als volwaardig partner, als kennispartij. Ik denk dat wij door heel veel partijen heel serieus genomen worden. Binnen de markt hebben we best wel aanzien. Duur, maar goed.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? De missie van Reasult is om bij de toeleveranciers van de vastgoedmarkt de beste oplossing te bieden voor onze klanten. Daarmee willen we uiteindelijk productleadership bereiken.

Inleven in de ander Ik vind het inleven in de ander niet sterk aanwezig. We willen graag partnerships aangaan en we willen ontwikkelen voor klanten, maar we gaan te vaak uit van ons eigen product en niet zo zeer van de markt.   
Intern zijn we een redelijk persoonlijke club, daar gebeurt het inleven in de ander genoeg.

Verantwoordelijkheid De toegewijdheid is er zeker. Echter, op het moment dat deadlines niet gehaald worden en je laat dit gebeuren, dan zien de mensen ook niet de noodzaak om nog een uurtje / anderhalf uur door te gaan. Er wordt nooit op die verantwoordelijkheid gewezen.

Betrouwbaar Extern vind ik Reasult zeer betrouwbaar en transparant. We doen wat we zeggen.  
 De betrouwbaarheid intern van directie naar medewerkers mag zeker verbeterd worden.

Maatschappelijke betrokken Er wordt onvoldoende uiting gegeven aan het begrip maatschappelijk betrokken. Ik vind het bij dit bedrijf dan ook niet belangrijk genoeg om te noemen als kernwaarde. Daarvoor in de plaats kan het begrip maatschappelijk verantwoord gebruikt kunnen worden. Het feit dat ze moeite doen om mensen binnenboord te houden en niet de makkelijkste oplossing kiezen om 5 mensen te ontslaan.

Innovatief We moeten innovatief blijven en zijn. Wij lopen achter met zaken, het ontwikkelen van dashboards en het tonen van je software. We zijn heel erg in de diepte aan het denken, wij ontwikkelen in de diepte maar we gaan niet mee met de ontwikkelingen in de markt.   
Er is genoeg ruimte om nieuwe ideeën te lanceren, je kunt innovatief zijn.

Uitstraling Naast het meegaan met de markt dient Reasult ook de faciliteiten te bieden en te laten zien wat voor soort bedrijf je bent. Presentaties dienen vlot gestart te worden en op het moment dat 50% van de markt met een tablet rondloopt, moet je zorgen dat je apparatuur daarop aansluit.

Het is bij ons allemaal 2 dimensionaal en kleuren die echt niet meer kunnen. Dee uitstraling van Reasult vind ik ook verschrikkelijk, heel oubollig. Het mag allemaal wat moderner.

Kwaliteit Ik denk dat wij op het gebied van kwaliteit het beste product op de markt hebben. Het product an sich, hoor je ook van klanten en prospects: de kwaliteit is goed, we staan hoog aangeschreven.

Kennisdeling Ik ervaar hier heel veel aparte groepjes binnen dit bedrijf die niet goed met elkaar communiceren. De overdracht van kennis is minimaal, tussen de groepen maar ook als je in een groep zit. De eilandjescultuur ervaar ik ook zeer sterk, wat beter kan door te communiceren met elkaar. Onderneem acties voor het bedrijf, in plaats van voor je eigen ‘eiland’.

Toegewijd Het is eerder een inhaalslag dan dat we echt zelf innovatief zijn, maar

voor ons doen zijn we innovatief. Ik vind daarentegen niet dat we naar

de trendzetter kant toe moeten, dat kunnen we ook niet. Dat moeten we niet

doen omdat we niet de capaciteit hebben om doodlopende wegen in te lopen.

Kennisbedrijf We zijn echt een kennisbedrijf. Ik denk dat we met de kennis en producten

vooruitstrevend zijn. Dit zou zich nog meer kunnen uitbouwen door meer te

letten op de ontwikkeling van het personeel

Wensen afwijzen Nee zeggen is ook een antwoord. We moeten duidelijk zijn: dit hebben we, dit

kunnen we eventueel erbij doen, maar dit kan echt niet.

De cultuur De cultuur van Reasult is op zich een prettige cultuur, je wordt voor volle

aangezien, een prettige werksfeer. Daarnaast is er geen hele open cultuur. Dat

komt met name door die groepjes. Er hangt een beetje een negatieve sfeer bij

sommige mensen. Het mag wat opener en directer.

Aandachtsverdeling Vanuit de directie krijgen sommige mensen heel veel aandacht en andere niet. Ik vind dat iedereen die hier dan 5 of 10 jaar werkt, moet dezelfde aandacht krijgen.

Arbeidsvoorwaarden Het is qua arbeidsvoorwaarden niet heel best hier. Ik vind dat ze niet alle mensen

over de zelfde kam kunnen scheren en dat doen ze nu wel. Ze rekenen alles in het

voordeel van Reasult en niet in het voordeel van het personeel toe.

Imago Mensen vinden ons te duur. We worden wel echt gezien als volwaardig partner, als kennispartij. Ik denk dat wij door heel veel partijen heel serieus genomen worden. Binnen de markt hebben we best wel aanzien. Duur, maar goed.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Kennisbedrijf** - We zijn echt een kennisbedrijf. Ik denk dat we met de

kennis en producten vooruitstrevend zijn.  
- Dit zou nog verder geoptimaliseerd kunnen worden door meer aandacht te besteden aan de ontwikkeling van het personeel

**Personeel** - Intern wordt er voldoende ingeleefd in elkaar, het is een redelijk persoonlijke club.  
- De toegewijdheid is zeker aanwezig.

**Betrouwbaar** - Extern is Reasult zeer betrouwbaar en transparant. We doen wat we zeggen.

**Kwaliteit** - Op het gebied van kwaliteit leveren we het beste product op de markt. De kwaliteit van het product an sich is goed, we staan hoog aangeschreven.

**Cultuur** De cultuur van Reasult is op zich prettig, je wordt voor volle aangezien en er heerst een prettige werksfeer.

**Maatschappelijk verantwoord –** Het feit dat ze moeite doen om mensen binnenboord te houden en niet de gemakkelijkste oplossing kiezen om vijf mensen te ontslaan.

**- Negatief Inlevingsvermogen** - Het inleven in de ander is niet sterk aanwezig. We

willen ontwikkelen voor klanten, maar we gaan te vaak uit van ons eigen product en niet zo zeer van de markt.

**Verantwoordelijkheid** - Er wordt nooit op verantwoordelijkheid gewezen.   
 Wanneer deadlines niet gehaald worden, laat men dit

gebeuren. Mensen zien onvoldoende noodzaak om extra door te werken.

**Maatschappelijk betrokken -** Er wordt onvoldoende uiting gegeven aan het

begrip maatschappelijk betrokken. Het is bij een bedrijf als Reasult ook niet belangrijk genoeg om te noemen als kernwaarde.

**Innovatief** - We lopen achter met zaken, het ontwikkelen van

dashboard, en het tonen van je software blijft achter. We denken en ontwikkelingen in de diepte, maar gaan niet mee met de ontwikkelingen in de markt.

**Uitstraling -** De uitstraling dient aan te sluiten bij het soort bedrijf.  
 Presentaties dienen vlot gestart te worden en op het  
 moment dat 50% van de markt met een tablet   
 rondloopt, moet je zorgen dat je apparatuur daarop   
 aansluit. Het mag allemaal wat moderner.   
 **Kennisdeling** - Door de eilandjescultuur is de overdracht van kennis  
 minimaal. Onderneem acties voor het bedrijfsbelang.   
 **Trendvolger -** We zijn bezig met een inhaalslag in plaats van dat we  
 zelf innovatief zijn. Daarentegen moeten we niet naar   
 de trendzetter kant toe. We hebben de capaciteit niet  
 om doodlopende wegen in te slaan.   
 **Wensen afwijzen** - We moeten duidelijk zijn, nee zeggen is ook een  
 antwoord. We moeten niet alles willen doen.  
 **Aandachtsverdeling** - De aandacht vanuit de directie wordt niet gelijkmatig  
 verdeeld. Of je hier nou 5 of 10 jaar werkt, ieder dient  
 dezelfde aandacht te krijgen.

**Arbeidsvoorwaarden -** Ik vind niet dat ze alle medewerkers over dezelfde kam  
 kunnen scheren.   
 - Ze rekenen alles in het voordeel van Reasult en niet in  
 het voordeel van het personeel.

**Imago -** Mensen vinden ons te duur, we worden wel echt  
 gezien als volwaardig partner, als kennispartij.   
 - Ik denk dat wij door heel veel partijen heel serieus   
 genomen. Binnen de markt hebben we best wel   
 aanzien.  
 - De klant vindt ons duur maar goed.

## Interview 11

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

We proberen zo goed mogelijk en serieus over te komen met de pakketten. Het is belangrijk dat je serieus overkomt en dat je de goede weg inslaat vooral nu het allemaal moeilijk wordt in deze tijd. **We willen serieus opereren met goede producten.** **Betrouwbaar en transparant overkomen is de basis.**

**De zes kernwaarden zijn naar mijn mening betrouwbaar, transparant, professioneel en vooruitstrevend. We kijken verder dan alleen waar we nu staan.**

**Inleven in de klant doen we goed, we kijken vooral naar hetgeen dat klant graag wil.** Niet we hebben dit te bieden dus daar moet je het ook mee doen. **Als een klant iets anders wilt dan proberen we het zoveel mogelijk aan te passen aan diens wensen.** Er wordt gekeken naar de wensen naar de klant en proberen daar zoveel mogelijk op in te spelen.

Intern is het heel wisselend, maar je kunt in een grote groep ook niet met iedereen. Het is niet zo dit is werk en privé houden we gescheiden. Inleven in de ander vind ik wel goed. **Er worden interesses getoond. Er wordt aan je gevraagd wat je ook echt leuk vindt om te doen. Dingen die je echt niet leuk vindt kun je wel aangeven.** Dingen die je niet leuk vindt, doe je waarschijnlijk ook minder goed. **Met de naaste collega’s worden privé dingen besproken, we zijn betrokken bij elkaar.** Met sommige deel je veel, het clubje waar je veel mee zit. Ook wel belangstelling naar elkaars leven. Met de een heb je meer dan de ander, ongeacht de functie of de afdeling.

**Toegewijd scoort hoog.** Nu begin ik wel wat door te krijgen dat mensen ook negatiever zijn over Reasult, maar in het begin was ieder super enthousiast over Reasult. **Iedereen is super trots over hetgeen wie we zijn en wat we doen.** Naar mate de tijd vordert zijn er wel een aantal mensen die negatiever worden, maar die hou je altijd. **Mensen zetten zich goed in, de 9-5 mentaliteit is niet aanwezig, dat gaat goed.** Je hebt er altijd een paar die zijn minder enthousiast maar gemiddeld genomen is het goed.

Betrouwbaar scoort ook hoog. Van klanten heb ik tenminste nooit opgevangen van: ze hebben het wel beloofd maar we kunnen het niet waarmaken**. We gaan niet laks met dingen om, dat heb ik tenminste nog nooit zo meegemaakt. Ik heb hier nog nooit boze klanten gehad, of zeurderige klanten dat afspraken niet nagekomen wordt.** Ik heb ook niet het idee dat dat gebeurt. Het geen wat ze zeggen, dat dat ook kan.

Naar de mensen toe ook, ik vind wel dat dat goed gaat. **Dingen die beloofd worden, worden realiteit. Mensen komen hun afspraken na.**

Toen vond ik wel een tijd dat ze veel met duurzaamheid bezig waren, dat was meer in het begin. Een kerstpakket van duurzame producten, met dat soort dingen waren ze meer mee bezig. Ik denk dat Bert daar ook meer mee bezig was dan Aart nu. Als het om duurzaamheid ging, kwam dat meer terug. Dat vind ik goede dingen, met printen zo zuinig mogelijk, maar ik ben er zelf ook heel slordig in. **Als bedrijf zijnde vind ik het goed om eraan mee te doen, maar ik kan me ook voorstellen dat ze het laten omdat we daar niet voor zijn. Maatschappelijk betrokken past niet overtuigend genoeg bij Reasult om als kernwaarde te hanteren.**

Ik ben het niet eens met de mening: we willen graag innovatief zijn, maar zijn het niet. **We doen allemaal ons best om wel innovatief te zijn.** Wat verwacht een ander dan hoe het dan wel moet zijn? Ik kan geen punten noemen waarop we wel innovatief bezig zijn, maar als ik het algemeen bekijk vind ik wel dat we innovatief bezig zijn. Als je het niet bent dan blijf je ook achter bij de dingen. **Reasult gaat wel echt met de tijd mee en proberen om elke keer verder te komen door te vernieuwen.** Vernieuwen door met de tijd mee te gaan. Wat aart ook zei: we zitten in een rot tijd. **Wat we nu hebben is duur. Niet iedereen hoeft dat, dus dan wordt er wel gekeken hoe de pakketten goedkoper kunnen. Inspelen op de behoefte van de markt, op die manier zijn we daar wel mee bezig.**

**Voor zover ik daar kijk op heb, vind ik dat er echt gekeken wordt wat een klant wil.** Ik krijg altijd wel de indruk dat we een van de weinige met dit soort pakketten zijn. Dat dit wel kwaliteit is. **Kwaliteit hoogstaande producten.** Ik heb een keer een bedrijf gehad dat niet met Reaforce werkte omdat het niet handig was of goed werkte. Verder hoor ik nooit negatieve reacties over de producten dat het slecht is wat we verkopen.

**Inleven in de ander; jawel, maar je hebt soms gewoon mensen waar je minder mee hebt.** Aan diegene schenk ik minder aandacht. Bij naaste collega’s probeer ik wel zo goed mogelijk invulling te geven aan het inleven in de ander. Ik probeer andermans situatie ook goed voor te stellen.

Toegewijd wel. Ik ben er niet overdreven in. Je hoeft niet 200% te gaan, maar je moet wel voor een dikke 100% gaan. Sommige kunnen heel erg doorslaan, die leven echt voor hun werk. Dat vind ik niet goed, werk is werk. Het moet niet zo zijn dat werk je hele leven beheerst. Ik vind het niet goed dat mensen er in doorslaan, dat is niet aan mij besteed. Ik vind het wel belangrijk dat ik het leuk vind, dat ik er achter sta en hard werk. Dat ervaar ik wel zo. Ik heb geen 9-5 mentaliteit.

Betrouwbaar vind ik wel van toepassing op mezelf. Als ik ergens ook zit en mijn plekje gevonden heb, zou ik ook niet zo gauw weggaan. Ik ben wel een betrouwbaar type.

Maatschappelijk betrokken is niet erg op mij van toepassing. Geld geven aan goede doelen vind ik goed, maar in het bedrijfsleven breng ik het nog te weinig naar voren. Daar ben ik eigenlijk te laks in, ik zou het meer kunnen doen.

Innovatief ben ik redelijk makkelijk in. Het is niet dat ik niet wil, maar nieuwe ideeën draag ik niet zo snel aan. Ik neem dingen snel aan, als het al lang zo gebeurt dan ga ik daar mee akkoord. Ik kan meer met mijn ideeën naar buiten treden. Alleen wanneer ik dingen zeker weet, maar over het algemeen met nieuwe dingen dan ben ik niet erg innovatief.

Kwaliteit streef ik wel na. Als je wat doet, dan moet je het ook wel goed doen. Maar dan wel de hoofd van de bijzaken scheiden. Het is essentieel dat je netjes en goed werkt.

Inleven in de ander, toegewijd, betrouwbaar, innovatief en kwaliteit passen wel bij Reasult. **Maatschappelijk betrokken zou wel mogen, maar ik vind niet dat we daar heel veel mee doen.** Dus niet iets hard roepen als je het doet terwijl dat niet zo is, dus dan zou deze kernwaarde weg mogen. **In plaats van deze kernwaarde zou serieus toegevoegd mogen worden. Het komt op mij wel over als een professioneel, serieus bedrijf.** Daarom vind ik deze kernwaarde passend bij Reasult in plaats van maatschappelijk betrokken.

Als ik denk aan Reasult dan denk ik aan vastgoed, projectontwikkeling, mijn eigen baan, gezelligheid, je thuis voelen – je plekje hebben, leuke collega’s. **Er wordt gewerkt maar er wordt ook veel gelachen. Ik vind niet dat het strakker en zakelijker hoeft. Ik vind wel dat ze zakelijk serieus bezig zijn.** Het is niet dat je zegt het is een groot feest op kantoor maar er wordt eigenlijk maar wat gedaan. **Balans tussen zakelijk en lol is goed.** **Om je werk goed te kunnen doen moet het ook leuk en gezellig zijn op kantoor.** Als we alleen maar met werk bezig zijn, zou ik met minder plezier naar mijn werk toe gaan waardoor je het werk minder goed doet.

**Betrouwbaar, deskundig en serieus zijn zeer passend bij Reasult. Serieus dan wel in de zin als serieus ergens mee bezig zijn.** Niet dat het saai is. **Het vastgoed wereldje is ook wel vrij serieus, waar de huidige uitstraling bij past. De uitstraling straalt serieus, net, correct zijn uit**. **De uitstraling komt overeen met de behoeften van de markt, daar passen we ons goed op aan.** We zijn veel zakelijker omdat het wereldje er ook naar is.

Duurzaam past inderdaad niet bij Reasult. Innovatief daarentegen vind ik wel meevallen, voor zover ik er kijk op heb. Ik denk dat we wel innovatief zijn. **We zijn niet heel erg hip, maar ik vind het ook geen truttig bedrijf. Reasult komt op mij niet over als een saai bedrijf.** Ik vind dat niet als een woord wat er het minst bij past.

**Betrouwbaarheid en openheid naar klanten toe zijn kenmerkend voor Reasult en tevens een bedrijf dat professioneel bezig is en professioneel handelt.**

**Betrouwbaarheid en het inleven in de klant zijn bij uitstek de meest positieve punten van Reasult. Ook privé wordt er goed ingeleefd in de ander.** Er wordt serieus mee omgegaan en begrip getoond. Als er echt iets aan de aan de hand wordt het werk daarvoor stilgelegd.

Er zullen daarentegen ook best wel dingen zijn die beter kunnen, maar ik weet zo geen dingen die echt slecht gaan of beter kunnen.

Reasult is een fijn bedrijf om mee samen te werken vanwege de goede pakketten die we verkopen. **Goede pakketten die we leveren, het op een professionele manier brengen naar de klant en betrouwbaar en open zijn.** Deze eigenschappen maken het voor een bedrijf aantrekkelijk om samen te werken met Reasult.

**De cultuur van Reasult is goed, er hangt een goede, gemoedelijke sfeer. Communicatie tussen top en de werkvloer is goed. Er wordt 5 keer in het jaar een PKS gegeven plus de maandaglunch, zodat het personeel goed op de hoogte gehouden wordt.** Er wordt heel veel gecommuniceerd, dat vind ik hier keurig gaan. **Je wordt overal wel bij betrokken waar je bij betrokken zou moeten worden.**

**Waardering en beloning worden goed geuit. Tijdens de functioneringsgesprekken komt er altijd naar voren dat ze tevreden over je zijn, blij met je zijn, dat ze je waarderen.** Voor de vakantie gingen er veel mensen naar huis, er was weinig werk. Er waren minder mensen, dus er was minder werk. We hebben een paar keer geroepen: we hebben niks te doen. Nu wordt het wat minder, maar we hadden het gevoel dat mensen dachten: ze zitten daar maar lekker gezellig te doen en doen verder niks. Je werkt voor iedereen een beetje, maar iedereen denkt alleen dat je dat stukje voor diegene doet. Ik heb dit wel kunnen ventileren. Ik kreeg het gevoel dat mensen vonden dat we er alleen maar een beetje gezellig zaten te zijn.

Ik ging het functioneringsgesprek uit met een fijn gevoel. Wat ik doe, doe ik goed. Mensen zijn blij met me. **Het hoeft ook niet zo te zijn dat een baas of manager elke dag zegt hoe goed je het doet. Niet dat ze je hier niet genoeg complimentjes maken, absoluut niet hoor.** Het was meer dat mensen zeggen: we gooien het wel bij het secretariaat, die hebben toch genoeg te doen. **Ik vind het wel jammer dat er makkelijk gedacht wordt dat het secretariaat het er wel makkelijk bij kan doen. Dan heb je het gevoel dat je niet helemaal serieus genomen wordt, dat kan wel beter.** **Ik weet ook niet precies wat andere mensen doen. Maar mensen gaan er vanuit dat wij altijd tijd genoeg hebben, terwijl we ook druk zijn.**

**Het klopt wel dat we te maken hebben met eilandjes. Je hebt toch je eigen afdeling en daar werk je mee.** Er werd gezegd: mensen moeten naar een andere afdeling lopen om te kijken wat zij doen. Maar je bent hier aan het werk. **Het klopt wel dat we groepjes hebben, maar volgens mij ontkom je daar niet aan.** **Natuurlijk moet je het met het hele bedrijf doen maar het is onmogelijk om alles met het hele bedrijf te bespreken.** Ik zou niet weten hoe dit verbeterd kan worden dat de diverse afdelingen meer met elkaar betrokken zijn en een beetje weten wat iedereen doet. Persoonlijk vind ik niet dat je eilandjes hebt. Een paar gaan wel elke keer met hetzelfde groepje en komen er niet echt bij zitten. **Maar over het algemeen vind ik dat de meeste mensen in de kantine komen zitten. Iedereen kan erbij en voelt zicht welkom.**

**Ik ben tevreden over de arbeidsvoorwaarden. Ook qua verzekeringen en pensioenen vind ik dat het hier best wel heel goed is. Er is hier altijd iemand van HR die je goed informeert over de mogelijkheden.** Ik ben tevreden zoals het is, de basis is prima. Het gaat hier netjes. De gezamenlijke lunch is dan nu weggevallen, dat waren altijd leuke dingen. Maar er mag nu op bezuinigd worden, dat vind ik niet erg. **Ik weet zeker als het hier weer goed gaat, dat dit soort dingen weer terugkomen.**

**Reasult is voor mij een fijne werkgever omdat ik het werk dat ik doe leuk vind, de sfeer is goed, mijn naaste collega’s kan ik goed mee. Qua directie werkt het ook prettig, als er wat is word je serieus genomen.** Er wordt goed naar je geluisterd. Het gaat hier netjes qua directie en managers. Je kan zowel je ei kwijt als het aandragen van nieuwe ideeën. **Je wordt niet echt als personeel behandeld, jouw mening telt ook. Of ze er wat mee kunnen is een tweede, maar je wordt wel gewaardeerd.**

Ik verwacht dat we over een tijdje weer de goede kant op gaan, daar heb ik ook wel vertrouwen in. Ik verwacht dat we de moeilijke periode gaan overleven. Ik heb niet zulke hele hoge verwachtingen, zoals ik het nu heb heb ik het leuk. Ik ben niet snel op mijn werk uitgekeken. Dingen veranderen, wat het leuk genoeg maakt. Iedere verandering neemt ook weer zijn leuke dingen mee. **Wanneer er variatie blijft in het werk en ik met plezier kan blijven werken is voor mij het belangrijkst..**

**Ik denk dat men extern denkt dat wij een betrouwbaar en professioneel bedrijf zijn. Het merendeel van de klanten zal een tevreden klant zijn. We hebben een goed imago, wat bestaat uit de betrouwbaarheid, kwaliteit en professionaliteit.** Ik heb nog nooit klanten gehad die echt hebben geklaagd tegen mij, maar misschien zijn het daar ook de type mensen niet voor. Ik ben dus ook erg benieuwd wat er straks uit het onderzoek komt.

**Als men daarentegen denkt dat we een bedrijf zijn die maar wat aanrommelt, die absoluut niet betrouwbaar is, dingen niet nakomen dan zou ik dit erg vinden.** Of wanneer we omschreven worden als een stelletje lanterfanters die maar wat in elkaar geflanst hebben. Dat ze denken: die troep hoeven we niet. **Betrouwbaarheid en kwaliteit zijn essentieel.**

**Over 5 jaar zie ik Reasult als een goedlopend bedrijf.** Ik denk dat dan de ergste crisis weer voorbij. **Of we dan heel veel groter zullen zijn, dat denk ik niet. Of we qua medewerkers over 5 jaar heel groot zijn, dat denk ik ook niet.** Wel wat meer, maar niet heel veel groter. We hebben de boel goed op de rit. **Het klantenaantal is wel gestegen, met name ook een paar van die hele grote klanten waardoor we nog professioneler overkomen.** Zij dienen als goede referentie wat perspectief biedt voor meer grote klanten.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* We willen serieus opereren met goede producten. Betrouwbaar en transparant overkomen is de basis.
* We kijken verder dan alleen waar we nu staan. Inleven in de klant doen we goed, we kijken vooral naar hetgeen dat klant graag wil. Als een klant iets anders wilt dan proberen we het zoveel mogelijk aan te passen aan diens wensen. We bieden kwalitatief hoogstaande producten.
* Er worden interesses getoond, er wordt aan je gevraagd wat je ook echt leuk vindt om te doen. Dingen die je echt niet leuk vindt kun je wel aangeven. Met de naaste collega’s worden privé dingen besproken, we zijn betrokken bij elkaar. Je hebt altijd mensen waar je minder mee hebt.
* Toegewijd scoort hoog. Iedereen is super trots over hetgeen wie we zijn en wat we doen. Mensen zetten zich goed in, de 9-5 mentaliteit is niet aanwezig, dat gaat goed.
* We gaan niet laks met dingen om, dat heb ik tenminste nog nooit zo meegemaakt. Ik heb hier nog nooit boze klanten gehad, of zeurderige klanten dat afspraken niet nagekomen wordt. Dingen die beloofd worden, worden realiteit. Mensen komen hun afspraken na.
* Als bedrijf zijnde vind ik het goed om eraan mee te doen, maar ik kan me ook voorstellen dat ze het laten omdat we daar niet voor zijn. Maatschappelijk betrokken past niet overtuigend genoeg bij Reasult om als kernwaarde te hanteren. Maatschappelijk betrokken zou wel mogen, maar ik vind niet dat we daar heel veel mee doen. In plaats van deze kernwaarde zou serieus toegevoegd mogen worden. Het komt op mij wel over als een professioneel, serieus bedrijf.
* We doen allemaal ons best om wel innovatief te zijn. Reasult gaat wel echt met de tijd mee en probeert om elke keer verder te komen door te vernieuwen. Wat we nu hebben is duur. Niet iedereen hoeft dat, dus dan wordt er wel gekeken hoe de pakketten goedkoper kunnen. Inspelen op de behoefte van de markt, op die manier zijn we daar wel mee bezig.
* Er wordt gewerkt maar er wordt ook veel gelachen. Ik vind niet dat het strakker en zakelijker hoeft. Ik vind wel dat ze zakelijk serieus bezig zijn. Balans tussen zakelijk en lol is goed. Om je werk goed te kunnen doen moet het ook leuk en gezellig zijn op kantoor.
* Betrouwbaar, deskundig en serieus zijn zeer passend bij Reasult. Serieus dan wel in de zin als serieus ergens mee bezig zijn. Het vastgoed wereldje is ook wel vrij serieus, waar de huidige uitstraling bij past. De uitstraling straalt serieus, net, correct zijn uit. De uitstraling komt overeen met de behoeften van de markt, daar passen we ons goed op aan. We zijn niet heel erg hip, maar Reasult komt ook niet op mij over als een saai bedrijf.
* Betrouwbaarheid en openheid naar klanten toe zijn kenmerkend voor Reasult en tevens een bedrijf dat professioneel bezig is en professioneel handelt. Betrouwbaarheid en het inleven in de klant zijn bij uitstek de meest positieve punten van Reasult. Ook privé wordt er goed ingeleefd in de ander.
* De goede pakketten die we leveren, het op een professionele manier brengen naar de klant en betrouwbaar en open zijn. Dit zijn de eigenschappen waarom het aantrekkelijk is voor een bedrijf om met Reasult samen te werken.
* De cultuur van Reasult is goed, er hangt een goede, gemoedelijke sfeer. Communicatie tussen top en de werkvloer is goed. Er wordt 5 keer in het jaar een PKS gegeven plus de maandaglunch, zodat het personeel goed op de hoogte gehouden wordt. Je wordt overal wel bij betrokken waar je bij betrokken zou moeten worden.
* Waardering en beloning worden goed geuit. Tijdens de functioneringsgesprekken komt er altijd naar voren dat ze tevreden over je zijn, blij met je zijn, dat ze je waarderen. Het hoeft ook niet zo te zijn dat een baas of manager elke dag zegt hoe goed je het doet. Niet dat ze je hier niet genoeg complimentjes maken, absoluut niet hoor.
* Ik vind het wel jammer dat er makkelijk gedacht wordt dat het secretariaat het er wel makkelijk bij kan doen. Dan heb je het gevoel dat je niet helemaal serieus genomen wordt, dat kan wel beter. Ik weet ook niet precies wat andere mensen doen. Maar mensen gaan er vanuit dat wij altijd tijd genoeg hebben, terwijl we ook druk zijn.
* Het klopt wel dat we te maken hebben met eilandjes. Je hebt toch je eigen afdeling en daar werk je mee. Natuurlijk moet je het met het hele bedrijf doen maar het is onmogelijk om alles met het hele bedrijf te bespreken.
* Ik ben tevreden over de arbeidsvoorwaarden. Ook qua verzekeringen en pensioenen vind ik dat het hier best wel heel goed is. Er is hier altijd iemand van HR die je goed informeert over de mogelijkheden.
* Reasult is voor mij een fijne werkgever omdat ik het werk dat ik doe leuk vind, de sfeer is goed, mijn naaste collega’s kan ik goed mee. Qua directie werkt het ook prettig, als er wat is word je serieus genomen. Je wordt niet echt als personeel behandeld, jouw mening telt ook. Of ze er wat mee kunnen is een tweede, maar je wordt wel gewaardeerd.
* Ik denk dat men extern denkt dat wij een betrouwbaar en professioneel bedrijf zijn. Het merendeel van de klanten zal een tevreden klant zijn. We hebben een goed imago, wat bestaat uit de betrouwbaarheid, kwaliteit en professionaliteit. Betrouwbaarheid en kwaliteit zijn essentieel.
* Over 5 jaar zie ik Reasult als een goedlopend bedrijf. Of we dan heel veel groter zullen zijn, dat denk ik niet. Of we qua medewerkers over 5 jaar heel groot zijn, dat denk ik ook niet. Het klantenaantal is wel gestegen, met name ook een paar van die hele grote klanten waardoor we nog professioneler overkomen.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? We willen serieus opereren met goede producten. Betrouwbaar en transparant overkomen is de basis. We kijken verder dan alleen waar we nu staan.

Inleven in de ander Inleven in de klant doen we goed, we kijken vooral naar hetgeen dat klant graag wil. Als een klant iets anders wilt dan proberen we het zoveel mogelijk aan te passen aan diens wensen. We bieden kwalitatief hoogstaande producten.   
Met de naaste collega’s worden privé dingen besproken, we zijn betrokken bij elkaar. Je hebt altijd mensen waar je minder mee hebt.  
Ik weet ook niet precies wat andere mensen doen. Maar mensen gaan er vanuit dat wij altijd tijd genoeg hebben, terwijl we ook druk zijn.

Toegewijd Toegewijd scoort hoog. Iedereen is super trots over hetgeen wie we zijn en wat we doen. Mensen zetten zich goed in, de 9-5 mentaliteit is niet aanwezig, dat gaat goed.

Afspraken nakomen We gaan niet laks met dingen om, dat heb ik tenminste nog nooit zo meegemaakt. Dingen die beloofd worden, worden realiteit. Mensen komen hun afspraken na.

Maatschappelijk betrokken Maatschappelijk betrokken zou wel mogen, maar ik vind niet dat we daar heel veel mee doen. In plaats van deze kernwaarde zou serieus toegevoegd mogen worden. Het komt op mij wel over als een professioneel, serieus bedrijf.

Innovatief We doen allemaal ons best om wel innovatief te zijn. Reasult gaat wel echt met de tijd mee en probeert om elke keer verder te komen door te vernieuwen. Wat we nu hebben is duur. Niet iedereen hoeft dat, dus dan wordt er wel gekeken hoe de pakketten goedkoper kunnen. Inspelen op de behoefte van de markt, op die manier zijn we daar wel mee bezig.

Serieus Serieus dan wel in de zin als serieus ergens mee bezig zijn. Het vastgoed wereldje is ook wel vrij serieus, waar de huidige uitstraling bij past. De uitstraling straalt serieus, net, correct zijn uit. De uitstraling komt overeen met de behoeften van de markt, daar passen we ons goed op aan.

Cultuur De cultuur van Reasult is goed, er hangt een goede, gemoedelijke sfeer.

Communicatie Communicatie tussen top en de werkvloer is goed. Er wordt 5 keer in het jaar een PKS gegeven plus de maandaglunch, zodat het personeel goed op de hoogte gehouden wordt. Je wordt overal wel bij betrokken waar je bij betrokken zou moeten worden.

Betrokkenheid Er worden interesses getoond, er wordt aan je gevraagd wat je ook echt leuk vindt om te doen. Dingen die je echt niet leuk vindt kun je wel aangeven.  
Waardering en beloning worden geuit. Tijdens functioneringsgesprekken komt wederom de waardering naar voren. Je wordt niet echt als personeel behandeld, jouw mening telt ook.

Eilandjescultuur Je hebt toch je eigen afdeling en daar werk je mee. Natuurlijk moet je het met het hele bedrijf doen maar het is onmogelijk om alles met het hele bedrijf te bespreken.

Arbeidsvoorwaarden Ik ben tevreden over de arbeidsvoorwaarden. Ook qua verzekeringen en pensioenen vind ik dat het hier best wel heel goed is. Er is hier altijd iemand van HR die je goed informeert over de mogelijkheden.

Imago Ik denk dat men denkt dat wij een betrouwbaar en professioneel bedrijf zijn. We hebben een goed imago, wat bestaat uit de betrouwbaarheid, kwaliteit en professionaliteit. Betrouwbaarheid en kwaliteit zijn essentieel.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Serieuze aanpak** - Reasult opereert serieus met goede producten  
  **-** Betrouwbaar en transparant overkomen is de basis  
 - We kijken naar hetgeen dat de klant wil en bieden kwalitatief   
 hoogstaande producten  
 - Dingen die beloofd worden, worden realiteit  
 - De uitstraling straalt serieus, net, correct zijn uit.  
 - Toegewijd personeel, iedereen is trots en er is geen 9-5

mentaliteit

**Innovatief -** Reasult gaat met de tijd mee en komt verder door te  
vernieuwen

- De dure producten worden aangepast op diverse behoeftes  
 **Cultuur** - Er hangt een goede, gemoedelijke sfeer  
 - Open cultuur met goede communicatie tussen top en   
 werkvloer

- Op diverse manieren wordt het personeel op de hoogte   
 gebracht (PKS, maandaglunch)   
 **Goede werkgever** - Er wordt interesse getoond, wat je echt leuk vindt om te doen  
 - Waardering en beloning worden geuit  
 - Goede arbeidsvoorwaarden, ook qua verzekeringen en   
 pensioenen  
 - Leuke collega’s  
 - Je kunt je mening laten gelden   
 **Imago** - Ik denk dat men Reasult omschrijft als een professioneel en betrouwbaar bedrijf  
 - Het goede imago heeft als basis betrouwbaarheid, kwaliteit en professionaliteit

**- Negatief Onderling contact** - Er is een eilandjesgevoel

- Mensen weten niet voldoende van elkaar wat iedereen doet

**Maatschappelijk betrokken** – We roepen het wel, alleen doen we er niets mee

## Interview 12

Reasult – Interview, Fase 0 ruw materiaal + fase 1: selectie relevantie informatie

Ik vind het soms lastig om de visie en missie uit elkaar te halen, maar de visie zie ik dan maar iets als doorkijk naar de toekomst, waar willen we met Reasult naar toe. **Dan willen wij twee dingen vooral: een zodanige marktpositie hebben dat wij een vakman van betekenis zijn en daarnaast het beste jongetje van de klas zijn, echt goed zijn. Die twee dingen samen creëren voor ons, de aandeelhouders, de medewerkers en de klanten heel veel waarde dat we er toe doen.**

De missie is meer wat onze opdracht is, hoe we de visie gaan bereiken, hoe we daar willen komen. Dan is de weg dat wij willen groeien intern en extern met het ongelofelijk onze best doen voor klanten, het **maken van hele mooie software** nog mooier dan we nu doen **waarmee klanten met plezier werken**. Dat kunnen we alleen maar doen door **heel goed te luisteren naar onze klanten en continu open te staan voor vernieuwingen, dus we moeten heel innovatief zijn – nog meer dan we nu zijn**. **We moeten heel snel in kunnen spelen op veranderingen in de markt**. Als we dat doen, als we die missie volbrengen, worden en blijven we een heel mooi bedrijf.

Het inleven in de anders scoort naar mijn mening voldoende, maar kan nog een stuk beter. Dat zou ik tussen de 6 en de 7 willen bestempelen. Een aantal jaar geleden is mij tijdens een klanttevredenheid onderzoek opgevallen, dat de klant het beter percipieert dan ik had verwacht. Ik vind dat wij dat beter moeten doen naar buiten toe. Dat zit hem niet alleen in bepaalde harde dingen, dat denken wij wel eens. Dat bepaalde functies in de software moeten zitten. **Dat zit hem meer in de zachtere dingen als aandacht, luisteren, een keer vanuit ons initiatief bellen, pleasen, gevoel geven dat hij belangrijk is wat hij ook is.**

**Over het algemeen hebben wij een klantgerichte cultuur, maar dat kan ook beter**. Er is hier een aantal mensen die met de rug naar buiten toe staan. Als het technisch goed in elkaar zit, dan ben ik heel gelukkig. Dat zit in een aantal mensen, daar kan je niet omheen. Een automonteur kijkt nou eenmaal onder de motorkap in plaats van achter het stuur, dat is nou eenmaal zo. Dat kan je hem ook niet echt kwalijk nemen. Maar als het gaat om het totale bedrijfscultuur dan geef ik onszelf wel een ruime voldoende, maar dat kan wel beter. **Er moet hier nog beter ingespeeld worden op de wensen van de klant.**

**Het inleven in de ander in de medewerkers onderling, de persoonlijke betrokkenheid vind ik goed**. Dat geldt voor mijzelf, maar dat geldt ook voor anderen. Als mensen ziek zijn bijvoorbeeld, of er is een keer wat dan is er over het algemeen een goede mate van betrokkenheid. Dat ziet er goed uit. Het kan natuurlijk altijd beter, maar we zijn geen borrelclub en ook geen vriendenclub. **We zijn een bedrijf waar gewoon ook gepresteerd moet worden, maar in de verhouding vind ik dat er absoluut begrip is voor elkaar. We maken het elkaar niet onnodig moeilijk**. Ik durf het zelf af en toe nog wel eens om te draaien, maar dat doet niets af aan het inleven in elkaar. **We mogen af en toe wel eens wat harder zijn naar elkaar toe, we zijn soms te aardig. Dan bedoel ik zowel de manier van benadering als het nakomen van afspraken.** Als iemand zijn afspraak niet nakomt dan wordt er niet vaak gevloekt of boos geworden, dat mag af en toe best wel. **Hier mag af en toe ook wel wat scherper gesproken worden**. Dan kan je elkaar na 10 minuten wel weer een schouderklop geven, we gaan ervoor. Maar af en toe mogen mensen hier best wel eens gewezen worden op dingen die niet gelukt zijn en toch hadden moeten lukken. We moeten niet overdrijven in het aardig zijn, ik wil geen cultuur van aardig zijn. Je kan alleen medailles halen als je op zijn tijd een leuke teamspirit hebt maar er ook ruimte is om elkaar keihard de waarheid te zeggen.

Ik **denk dat wij wel toegewijd naar buiten toe zijn. Naar binnen toe in zijn algemeenheid ook wel, alleen als het gaat om responsibility dan zou dat wel wat meer mogen**. Ik zie hier niet heel veel pizzadozen op kantoor, dan heb ik het over langer doorwerken als het moet. Het is geen doel op zich, mensen mogen van mij ook 30 uur werken als het kan, maar ook af en toe 50 uur als het moet. **Daar zou voor mij wel wat meer die vechtersmentaliteit alsof het je eigen bedrijf is, in mogen zitten**. Ik zeg niet dat mensen in zijn totaliteit wat harder moeten werken, maar **meer verantwoordelijkheid** nemen. **Op het moment dat er een deadline gehaald moet worden, die niet dreigt gehaald te worden dan werk je een aantal weekenden door**. Dat heb ik in mijn leven honderden keren gedaan en daar ben ik niet echt slechter van geworden. Dus die cultuur en mentaliteit zou ik wel wat meer willen zien. Ik zie daarentegen ook geen 9-5 mentaliteit, **ik noem het maar een 9 tot 6 mentaliteit**. Mensen moeten van mij niet per se langer werken, maar als het nodig is wel. Mensen zouden, zonder dat het ze gevraagd wordt, zelf het initiatief nemen om langer te werken. Dat is ook een stuk verantwoordelijkheid die ik me moet aantrekken, want die cultuur moet ik er proberen meer in te krijgen. Dit heb ik reeds geprobeerd d.m.v. een bonussysteem met ingang van dit jaar, maar dat geldt maar voor een beperkt aantal mensen. **Mensen zouden het werk iets meer moeten zien als een eigen verantwoordelijkheid, je eigen toko**. Daar kan de toewijding beter, maar ik ben niet ontevreden.

**Ik denk dat wij meer dan gemiddeld betrouwbaar zijn, dat gevoel krijg ik en dat gevoel krijgt de klant**. **We worden gezien als een degelijke en betrouwbare club.** We zijn niet een stel flierefluiters die maar wat doen, wat wel veel voorkomt in de softwarebranche. Vervolgens hebben we daar zelf ook wel eens last van. Dat klanten denken: dat zeg je nu wel, maar we hebben met softwarebedrijven veel andere ervaringen. Ik denk dat hier een goede cultuur is, dat als je afspraken maakt dan moet je die ook nakomen. Dat ervaart de klant ook wel zo.

**Hetgeen wat we intern afspreken en nakomen scoort denk ik lager dan gekeken naar extern**. Hier geldt natuurlijk de druk van de klant en dat is ook goed. Die druk wordt altijd harder ervaren dan de druk intern, dat is ook logisch. Dat is ook de goede volgorde, andersom zou ik meer moeite mee hebben. Ik heb niet zoveel met bedrijven waar alles keurig intern georganiseerd is met alle afspraakjes, op tijd vergaderen, en waar de tijd precies wordt nagekomen. Dat hoeft niet per se. Als je een kaatser bent en je gooit 10 ballen in de lucht, dan vallen er altijd wel wat stuk op de grond, maar het gaat mij erom welke je vasthoudt. Als je vooruit wilt komen als bedrijf, dan moet je altijd drie stappen vooruit zetten en dan af en toe 1 stap achteruit. Dan ga je per saldo 1 stap vooruit. Ik heb geen moeite met die ene stap achteruit. Hetgeen wat ik wens komt goed overeen met hoe er intern uiting aan gegeven wordt.

**We moeten niet zoveel meer met het begrip maatschappelijke betrokkenheid.** We hebben het er in het begin over gehad, maatschappelijk verantwoord ondernemen, wat we dan gingen doen. Ik heb ook wel eens enquêteurs aan de deur gehad die vroegen of wij wat aan goede doelen wilden besteden als bedrijf in de regio of iets dergelijks, toen heb ik gezegd: dan moet je bij de personen individueel zijn. Ik heb persoonlijk heel veel met maatschappelijk verantwoorde dingen doen, het milieu, dingen delen met mensen die het minder hebben. **Maar wij hebben als bedrijf gewoon een zakelijk doel naar klanten, medewerkers en aandeelhouders**. Natuurlijk doen we dat met het besef dat we ons aan de regels moeten hebben enz. enz., maar voor de rest.

Ik heb het bewust maatschappelijk bewust geschrapt. **Vroeger stond er in onze kernwaarden maatschappelijk verantwoord, dit is nu verantwoord**. Maatschappelijk verantwoord is een buzz-woord geworden, ik ben maatschappelijk verantwoord bezig want ik gebruik minder papier enz. Natuurlijk zijn hier dingen die me storen, als ik kijk naar de energiehuishouding in dit pand is dat heel slecht. In eerste instantie qua kosten maar ook qua CO2-uitstoot. Als je vindt dat je als bedrijf maatschappelijk verantwoord bezig bent, dan moet je daar dringend wat aan doen. Ik vind vanuit de kosten het niet verantwoord dat we dat doen, dus daarom doen we het niet. **Verantwoord, je rekenschap geven van, je aan de regels houden, de afspraak naar de klant en medewerkers nakomen, het zijn van een goede werkgever in de zin van mensen onnodig schofferen, mensen een goede werkplek geven**. Dat is trouwens heel erg wederzijds, de medewerkers werken mee. Verantwoordelijk zijn zit in elk Reasulter, dus ook je verantwoordelijk voelen voor het bedrijf zit in elke Reasulter. Maatschappelijk verantwoordelijk vind ik ontzettend belangrijk en ik vind dat mensen zich dat veel meer zouden moeten aantrekken. **Maar omdat in de kernwaarden te noteren heb ik het bijvoeglijk naamwoord maatschappelijk geschrapt.**

Ik had verwacht dat de score wel iets hoger zou zijn wat betreft innovatie, dus in die zin kijk ik wel een beetje op van hoe het zou moeten zijn en hoe het daadwerkelijk is. Ik ben ook heel benieuwd naar wat klanten daarvan vinden, daar gaat het uiteindelijk om. Er gebeurt zoveel op het gebied van innovaite, dus ik kan me in dat cijfer wel een beetje vinden. **Ik vind dat wij veel te traag inspelen op nieuwe dingen**, het gaat wel wat beter dan het ging. Soms lijkt het naarmate we groter worden, het steeds lastiger wordt om innovatief te zijn. Blijkbaar moet je heel klein zijn, we zijn een klein bedrijf maar blijkbaar moet je nog veel kleiner zijn, om innovatief te zijn. Toen we begonnen met Reasult met een paar mensen waren we maximaal innovatief, we hadden niks en we moesten alles creëren. Het lijkt alsof naarmate we meer hebben we meer bezig zijn met het in stand houden van wat we hebben, dat is ook logisch dat moet ook. Maar de energie en de ruimte, de speelruimte om daar nog nieuwe dingen bij te doen wordt steeds kleiner. Dat is een grote zorg van mij om hetgeen continu in beweging te houden. Dat is iets waar elk bedrijf mee worstelt. Het is niet voor niets dat grote bedrijven als Microsoft, Oracle, Apple kleine bedrijven overnemen om innovatief te blijven. Dat gevoel bekruipt mij al bij een bedrijf van 50 mensen om innovatief te zijn moet je blijkbaar buiten Reasult iets gaan doen en het dan naar binnen halen.

**Het begrip innovatief krijgt momenteel veel aandacht, alleen we slager en onvoldoende in om het ten uitvoer te brengen.** Als ik alleen al naar mijn eigen agenda kijk en die van het managementteam, productboard, noem maar op, dan zijn we heel veel met nieuwe dingen bezig. **Alleen de doorlooptijd om het ook te realiseren, want innovatief zijn is niet alleen het bedenken in het laboratorium maar hetgeen wat de klant / de gebruiker ervaart.** Dan pas ben je innovatief. Die weg lijkt heel erg lang, dus daar kan ik me in het cijfer van een 5,9 een beetje vinden. Daar schaam ik me bijna voor, dat we het zelf niet veel hoger dan die 5,9 ervaren – ook door mezelf niet veel hoger, dus daar moeten we echt wel wat aan doen. Ik ben heel benieuwd wat de klant ervan vindt, als die het een 8 geeft. Die ervaart het. We moeten ook niet innovatiever zijn dan klanten van ons verwachten, want innovatief zijn kost ook heel veel geld. Dus als de klant het oké vindt, maargoed **je moet het ook zijn om nieuwe markten te kunnen aanboren. Daar hebben we wel een weg te gaan.** We kunnen wel heel innovatief worden, maar misschien moeten daar wel forse maatregelen genomen worden die ik nu even niet direct voor ogen heb.

Mijn voorganger zei; innovatie moet je managen. Doelen stellen, plannen, procesmanagen. Mijn adagium is dat je innovatie moet de-managenen: teugels los, het creatieve in de mens naar boven te halen, mensen de ruimte te geven om dat te kunnen doen. Dat moeten bepaalde mensen, dan kijken wat daaruit komt. Mensen meer in spijkerbroek en blote voeten laten nadenken over wat willen onze klanten nou echt? In plaats van oje, ik moet weer die deadline halen om hetgeen wat we hebben in stand te houden. Dat is een voortdurende strijd en ik hoop dat we daarin gaan slagen om dat te verbeteren.

Kwaliteit is ongelofelijk belangrijk en het is goed dat we daar intern niet een 10 aan geven. Ik vraag me even af naar wat mensen voor ogen hadden bij het begrip kwaliteit toen ze deze vraag invulden. Kijken ze naar de functionaliteit / kwaliteit van onze software: doet het wat je verwacht wat je moet doen en is het betrouwbaar qua uitkomst en dat soort dingen. Maar je kan het ook heel breed bekijken qua klantvriendelijkheid, hoe worden de cursussen gegeven, hoe is de helpdesk, ziet ons documentatiemateriaal er goed uit, worden wij als prettig ervaren in de omgang en dat soort zaken, wordt de telefoon keurig opgenomen. Ik nijg naar het tweede begrip**. Ik vind die over het algemeen goed. Ook de uitstraling, als mensen hier komen op bezoek.** Ik zit natuurlijk nog bij een aantal andere softwarebedrijven, ik kom bij andere bedrijven over de vloer. Ik maak niet voor niets de metafoor met de Audi, **ik wil graag als Reasult de Audi zijn.** Niet de maserati maar ook niet de toyota. **Ik wil graag een hogere prijs kunnen vragen aan klanten met een goede kwaliteit en met een goed kwaliteitsimago.** Ik denk puur fysiek is de toyota minsten zo goed als de audi, maar de kwaliteit en het imago van de audi en alles daaromheen inclusief het bonbonnetje bij de koffie is veel hoger. Daarom kan audi ook 30% duurder zijn en daarom wil ik Reasult daar graag mee vergelijken. Ik zal ons een ruim voldoende geven dan, maar er zijn nog wel punten die beter kunnen.

Sowieso vinden klanten ons duur, alhoewel wij daar wel maatregelen genomen hebben om daar anders mee om te gaan. **Ten opzichte van de concurrent vinden ze ons duur, ten opzichte van de budgetten vinden ze ons duur, dat imago hebben we**. **Eigenlijk wil ik daar ook niet vanaf, want audi is ook duur. Waar ik naartoe wil: is dat we de Audi a1 t/m de Audi a8 hebben. Iemand die goede kwaliteit wilt met een kleinere portemonnee kan ook bij Audi terecht.** Vroeger niet, 20 jaar geleden kon je alleen voor duurdere auto’s terecht, maar zij hebben ervoor gezorgd dat mensen met een kleiner budget vanaf 19.000, wat nog een hoop geld is, een nieuwe auto kunnen kopen. Dat is precies zoals ik het zou willen. Ik zou absoluut niet van het dure imago afwillen. **Men mag ons best als duur ervaren, mits de prijs-kwaliteitverhouding ook maar goed is.** Wij moeten daar wel steeds creatiever mee omgaan. We kunnen niet met hand en tand verdedigen dat we duur zijn en terecht. **We moeten af en toe ook flexibel kunnen zijn en de concurrentiestrijd is groot, groter dan ooit, budgetten zijn kleiner dus wij moeten ook in staat zijn om tegen lagere budgetten goede kwaliteit te kunnen bieden** maar dan misschien toch maar de Audi a1, zodat ze kunnen groeien naar de a3 of a4; **prijsdiversificatie**. Iets wat we nadrukkelijk in gang gezet hebben het laatste half jaar, in allerlei vormen. Dat is ook een proces. We hebben daar belangrijke stappen gezet, **maar ik word altijd heel blij als klanten ons duur vinden.**

Reasult is een mooi bedrijf met een mooie positie die heel veel kansen en mogelijkheden biedt. Dat zegt waarschijnlijk net zoveel over mij als over Reasult om dat verder uit te bouwen. Als ik een smiley zou moeten kiezen, is dat een lachend poppetje. Mooi om klant bij te zijn, mooi om je voor te interesseren, mooi om verantwoordelijkheid voor te nemen. Positief beeld, met heel veel kansen. Er is wel eens een tijd geweest, geloof vorig jaar nog, dat mensen daar wat anders over dachten maar ik zie het absoluut positief in. We moeten er wel voor knokken, maar we kunnen veel medailles behalen. Ik zit heel gemotiveerd als captain in het Olympisch team dat Reasult heet. Er zijn heel veel medaillekansen met heel veel goede mensen, leuk parcour om te lopen ook. Ook concurrenten, dus af en toe zullen we geen goud halen en af en toe zelfs geen zilver, maar we kunnen heel veel medailles halen.

**Betrouwbaar deskundig en serieus past wel een beetje bij Reasult alhoewel dat wel heel degelijk is.** Dat imago had vroeger de katholieke kerk, nu niet meer. Ik had liever een iets ander beeld gehad, zoiets als **creatief, uitdagend, serieus en kwaliteit**. Maar het is leuk om te horen. Ik zie Reasult nu te weinig als creatief en uitdagend, maar deze drie woorden zijn niet de eersten die in mij opkomen, uitdagend zeker wel. Dat zou eerder in mij op komen dan de andere drie. Betrouwbaar, deskundig en serieus is een fantastisch imago voor een softwarebedrijf die financiële software levert is dat natuurlijk super belangrijk, geen misverstand. Het is ook wel heel degelijk.

Het mannetje met de stropdag met het keurig geknipte haar heb ik inmiddels een beetje afgezworen, alleen moet de boord echt los en moet er creatief nagedacht en gewerkt worden. Het imago mag en dat zie ik een klein beetje verschuiven, wat heel langzaam gaat, **het mag wat creatiever** worden. Iets meer IBM Microsoft, Google, Apple, de vier bedrijven die heel groot zijn in de IT en allemaal een imago hebben. IBM is heel erg degelijk, Google is een beetje en losgeslagen bende en de andere twee zitten er tussenin. Ik denk dat we nog naar onder moeten zakken met de creativiteit. Niet naar buiten toe, maar naar binnen. We moeten hier af en toe wat minder degelijk zijn. Daar bedoel ik niet mee dat onze producten minder degelijk moeten zijn, maar **we moeten creatiever zijn in het bedenken van oplossingen, nieuwe producten en wat leuk is.** Meer creativiteit en wat meer losser.

Duurzaam kan ik mij voorstellen als minst passend bij Reasult. Modieus, daar kan ik me ook wel iets bij voorstellen. Ik weet ook niet of we dat wel moeten zijn. We zitten niet in de consumer elektronica, ik denk dat we daar een beetje mee op moeten passen. Dat woord kan ik wel mee leven dat dat niet van toepassing is. Dat sluit niet helemaal aan bij de software, we leveren geen consumer dingen. Wat ik wel heel interessant vind om te horen is dat men innovatief als minst passend omschrijft uit de keuzemogelijkheden. Dat betekent dat daar wel een weg te gaan is. Als mensen dat intern niet ervaren, alhoewel ik weet dat er een aantal mensen het helemaal niet zo belangrijk vinden dat innovatieve, die zijn er ook. Maar ik vind wel dat we als bedrijf innovatief moeten zijn en dat begint dan bij dat de mensen dat ook zijn. Als dat niet zo ervaren wordt.. dat is voor mij een interessante uitkomst, waar ik wel wat mee kan of wil.

**Ik denk dat klanten ons vooral toch wel zien dat wij redelijk unieke, mooie en degelijke software maken**. Ik ben nog niet tevreden, maar in het land der blinden is eenoog koning. **In de niche waarin wij opereren, waar wij 11 jaar geleden mee zijn begonnen want toen was er niks, hebben wij gewoon mooie software**. Dat is een reden dat de klant ons ziet zitten.

**Reasult is een prettige werkgever omdat ik ervan overtuigd ben dat we goed betalen, we bieden goede arbeidsvoorwaarden. Ik denk dat we een keurige werkgever zijn, af en toe iets te keurig. Er kan namelijk heel veel hier, we zijn soepel en flexibel**. Dat kleeft meer aan mij dan aan mijn voorganger. Het gaat bij mij om maar twee dingen: een tevreden klant en tevreden medewerkers. Het zit wel heel erg in mijn genen dat mensen het ook prettig vinden om hier te werken. Dan moet de liefde wel van twee kanten komen, want op het moment dat ik merk dat het meer geven is dan nemen vanuit de werkgever dan.. je hebt een partnership, ik kan dan wel de werkgever zijn maar ik heb ook mijn taken binnen het bedrijf en ik ga ervoor, wat ik ook van anderen verwacht. Als ik zie dat mensen alleen hun hand uitsteken om te halen en niet een andere hand uitsteken om te brengen, dan is mijn liefde voor de werknemer snel over. Als dat niet het geval is, dat weet ik van mezelf en dat is ook de cultuur van dit bedrijf, dan kan hier wel heel veel. **Als het moet zijn we heel flexibel, kan er veel geregeld worden, als ik de directeur ben kunnen we snel iets regelen, ik zeg lang niet overal ja op maar er valt heel veel te bespreken en te bepraten.** We hebben geen starre cultuur van ojee allemaal regeltjes en dit of dat kan niet. Een vrij open cultuur. Een aantal regels zijn ook afgeschaft en een heleboel dingen zijn bespreekbaar. **Je krijgt heel veel ruimte om er wat van te maken**. Als je die ruimte niet benut ga je het niet heel makkelijk krijgen, maar je krijgt heel veel ruimte. Het hangt een beetje van het type mens af of die dit een leuk bedrijf zou vinden. Als je een type bent die heel veel structuur prettig vindt en hele strakke aansturing die gaat het een lastig bedrijf vindt. Maar mensen die goed zijn, een bepaalde ervaring hebben en verantwoordelijkheid kunnen nemen die zullen dit bedrijf als prettig ervaren omdat ze dit ook krijgen en er is veel bespreekbaar.

Deze cultuur vind ik zeker werkend. Het enige waar ik nog meer aan wil werken is nog wat meer responsibility bij de mensen. Ik zou nog meer van de mensen willen verwachten. Oké dat is jouw idee, en het maakt me niet uit of je daar 30, 40, 50, 60 uur voor nodig hebt. Het is jouw ding. Als het heel goed gaat krijg je daar ook een financiële beloning voor en als het slecht gaat dan vind ik dat dat ook een beetje pijn moet doen. Maar in die zin vind ik dat de charme van een klein bedrijf, waarin je dat goed kan doen, daar kun je mensen verantwoordelijk maken voor hun ding. Ik wil er geen Amerikaans bedrijf van maken. Het was tot kort geleden teveel van of het nou goed of slecht gaat, mwoah, ik heb een salaris en ik word niet veel lastig gevallen. Het komt wel goed. Ik word niet al teveel op mijn huid gezeten. Dat gaat veranderen, dat betekent ook dat je soms sneller afscheid gaat nemen van mensen, dat hoort er ook bij. **De cultuur wordt iets ondernemender, ook voor de mensen**. Ik geloof niet in de cultuur van ik ben werknemer, ik heb bepaalde dingen goed voor elkaar en als ik het niet red dan heb ik geen idee. Dat is wel een beetje de cultuur geworden de laatste 20-30 jaar in Nederland, maar daar heb ik helemaal niks mee. **Ik vind dat we dus wat meer verantwoordelijkheid kunnen dragen.**

Ik heb een tijdje terug inderdaad een eilandjescultuur vastgesteld en ik heb een aantal maatregelen ingesteld om dat te veranderen want dit is inderdaad een risico. Het heeft wel veel aandacht van mij, want dat moet gaan veranderen. **We hebben 4 productmanagers, dat zijn allemaal mannetjes die verdedigen hun fort en die gaan meer vanuit de totale productsuite moeten denken**. Dat is een opdracht die ik heb meegegeven en ik denk dat dat ook wel geland is, hoop ik. Als je dezelfde vraag over een half jaar weer zou stellen, denk ik dat het antwoord beter zou zijn. Ik ga het in ieder geval afdwingen dat daar iets aan gaat gebeuren. Als dat niet lukt, vergt dat een andere organisatie. Als mensen niet van nature gaan samenwerken om er samen een mooi bedrijf van te maken met de productgroepen geïntegreerd. Als ze dat zelfstandig niet lukt als ze daar de ruimte c.q. de druk moeten voelen om dat ook te doen, dan zou ik dat anders moeten organiseren zodat dat meer wordt afgedwongen. Misschien moet ik de productmanagers wel afschaffen en er één maken die voor de hele productgroep verantwoordelijk is. Dan heb je modulemanagers. Om die reden is er ook op de planning dat we de productnamen gaan afschaffen. **De totale productsuite presenteren we ook steeds vaker aan klanten.** Er is een productboard die bedoeld is om dingen uit te wisselen, ondertussen zijn het ook mannetjes. Ze worden niet afgerekend op hun eigen productgroep, ze worden afgerekend op het totaal wat betreft bonussen. Dat zijn dingen die mensen prikkelen om naar het geheel te kijken. Maar het zijn mannetjes en die willen graag of verdedigen of aanvallen. Als ze op een fort zitten, gaan ze die verdedigen. Dan gaan ze niet naar het andere fort toe om te kijken hoe te fuseren of samen te werken. Dat is een natuurlijke houding en is een continue punt van aandacht. Gaat dat niet lukken dan moet daar wat veranderen.

Ik hoor vaker dat mensen dubbel met dingen bezig zijn zonder het van elkaar te weten. Het is ook niet helemaal te verkomen, het gebeurt af en toe. De klassieke oplossing is: we moeten meer coördineren, maar vervolgens ben je driekwart van je tijd aan het coördineren. Af en toe heb ik dan liever dat mensen het dubbel doen, dan gebeurt het tenminste dan dat ze zo lang gaan afstemmen met elkaar dat er helemaal niks gebeurt. Kortom, ik schrik niet per definitie dat er dingen dubbel gebeuren. Ik schrik wel dat er zoveel gecoördineerd moet worden dat alles van elkaar afhankelijk is. Dat is altijd een afweging die je moet maken.

**Reasult is een uniek bedrijf voor mensen die hier werken omdat het een leuk bedrijf is , flexibel, leuke klanten, leuke software, goede arbeidsvoorwaarden, ruimte.** Mensen die dat ook prettig vinden, die ruimte, kinderen thuis kan ik iets korter werken dan fulltime. Bij sommige bedrijven is het vanzelfsprekend dat je kinderen combineert met je werk, maar bij een heleboel bedrijven kan dat niet. Hier is dat bespreekbaar, je kunt korter werken, thuiswerken is bespreekbaar, al dat soort dingen. **Dat maakt Reasult een prettig bedrijf die je goed met alle andere privé dingen kunt combineren.** Je moet wel bereid zijn om hard te werken, je moet niet een 9-5 mentaliteit hebben want dan ga je het hier niet trekken.

Ik denk dat wij een 7 krijgen, ietsjes meer. **Inderdaad een combinatie van duur maar wel kwalitatief goed.** Nogmaals in het land der blinden is eenoog koning. Ik denk dat ik wat ontevredener ben dan de klanten. Er zijn namelijk heel veel klanten die komen nooit hun afspraken na, dus dan doen wij het heel erg goed. **Prettig in de omgang denk ik ook**, geen gladde jongens die een fantastisch mooi verhaal hebben maar waar je niks aan hebt. **Kennis van zaken, begrijpen wat de klant wilt**, dat is het gemiddelde beeld, denk ik. **Maar het beeld is ook dat wij ingewikkelde software maken. We doen het goed, het is onder de motorkap goed en moeilijk, maar achter het stuur is het soms ook moeilijk om ermee te rijden**. Dit moet veranderen. Daar zijn diverse dingen voor in gang gezet. **Het moet prettiger worden om mee te werken**. Denk aan een auto. Ik koop nooit een auto door eerst onder de motorkap te kijken, die moet af en toe omhoog om iets aan te vullen, olie te verversen. Dat komt omdat ze dat niet aan de buitenkant hebben gemaakt, anders had ik die helemaal niet opengemaakt. Om goed auto te kunnen rijden hoef ik de motor niet te kennen, hoef ik de technieken niet te weten. Ik vind het heerlijk om een mooi dashboard te hebben, dat die lekker stuurt en zit, met mooi overzicht, uitgerust thuiskomen. Dat vind ik belangrijk in een auto en dat moet een gebruiker ook meer bij onze software gaan ervaren. **Meer een I-pad of een Apple gevoel overbrengen.** Steve Jobs heeft nooit geroepen hoe mooi het onder de motorkap is maar hij heeft altijd gezegd; ‘thousand songs in a pocket’, hoe een foto bewerkbaar is met je vingers. Dat moeten wij meer toevoegen, het moet een lust zijn om mee te werken. Daar hebben wij nog een weg te gaan, daar zal de klant kritisch zijn op dat punt.

Het is nog ingewikkeld, maar wij zijn nog onvoldoende in staat om dat allemaal onder de motorkap te duwen. Dat zou meer moeten.

**Ik zou heel tevreden zijn als we over 5 jaar niet minder creatief zijn dan dat we nu zijn.** Want die neiging bestaat altijd als je groter wordt. **We zullen 2 tot 3 keer zo groot zijn, vooral qua klanten en omzet en ietsje minder qua medewerkers maar voor een gedeelte gaat dat samen**. **We zullen 1 of twee vestigingen hebben in het buitenland.** We kunnen ook 4 keer zo groot zijn, maar dan hebben we een overname gedaan van een ander bedrijf, zou ook nog kunnen. Dat is niet zeker wat ik nu zeg, maar dat is mijn verwachting. Maar tegen die tijd zullen er ook weer hele andere mensen werken. **We zullen een verjonging krijgen van het medewerkersbestand, wat een bewuste keuze is vanwege creativiteit, flexibiliteit enz**. Er wordt gefocust op meer twintigers in huis, dat is niet altijd denkbaar omdat je soms ook mensen nodig hebt met ervaring. Er wordt nu bij werving heel nadrukkelijk naar leeftijd gekeken. Als je niets doet gaat de gemiddelde leeftijd elk jaar omhoog, het gemiddelde mag wel iets naar beneden. Bij Google is de gemiddelde leeftijd 26 en bij IBM 42, bij ons zal het ook daar zitten ongeveer. De vraag is natuurlijk ook heel nadrukkelijk, maar dat is ook helemaal niet belangrijk, of ik over een aantal jaar nog de goede vent ben om dit bedrijf te trekken. Op een gegeven moment heb je jonge gasten nodig met een frisse kijk op de wereld. Ik probeer dat wel te onderhouden bij mezelf, maar op een gegeven moment moet er ook weer wat jonger bloed stromen. Dat geldt voor een heleboel mensen. **Continu jonger bloed erin houden dat gaat wel gebeuren.**

Het is niet zeker of het allemaal positief blijft, afhankelijk van de markt, concurrenten, technologieën – hoe we ze benutten, ik kijk er positief tegenaan maar we moeten er wel heel hard voor knokken. **Daarom hebben we ook responsible mensen nodig die heel hard ervoor willen knokken in plaats van degenen die aan de zijlijn kijken hoe en paar mensen de medaille halen.** Dat is een cultuurverandering die we nog wat meer moeten doorgroeien.

Reasult – Interview, Fase 2: Opsplitsen in fragmenten

* We willen een zodanige marktpositie hebben dat wij een vakman van betekenis zijn en daarnaast het beste jongetje van de klas zijn, echt goed zijn. Die twee dingen samen creëren voor ons, de aandeelhouders, de medewerkers en de klanten creëert dat heel veel waarde dat we er toe doen.
* We maken van hele mooie software nog mooier dan we nu doen waarmee klanten met plezier werken. Dat kunnen we alleen maar doen door heel goed te luisteren naar onze klanten en continu openstaan voor vernieuwingen, dus we moeten heel innovatief zijn – nog meer dan we nu zijn. We moeten heel snel in kunnen spelen op veranderingen in de markt.
* We moeten ons beter inleven in de klant. Dat zit hem meer in de zachtere dingen als aandacht, luisteren, een keer vanuit ons initiatief bellen, pleasen, gevoel geven dat hij belangrijk is wat hij ook is.
* Over het algemeen hebben wij een klantgerichte cultuur, maar dat kan ook beter. Er moet hier nog beter ingespeeld worden op de wensen van de klant.
* Het inleven in de ander in de medewerkers onderling, de persoonlijke betrokkenheid vind ik goed. We zijn een bedrijf waar gewoon ook gepresteerd moet worden, maar in de verhouding vind ik dat er absoluut begrip is voor elkaar. We maken het elkaar niet onnodig moeilijk.
* We mogen af en toe wel eens wat harder zijn naar elkaar toe, we zijn soms te aardig. Dan bedoel ik zowel de manier van benadering als het nakomen van afspraken. Hier mag af en toe ook wel wat scherper gesproken worden.
* Ik denk dat wij wel als een toegewijd naar buiten toe wel zijn. Naar binnen toe in zijn algemeenheid ook wel, alleen als het gaat om responsibility dan zou dat wel wat meer mogen. Daar zou voor mij wel wat meer die vechtersmentaliteit alsof het je eigen bedrijf is, in mogen zitten. Mensen zouden het werk iets meer moeten zien als een eigen verantwoordelijkheid, je eigen toko.
* Ik denk dat wij meer dan gemiddeld betrouwbaar zijn, dat gevoel krijg ik en dat gevoel krijgt de klant. We worden gezien als een degelijk en betrouwbare club.
* Hetgeen wat we intern afspreken en nakomen scoort denk ik lager dan gekeken naar extern.
* We moeten niet zoveel meer met het begrip maatschappelijke betrokkenheid. Wij hebben als bedrijf gewoon een zakelijk doel naar klanten, medewerkers en aandeelhouders. Om het in de kernwaarden te noteren heb ik het bijvoeglijk naamwoord maatschappelijk geschrapt.
* Vroeger stond er in onze kernwaarden maatschappelijk verantwoord, dit is nu verantwoord. Verantwoord, je rekenschap geven van, je aan de regels houden, de afspraak naar de klant en medewerkers nakomen, het zijn van een goede werkgever in de zin van mensen onnodig schofferen, mensen een goede werkplek geven.
* Ik vind dat wij veel te traag inspelen op nieuwe dingen.
* Het begrip innovatief krijgt momenteel veel aandacht, alleen we slager en onvoldoende in om het ten uitvoer te brengen. De doorlooptijd om het ook te realiseren is lang, want innovatief zijn is het niet alleen het bedenken in het laboratorium maar hetgeen wat de klant / de gebruiker ervaart.
* je moet ook innovatief zijn om nieuwe markten te kunnen aanboren. Daar hebben we wel een weg te gaan.
* De kwaliteit vind ik over het algemeen goed. Ook de uitstraling, als mensen hier komen op bezoek.
* Ik wil graag als Reasult de Audi zijn. Ik wil graag een hogere prijs kunnen vragen aan klanten met een goede kwaliteit en met een goed kwaliteitsimago.
* Ten opzichte van de concurrent vinden ze ons duur, ten opzichte van de budgetten vinden ze ons duur, dat imago hebben we. Eigenlijk wil ik daar ook niet vanaf, want audi is ook duur. Waar ik naartoe wil: is dat we de Audi a1 t/m de Audi a8 hebben. Iemand die goede kwaliteit heeft met een kleinere portemonnee kan ook bij Audi terecht.
* Men mag ons best als duur ervaren, mits de prijs-kwaliteitverhouding ook maar goed is. We moeten af en toe ook flexibel kunnen zijn en de concurrentiestrijd is groot, groter dan ooit, budgetten zijn kleiner dus wij moeten ook in staat zijn om tegen lagere budgetten goede kwaliteit kunnen bieden
* Betrouwbaar deskundig en serieus past wel een beetje bij Reasult alhoewel dat wel heel degelijk is. Ik streef liever naar een beeld met de woorden creatief, uitdagend, serieus en kwaliteit.
* We moeten creatiever zijn in het bedenken van oplossingen, nieuwe producten en wat leuk is.
* Ik denk dat klanten ons vooral toch wel zien dat wij redelijk unieke, mooie en degelijke software maken. In de niche waarin wij opereren, waar wij 11 jaar geleden mee zijn begonnen want toen was er niks, hebben wij gewoon mooie software.
* Reasult is een prettige werkgever omdat ik ervan overtuigd ben dat we goed betalen, we bieden goede arbeidsvoorwaarden. Ik denk dat we een keurige werkgever zijn, af en toe iets te keurig. Er kan namelijk heel veel hier, we zijn soepel en flexibel.
* Als het moet zijn we heel flexibel, kan er veel geregeld worden, als ik de directeur ben kunnen we snel iets regelen, ik zeg lang niet overal ja op maar er valt heel veel te bespreken en te bepraten. Je krijgt heel veel ruimte om er wat van te maken.
* De cultuur wordt iets ondernemender, ook voor de mensen.
* Ik vind dat we dus wat meer verantwoordelijkheid kunnen dragen.
* We hebben 4 productmanagers, dat zijn allemaal mannetjes die verdedigen hun fort en die gaan meer vanuit de totale productsuite moeten denken. De totale productsuite presenteren we ook steeds vaker aan klanten.
* Reasult is een uniek bedrijf voor mensen die hier werken omdat het een leuk bedrijf is , flexibel, leuke klanten, leuke software, goede arbeidsvoorwaarden, ruimte. Dat maakt Reasult een prettig bedrijf die je goed met alle andere privé dingen kunt combineren.
* Wij worden gezien als een combinatie van duur maar wel kwalitatief goed. Prettig in de omgang denk ik ook, Kennis van zaken, begrijpen wat de klant wilt, dat is het gemiddelde beeld, denk ik.
* Maar het beeld is ook dat wij ingewikkelde software maken. We doen het goed, het is onder de motorkap goed en moeilijk, maar dat het achter het stuur soms ook moeilijk is om ermee te rijden. Het moet prettiger worden om mee te werken. Meer een I-pad of een Apple gevoel overbrengen.

Reasult – Interview, fase 3: Labelen

Wat doet Reasult? We maken hele mooie software waarmee klanten met plezier werken. Dat kunnen we alleen maar doen door heel goed te luisteren naar onze klanten en continu open te staan voor vernieuwingen. Daarvoor moeten we heel innovatief zijn – nog meer dan we nu zijn. We moeten heel snel in kunnen spelen op veranderingen in de markt.

Inlevingsvermogen We moeten ons beter inleven in de klant. Dat zit hem meer in de zachtere dingen als aandacht, luisteren, een keer vanuit ons initiatief bellen, pleasen, gevoel geven dat hij belangrijk is wat hij ook is.  
Inleven in de medewerker, de persoonlijke betrokkenheid is goed. We maken het elkaar niet onnodig moeilijk.

Harder zijn We mogen af en toe wel eens wat harder zijn naar elkaar toe, we zijn soms te aardig. Dan bedoel ik zowel de manier van benadering als het nakomen van afspraken.

Verantwoordelijkheid Intern zou voor mij wel wat meer die vechtersmentaliteit alsof het je eigen bedrijf is, in mogen zitten.

Betrouwbaar Ik denk dat wij meer dan gemiddeld betrouwbaar zijn. We worden gezien als een degelijke en betrouwbare club.   
Hetgeen wat we intern afspreken en nakomen scoort denk ik lager dan extern.

Verantwoord Je rekenschap geven aan, je aan de regels houden, afspraken nakomen, het zijn van een goede werkgever, mensen een goede werkplek geven.

Innovatief Ik vind dat wij veel te traag inspelen op nieuwe dingen. Het begrip krijgt wel veel aandacht, alleen slagen we er onvoldoende in om het ten uitvoer te brengen. Daarnaast moet je innovatief zijn om nieuwe markten aan te kunnen boren, daar hebben we wel een weg te gaan.

Kwaliteit De kwaliteit vind ik over het algemeen goed. Ook de uitstraling die mensen meekrijgen al ze hier op bezoek komen.

Audi Ik wil graag de Audi zijn, een hogere prijs kunnen vragen met een goede kwaliteit en een goed kwaliteitsimago.

Duur Ten opzichte van de concurrent vinden ze ons duur, ten opzichte van de budgetten vinden ze ons duur, dat imago hebben we. Eigenlijk wil ik daar ook niet vanaf, want Audi is ook duur. Waar ik naartoe wil: is dat we de Audi a1 t/m de Audi a8 hebben. Iemand die goede kwaliteit heeft met een kleinere portemonnee kan ook bij Audi terecht.

Flexibiliteit We moeten af en toe ook flexibel kunnen zijn en de concurrentiestrijd is groot en budgetten zijn kleiner. Dus wij moeten ook in staat zijn om tegen lagere budgetten goede kwaliteit kunnen bieden .

Creativiteit We moeten creatiever zijn in het bedenken van oplossingen, nieuwe producten en wat leuk is.

Mooie software Ik denk dat klanten ons vooral toch wel zien dat wij redelijk unieke, mooie en degelijke software maken.

Goede werkgever Reasult is een prettige werkgever omdat ik ervan overtuigd ben dat we goed betalen, we bieden goede arbeidsvoorwaarden. Ik denk dat we een keurige werkgever zijn, af en toe iets te keurig. Er kan namelijk heel veel hier, we zijn soepel en flexibel.   
Reasult is een leuk bedrijf , flexibel, leuke klanten, leuke software, goede arbeidsvoorwaarden, ruimte. Dat maakt Reasult een prettig bedrijf die je goed met alle andere privé dingen kunt combineren.

Totale productsuite We hebben 4 productmanagers, dat zijn allemaal mannetjes die verdedigen hun fort en die gaan meer vanuit de totale productsuite moeten denken. De totale productsuite presenteren we ook steeds vaker aan klanten.

Imago Wij worden gezien als een combinatie van duur maar wel kwalitatief goed. Prettig in de omgang denk ik ook, Kennis van zaken, begrijpen wat de klant wilt, dat is het gemiddelde beeld, denk ik.

Gebruiksgemak Wij maken vrij ingewikkelde software. We doen het goed, het is onder de motorkap goed en moeilijk, maar achter het stuur is het soms ook moeilijk om ermee te rijden. Het moet prettiger worden om mee te werken. We moeten meer een I-pad of een Apple gevoel overbrengen.

Reasult – Interview, Fase 4: Ordenen en reduceren van labels / opstellen van model

**+ Positief Betrouwbaar** - We zijn meer dan gemiddeld betrouwbaar.   
 - We worden gezien als een degelijke en betrouwbare club

**Kwaliteit -** De kwaliteit is over het algemeen goed. Ook de uitstraling  
 die mensen meekrijgen als ze hier komen, past bij de hoge  
 kwaliteit  
 - Ik denk dat de klant ons vooral toch wel zien dat wij redelijk  
 unieke, mooie en degelijke software maken.   
 - We hebben kennis van zaken.

**Inlevingsvermogen -** De persoonlijke betrokkenheid is goed, men leeft zich goed in   
 elkaar in.

**Goede werkgever -** Reasult betaalt goed, we bieden goede arbeidsvoorwaarden  
 - Er kan veel binnen Reasult, we zijn soepel en flexibel  
 - Reasult is een leuk bedrijf, met leuke software en leuke   
 klanten

- Binnen Reasult krijg je veel ruimte.  
 - Reasult is een prettig bedrijf die je goed met allerlei privé  
 dingen kunt combineren

**- Negatief Inlevingsvermogen** - We moeten ons beter inleven in de klant, we moeten de klant  
 meer pleasen. Het gevoel geven dat hij belangrijk is, wat hij ook  
 is.   
 **Harder zijn** - Men mag harder zijn naar elkaar toe, we zijn soms te aardig  
 - De benadering mag harder en daarnaast kan er meer gewezen   
 worden op het al dan niet nakomen van afspraken.

**-** De vechtersmentaliteit alsof het je eigen bedrijf is, mag meer   
 aanwezig zijn.

**Betrouwbaar** - Hetgeen we intern afspreken en nakomen scoort denk ik lager  
 dan extern.   
 **Innovatief -** We spelen te traag in op nieuwe dingen.   
 - Het begrip krijg voldoende aandacht, alleen slagen we er   
 onvoldoende in om het ten uitvoer te brengen.   
 - Innovatie op het gebied van nieuwe markten aanboren, daar   
 hebben we nog wel een weg te gaan.   
 **Duur**  - Ten opzichte van de concurrent en budgetten vindt men ons  
 duur. Audi is duur, dus eigenlijk wil ik niet van dat imago af.  
 - Waar ik naartoe wil, is dat we de Audi A1 t/m de Audi A8  
 hebben.

**Gebruiksgemak** - De software is vrij ingewikkeld. Daarvan dient de gebruiker  
 achter het stuur echter geen hinder van te ondervinden. Het   
 moet prettiger worden om met de software te werken.  
 - We moeten creatiever zijn in het bedenken van oplossingen,   
 om de klant met meer plezier te laten werken met de software.

**Organisatie breed** - In plaats van de eilandjescultuur, dient er meer vanuit de   
 totale productsuite te worden gedacht.

# Bijlage 5. Vragenlijst Survey Monkey – Huidige klanten

**Kennismaking**

1. Wat is uw functie?
2. Bij welk bedrijf werkt u?
3. In welk werkveld bevindt u zich?

- Corporatie  
- Gemeente  
- Institutionele belegger  
- Commerciële ontwikkelaar  
- Ontwikkelende bouwer

1. Hoe lang bent u klant bij Reasult?
2. Hoe bent u in contact gekomen met Reasult?
3. Was u betrokken bij de besluitvorming om klant te worden bij Reasult? (Ja: ga door naar ‘Waarom heeft u destijds voor Reasult gekozen?’, Nee: ga door naar ‘Hoe is uw huidige beeld van Reasult?’)
4. Waarom heeft u destijds voor Reasult gekozen?
5. Hoe was uw beeld van Reasult voordat u klant was? 1 = ‘zeer negatief’, 10 = ‘zeer positief’. Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.
6. Licht uw keuze toe:

**Huidig beeld**

1. Hoe is uw huidige beeld van Reasult? 1 = ‘zeer negatief’, 10 = ‘zeer positief’. Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.
2. Licht uw keuze hieronder toe:
3. Indien dit beeld tussentijds veranderd is, wat is hier de belangrijkste oorzaak van?
4. Licht uw keuze toe:

**Huidig klant (indien niet betrokken bij besluitvorming, vervolg na vraag 6).**

1. Hoe is uw huidige beeld van Reasult?

**Kenmerken Reasult**

1. Welke drie woorden komen het eerst in u op als u denkt aan Reasult?
2. Welke drie kenmerken uit de onderstaande lijst vindt u het best passen bij Reasult?   
   Beste kwaliteit Service Modieus  
   Gemak Zekerheid Plezier  
   Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
   Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
   Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
   Transparant Duurzaam Meedenkend  
   Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
   Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
   Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
   Begripvol Creatief Deskundig
3. Licht uw keuzes hieronder toe:
4. Deze vraag bevat dezelfde keuzemogelijkheden als de vraag hiervoor. Nu wordt er echter van u gevraagd de eigenschappen aan te vinden die het **minst** passend zijn.

Welke drie kenmerken vindt u het minst passen bij Reasult?   
Beste kwaliteit Service Modieus  
Gemak Zekerheid Plezier  
Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
Transparant Duurzaam Meedenkend  
Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
Begripvol Creatief Deskundig

1. Licht uw keuzes hieronder toe:

### Welke van de onderstaande begrippen geven het best de uitstraling van de diverse elementen van onze huisstijl weer? Voor een actuele indruk van de huisstijl [klik hier](http://www.reasult.com/) Logo Modern/oubollig Formeel/informeel Kleuren Modern/oubollig Formeel/informeel Website Modern/oubollig Formeel/informeel

1. Licht uw keuzes hieronder toe:
2. Zou u Reasult een andere huisstijl aanbevelen? Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.
3. Licht uw keuze toe:

**Kernwaarden Reasult**

Reasult heeft een zestal kernwaarden opgesteld, namelijk:  
- Inleven in de ander  
- Toegewijd  
- Betrouwbaar  
- Maatschappelijk betrokken  
- Innovatief  
- Kwaliteit  
  
Deze vraag brengt in kaart hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft. 1 = ‘zeer onbelangrijk’, 10 = ‘ zeer belangrijk.’

Deze vraag brengt uw mening in kaart over hoe Reasult de zojuist genoemde kernwaarden in de praktijk brengt.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe Reasult deze kernwaarden in de praktijk brengt. 1 = ‘zeer slecht’, 10 = ‘zeer goed’
2. Is Reasult innovatief?   
   Ja  
   Nee
3. Geef een toelichting op uw keuze.
4. Voelt u zich voldoende gehoord door Reasult?   
   Ja  
   Nee
5. Geef een toelichting op uw keuze.
6. Bent u tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding?  
   Ja  
   Nee
7. Geef een toelichting op uw keuze.
8. Vindt u Reasult betrouwbaar?   
   Ja  
   Nee
9. Geef een toelichting op uw keuze.

**Kerntaken Reasult**

1. Hieronder volgen vijf taken van Reasult. Zet ze in volgorde van belangrijkheid met behulp van de cijfers 1 t/m 5.   
   - Software implementeren  
   - Kennispartner  
   - Opleiden in software  
   - Software ontwikkelen  
   - Klanten met elkaar in contact brengen

**Reasult als…**

1. Als u Reasult moet vergelijken met een automerk, welk automerk zou u dan kiezen? Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.

Ik vergelijk Reasult met het volgende automerk:

* Volkswagen
* Audi
* Skoda
* Bentley
* Peugeot
* Lamborghini

1. Licht uw keuze hieronder toe:

**Waardering Reasult**

1. Hoe tevreden bent u over Reasult? (Het antwoord wordt gegeven aan de hand van een cijfer van 1 t/m 10)
2. U heeft zojuist Reasult een cijfer gegeven. Kunt u dit cijfer toelichten?

**Verwachtingen**

1. Wat zou in de toekomst graag van Reasult willen zien?

# Bijlage 6. Vragenlijst Survey Monkey – Voormalig klanten

**Kennismaking**

1. Wat is uw functie?
2. Bij welk bedrijf bent u werkzaam?
3. In welk werkveld bevindt u zicht?  
   - Corporatie  
   - Gemeente  
   - Institutionele belegger  
   - Commerciële ontwikkelaar  
   - Ontwikkelende bouwer
4. Hoe lang bent u klant geweest bij Reasult?  
   - 0 tot 1 jaar  
   - 1 tot 3 jaar  
   - 3 tot 5 jaar  
   - 5 tot 7 jaar  
   - meer dan 7 jaar
5. Hoe bent u destijds in contact gekomen met Reasult?
6. Waarom heeft u toen voor Reasult gekozen?

**Kenmerken Reasult**

1. Welke drie woorden komen het eerst in u op als u denkt aan Reasult?
2. Welke drie kenmerken vindt u het best passen bij Reasult?   
   Beste kwaliteit Service Modieus  
   Gemak Zekerheid Plezier  
   Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
   Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
   Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
   Transparant Duurzaam Meedenkend  
   Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
   Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
   Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
   Begripvol Creatief Deskundig
3. Licht uw keuzes hieronder toe:
4. Deze vraag bevat dezelfde keuzemogelijkheden als de vraag hiervoor. Nu wordt er echter van u gevraagd de eigenschappen aan te vinken die het **minst** passend zijn.  
   Beste kwaliteit Service Modieus  
   Gemak Zekerheid Plezier  
   Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
   Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
   Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
   Transparant Duurzaam Meedenkend  
   Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
   Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
   Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
   Begripvol Creatief Deskundig
5. Licht uw keuzes hieronder toe:

**Uitstraling Reasult**

### Welke van de onderstaande begrippen geven het best de uitstraling van de diverse elementen van onze huisstijl weer? Voor een actuele indruk van de huisstijl [klik hier](http://www.reasult.com/) Logo Modern/oubollig Formeel/informeel Kleuren Modern/oubollig Formeel/informeel Website Modern/oubollig Formeel/informeel

1. Licht uw keuzes toe:

### Zou u Reasult een andere huisstijl aanbevelen? Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.

1. Licht uw keuze toe:

**Kernwaarden Reasult**Reasult heeft een zestal kernwaarden opgesteld, namelijk:  
- Inleven in de ander  
- Toegewijd  
- Betrouwbaar  
- Maatschappelijk betrokken  
- Innovatief  
- Kwaliteit

Deze vraag brengt in kaart hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft. 1 = ‘zeer onbelangrijk’, 10 = ‘ zeer belangrijk.’

Deze vraag brengt uw mening in kaart over hoe Reasult de zojuist genoemde kernwaarden in de praktijk brengt.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe Reasult deze kernwaarden in de praktijk brengt. 1 = ‘zeer slecht’, 10 = ‘zeer goed’

**Kernwaarden Reasult**

1. Is Reasult innovatief?  
   Ja  
   Nee
2. Geef een toelichting op uw keuze:
3. Voelde u zich voldoende gehoord door Reasult?  
   Ja  
   Nee
4. Geef een toelichting op uw keuze:
5. Was u tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding?  
   Ja  
   Nee
6. Geef een toelichting op uw keuze:
7. Vond u Reasult betrouwbaar?  
   Ja  
   Nee
8. Geef een toelichting op uw keuze:

**Opzegging**

1. Wat is de belangrijkste oorzaak van het opzeggen van de samenwerking?  
   - Het contact met Reasult  
   - De service / dienstverlening  
   - De software  
   - Anders, namelijk
2. Licht uw keuze toe:
3. Wat moet Reasult veranderen om aan uw verwachtingen te kunnen voldoen?

# Bijlage 7. Vragenlijst Survey Monkey – Prospects

**Kennismaking**

1. Wat is uw functie?
2. Bij welk bedrijf werkt u?
3. In welk werkveld bevindt u zicht?  
   - Corporatie  
   - Gemeente  
   - Institutionele belegger  
   - Commerciële ontwikkelaar  
   - Ontwikkelende bouwer
4. Hoe bent u in contact gekomen met Reasult?  
   - Vorige werkgever  
   - Mailing  
   - Evenement  
   - Zoeken op Google  
   - Netwerk  
   - Advertentie  
   - Anders, namelijk

**Huidig beeld**

1. Hoe is uw beeld van Reasult tot nu toe?

**Kenmerken Reasult**

1. Welke drie woorden komen het eerst in u op als u denkt aan Reasult?
2. Welke drie kenmerken vindt u, gezien vanuit uw eerste indruk, het best passen bij Reasult?

Beste kwaliteit Service Modieus  
Gemak Zekerheid Plezier  
Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
Transparant Duurzaam Meedenkend  
Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
Begripvol Creatief Deskundig

1. Licht uw keuzes toe:

Deze vraag bevat dezelfde keuzemogelijkheden als de vraag hiervoor. Nu wordt er echter van u gevraagd de eigenschappen aan te vinken die het **minst** passend zijn.

1. Welke drie kenmerken vindt u het minst passen bij Reasult?  
   Beste kwaliteit Service Modieus  
   Gemak Zekerheid Plezier  
   Open Nieuwsgierig Samenwerkingsgericht  
   Ondernemend Doelgericht Betrouwbaar  
   Innovatief Toegewijd Inlevingsvermogen  
   Transparant Duurzaam Meedenkend  
   Zakelijk Serieus Maatschappelijk betrokken  
   Persoonlijk Vooruitstrevend Initiatiefrijk   
   Eerlijk Duidelijk Communicatief sterk  
   Begripvol Creatief Deskundig
2. Licht uw keuzes hieronder toe:

**Uitstraling Reasult**

### Welke van de onderstaande begrippen geven het best de uitstraling van de diverse elementen van onze huisstijl weer? Voor een actuele indruk van de huisstijl [klik hier](http://www.reasult.com/) Logo Modern/oubollig Formeel/informeel Kleuren Modern/oubollig Formeel/informeel Website Modern/oubollig Formeel/informeel

1. Licht uw keuzes hieronder toe:
2. Zou u Reasult een andere huisstijl aanbevelen? Geef vervolgens een korte toelichting op uw keuze.  
   Ja  
   Nee
3. Licht uw keuze toe:

**Kernwaarden Reasult**

Reasult heeft een zestal kernwaarden opgesteld, namelijk:  
- Inleven in de ander  
- Toegewijd  
- Betrouwbaar  
- Maatschappelijk betrokken  
- Innovatief  
- Kwaliteit

Deze vraag brengt in kaart hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe belangrijk u het vindt dat Reasult deze kernwaarden nastreeft. 1 = ‘zeer onbelangrijk’, 10 = ‘ zeer belangrijk.’

Deze vraag brengt uw mening in kaart over hoe Reasult de zojuist genoemde kernwaarden in de praktijk brengt.

1. Geef met een cijfer van 1 tot 10 aan hoe Reasult deze kernwaarden in de praktijk brengt. 1 = ‘zeer slecht’, 10 = ‘zeer goed’. Beoordeel op uw ervaringen tot nu toe.

**Kernwaarden Reasult**

1. Is Reasult innovatief?  
   Ja  
   Nee
2. Geef een toelichting op uw keuze:
3. Voelde u zich voldoende gehoord door Reasult?  
   Ja  
   Nee
4. Geef een toelichting op uw keuze:
5. Bent u tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding?  
   Ja  
   Nee
6. Geef een toelichting op uw keuze:
7. Vindt u Reasult betrouwbaar?  
   Ja  
   Nee
8. Geef een toelichting op uw keuze:

**Kerntaken Reasult**

1. Hieronder volgen vijf taken van Reasult. Zet ze in volgorde van belangrijkheid met behulp van de cijfers 1 t/m 5.   
   - Software implementeren  
   - Kennispartner  
   - Opleiding in software  
   - Software ontwikkelen  
   - Klanten met elkaar in contact brengen

**Reasult als…**

1. Als u Reasult moet vergelijken met een automerk op basis van uw ervaringen tot nu toe, welk automerk zou u dan kiezen? Geef vervolgens een toelichting op uw keuze.

Ik vergelijk Reasult met het volgende automerk:  
- Volkswagen  
- Skoda  
- Audi  
- Bentley  
- Peugeot  
- Lamborghini

1. Licht uw keuze hieronder toe:

**Waardering**

1. Hoe tevreden bent u tot op heden over Reasult? (Antwoord wordt gegeven in de vorm van een cijfer van 1 t/m 10)
2. U heeft zojuist Reasult met een cijfer gewaardeerd. Kunt u dit cijfer toelichten?

**Verwachtingen**

1. Wat zou u in de toekomst graag van Reasult willen zien?

# Bijlage 8. E-mail enquête uitnodiging

Geachte heer/mevrouw…….,

Zoals besproken in ons telefoongesprek van ……….., nodig ik u hierbij uit voor de online enquête ten behoeve van het identiteit- en imago-onderzoek dat ik voor en namens Reasult uitvoer.

Het identiteitsdeel van mijn onderzoek heb ik verricht onder de medewerkers van Reasult. De identiteit van Reasult is dus in kaart gebracht.

Het imago is het beeld dat externen van Reasult hebben, waar klanten, voormalig klanten en potentiële klanten van Reasult een zeer belangrijk deel van uitmaken.

In dit onderzoek wordt uw mening gevraagd over Reasult. Op basis hiervan breng ik het imago van Reasult in kaart.

Tot slot worden identiteit en imago met elkaar vergeleken en kan ik een advies uitbrengen over hoe Reasult deze twee (nog) beter met elkaar in balans kan brengen.

Dit onderzoek functioneert tevens als mijn afstudeerscriptie. Uw mening is daarom niet alleen erg waardevol voor Reasult, ook ik hecht grote waarde aan uw feedback.

Als blijk van waardering verloot ik daarom drie theaterbonnen onder de respondenten.

De vragenlijst telt ongeveer 35 vragen en zal plus minus tien minuten van uw tijd in beslag nemen.

U kunt de vragenlijst starten door op de onderstaande link te klikken. Uw reactie zie ik graag vóór vrijdag 17 februari tegemoet.

[**https://www.surveymonkey.com/s/imago\_reasult\_1**](https://www.surveymonkey.com/s/imago_reasult_1)

Alle verstrekte informatie, persoonlijke gegevens en meningen, worden door mij vertrouwelijk verwerkt.

Als u vragen of opmerkingen hebt, dan kunt u via onderstaande gegevens contact met mij opnemen.

Hartelijk dank voor uw medewerking en ik zie uw respons graag tegemoet!

Met vriendelijke groet,

Jeanine Vrehe

Stagiaire marketingcommunicatie Reasult

Afstudeerscriptie: Identiteit- en imago-onderzoek Reasult

**Reasult BV**Pascalstraat 15, 6716 AZ Ede  
T  +31(0)318 67 29 30  
F  +31(0)318 67 29 39  
E  [JVrehe@reasult.com](mailto:JVrehe@reasult.com)  
I   [www.reasult.com](http://www.reasult.com)



**Nieuwe module: Reaforce Financing.** [**Klik hier voor meer informatie.**](http://www.reasult.com/nieuws/446-nieuwe-module-reaforce-financing.html)

Dit e-mailbericht is uitsluitend bestemd voor geadresseerde(n). Dit bericht kan informatie bevatten die vertrouwelijk is, of om andere redenen rechtens beschermd is. Indien u als lezer van deze mededeling niet de geadresseerde bent, wordt u er hierbij op gewezen dat u geen recht hebt kennis te nemen van dit e-mailbericht, het te kopiëren of te verstrekken aan andere personen dan de geadresseerde(n). Indien u deze e-mail abusievelijk hebt ontvangen, brengt u Reasult BV dan op de hoogte, waarbij u gevraagd zal worden het bericht te vernietigen. Reasult BV wijst iedere aansprakelijkheid af voor schade ten gevolge van een onjuiste, onvolledige en ontijdige verzending en ontvangst van de inhoud van deze e-mail. Reasult BV kan niet aansprakelijk worden gesteld voor eventuele virussen.



# Bijlage 9. Productgerelateerde wensen

Naar aanleiding van de vraag: ‘Wat zou u in de toekomst graag van Reasult willen zien?’ zijn een aantal wensen en ideeën naar voren gekomen. Naast de bedrijfsgerelateerde wensen die reeds verwerkt zijn in het rapport, volgen onderstaand de productgerelateerde wensen.

* Specifiekere rapporten voor woningcorporaties;
* Een integrale oplossing voor vastgoedontwikkeling en vastgoedbeheer;
* Snelle implementaties van de nieuwe versies;
* Andere presentatie en lay-out in softwareprogramma’s;
* Goede doorontwikkeling van Reaturn;
* Beter doortesten door Reasult van producten die geleverd worden;
* Overzichtelijkere invoermogelijkheden;
* Minder afhankelijkheid van Consultants;
* Vrijer zijn in schermindelingen ten behoeve van invoer en output;
* Implementatie nieuwe regelgeving;
* Module voor grondexploitaties – goede grondmodule;
* Undo knop;
* Meer inzicht in wat er achter de schermen berekend wordt;
* Registratie van realisatiegegevens;
* Flexibeler omgaan met licenties en gebruik van licenties;
* Eenvoudige uitleg over het programma waarmee niet gebruikers overtuigd raken van de meerwaarde van Reasult;
* Goedkopere combinatiepakketten;
* Aanpassing van Reaforce;
* Software mee laten lopen met marktontwikkelingen;
* Een vast prijsmodel met doorzichtige koopstructuur.

# Bijlage 10. Resultaten voormalig klant

Voor de doelgroep voormalig klanten zijn door de Account Managers drie bedrijven naar voren geschoven die benaderd mochten worden voor dit onderzoek. Daarvan zijn twee bedrijven de enquête gestart en heeft slechts één bedrijf de enquête volledig afgerond.

*Hier is sprake van een beperking doordat het moeilijk is om in contact te komen met bedrijven die heden ten dage geen klant meer zijn van Reasult. In totaal mochten drie klanten benaderd worden, waarvan slechts één bedrijf de enquête volledig heeft afgerond. Hierdoor kan er geen representatief beeld weergegeven worden over de mening van de voormalig klant, er is slechts een indicatie van de mening van twee bedrijven, waarvan slechts één volledig.*

## Redenen tot samenwerking

De redenen tot samenwerking gezien vanuit de twee bedrijven zijn overige partijen waar zij mee samenwerkten. Deze samenwerkingspartijen maakten namelijk ook gebruik van Reasult en daardoor verwachtten ze inhoudelijke discussies over kosten, kostenplaatsen en opbrengsten te voorkomen. Vanwege de tevredenheid van overige samenwerkingspartijen hebben de twee geënquêteerde bedrijven ook gekozen voor de software van Reasult.

## Wat is kenmerkend en wat juist niet voor Reasult?

Gezien het feit dat er lastig een gemiddelde is weer te geven vanwege het aantal respondenten onder de doelgroep ‘voormalig klant’, worden de woorden weergegeven die door de twee bedrijven als best en minst passende woorden zijn gekozen. De best passende woorden bij Reasult zijn gemak, ondernemend, innovatief, meedenkend, serieus en deskundig. Reasult wordt, ondanks de reeds opgezegde samenwerking, nog steeds gezien als een goede relatie met daaraan een positief beeld gekoppeld.

De minst passende woorden voor Reasult zijn modieus, gemak, transparant, initiatiefrijk en communicatief sterk. Modieus wordt als enige begrip door beide bedrijven omschreven als minst passend woord. Opvallend is dat gemak zowel als passend als minst passend woord wordt omschreven. De minst passende woorden worden geuit vanwege het complexe product die lastig te doorgronden is, dit zit in de vorm en opzet van het programma. ‘Daardoor voelen gebruikers zich niet zeker bij de getallen.’

## Huisstijl

De huisstijl (logo, kleuren, website) van Reasult wordt beoordeeld met de termen modern en formeel. Een verandering van de huidige huisstijl is niet nodig, het is juist belangrijk om herkenbaar te blijven. De huisstijl veranderen om te veranderen is daarom geen tactische zet.

## Kerncompetenties

Reasult wordt gezien als innovatief omdat Reasult mee gaat met ontwikkelingen in de markt. De software wordt daarentegen soms wel als te omslachtig beschouwd. Reasult geeft voldoende gehoor aan vraagstukken van de klant, zelfs na het stopzetten van de samenwerking is er begrip geweest en zijn zaken goed afgerond. Reasult wordt gezien als een betrouwbare partner. De prijs-kwaliteitverhouding wordt omschreven als voldoende. Wanneer je producten aanschaft die geld kosten, maar er geen gebruik van maakt is het verstandig te stoppen. Bedrijf en vertegenwoordigers functioneerden prima, het contact verliep goed, dit heeft niet geleid tot stopzetten van samenwerking. Het zelden tot helemaal niet meer gebruik maken van de software is de reden geweest om de samenwerking stop te zetten.

# Bijlage 11. Resultaten prospects

In de Pipeline van Reasult zit momenteel een aantal bedrijven, waarvan er tien door de Account Managers als dusdanig bevonden worden dat ze benaderd kunnen worden voor dit onderzoek. Op deze manier kan het beeld (een eerste indruk) van mogelijke klanten die een korte periode met Reasult in contact zijn geweest, vergeleken worden met klanten die al een langere tijd actief betrokken zijn bij Reasult.

*Hier is sprake van een beperking doordat van de in totaal tien benaderde bedrijven, drie bedrijven de enquête zijn gestart waarvan slechts twee bedrijven de enquête volledig hebben afgerond. Hierdoor is het niet mogelijk om het beeld dat de prospects hebben over Reasult representatief weer te geven.*

## Huidig beeld

Het huidige beeld dat de prospects hebben van Reasult is te omschrijven met de woorden goed tot uitstekend, een professionele organisatie die proactief bezig is met het ontwikkelen van software voor de branche. De eerste indruk die deze doelgroep van Reasult heeft is aan de hand van de woorden die als eerst in de respondent opkomen, goed weer te geven. Met betrekking tot de eerste indruk komt Reasult over als een betrouwbaar, deskundig, geïnteresseerd, gedegen en commercieel bedrijf met kennis van zaken. Daarnaast is Reasult gericht op de relatie, biedt ze een totaalpakket die als ietwat ingewikkeld wordt beschouwd.

Gezien het feit dat het lastig is een gemiddelde weer te geven vanwege het beperkt aantal respondenten, worden de meest en minst passende woorden bij Reasult allemaal weergegeven. De woorden ondernemend, persoonlijk en deskundig krijgen alle drie twee stemmen tegenover één stem voor de woorden betrouwbaar, meedenkend en zakelijk. De minst passende woorden daarentegen zijn gemak en transparant die beiden twee keer gekozen worden en daarnaast de woorden modieus, zekerheid een maatschappelijk betrokken die allen één keer als keuze zijn opgegeven.

Reasult wordt door de twee prospects geassocieerd met de Audi met de overeenkomstige kernbegrippen degelijk, goed en betrouwbaar met uitstraling. Daarnaast is het duur in aanschaf en onderhoud. Samenhangend is het beeld van Reasult positief en wordt het gemiddeld beoordeeld met een 8, met als verbetering een toespitsing op corporatieland.

## Huisstijl

De huisstijl in de vorm van de website en de kleuren, wordt beoordeeld met de termen modern en formeel. Het logo wordt tevens als formeel omschreven, maar daarnaast ook oubollig. Reasult beschikt over een zakelijke, formele website die echter geen creativiteit uitstraalt. De weergave kan beter en frisser, aldus de potentiële klant. Twee van de prospects zouden Reasult een andere huisstijl aanbevelen omdat een lossere stijl meer van deze tijd is, de uitstraling wordt als minder passend beoordeeld. Daarentegen worden de benamingen van de diverse producten als voldoende ervaren. Één respondent ervaart de huidige uitstraling als prima, een logo is namelijk een begrip die je niet makkelijk dient te wijzigen.

## Kerncompetenties

Reasult wordt gezien als innovatief omdat ze nieuwe ontwikkelingen volgt. De prospect voelt zich tot op heden voldoende gehoord, zij spreken van prettig contact tussen hen en Reasult. De prijs-kwaliteitverhouding wordt niet positief maar ook niet negatief beoordeeld. Één prospect geeft aan dat Reasult te uitgebreide pakketten biedt voor de branche waarin het bedrijf opereert, de toepassingen zijn te zwaar. Tot slot wordt Reasult beschouwd als een betrouwbare partij gezien de afstemming die Reasult zoekt met andere samenwerkingspartijen als SG[[1]](#footnote-1) en PWC[[2]](#footnote-2).

# Bijlage 12. DESTEP-analyse

De DESTEP-analyse bestaat uit de volgende onderdelen:

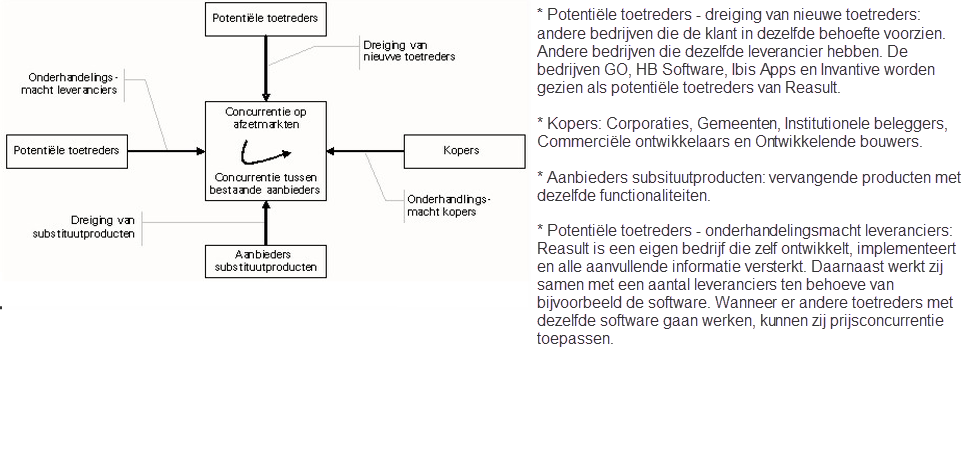
* Demografisch
* Economisch
* Sociaal-cultureel
* Technologisch
* Ecologisch
* Politiek-juridisch

Daarvan zijn economisch en politiek-juridisch de aspecten die van toepassing zijn op Reasult. Deze zullen beiden worden uitgelegd waarin ze worden toegespitst op de omgeving waarin Reasult zich verkeert.

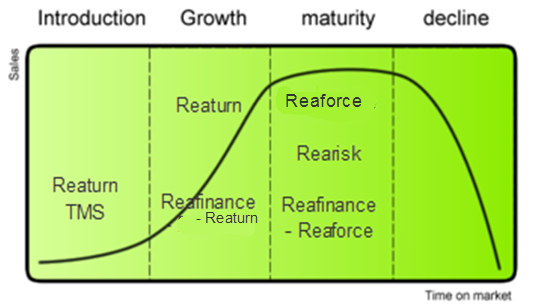
Economisch: Op dit moment is het slecht gesteld met de economische situatie. De huizenmarkt ligt op z’n gat en daarnaast is het met de kantorenmarkt ook niet prettig gesteld. De vooruitzichten voor de Nederlandse kantorenmarkt is heel slecht en daarom zullen de prijzen waarschijnlijk nog verder dalen, zo verwacht De Nederlandse Bank (DNB). Naast de lage economische groei wordt het herstel van de vastgoedmarkt verder bemoeilijkt omdat “een flink deel van de leegstand structureel is”, zo stelt DNB in de jaarlijkse rapportage over de stabiliteit van de financiële sector in Nederland. “Dit geldt vooral voor kantoren.” ‘Zeven miljoen vierkante meter kantoorruimte staat leeg’. Van die leegstand is 25 tot 50 procent structureel. “De behoefte aan kantoren neemt af door bijvoorbeeld de opkomst van thuiswerken”. [[3]](#footnote-3) Door onzekerheid in de branche zijn bedrijven aan de ene kant minder snel bereid om grote investeringen te doen, maar anderzijds bieden de producten van Reasult oplossingen voor de problemen waar bedrijven steeds meer mee te maken krijgen. Hier ligt een kans voor Reasult, om op de juiste manier in te spelen op de onzekerheid en problemen waar de doelgroep mee kampt. Zij zullen de doelgroep ervan moeten overtuigen dat Reasult bij uitstek de producten biedt, die verbetering bieden voor de reeds genoemde problemen.

Politiek-juridisch: gezien het feit er regelmatig aanpassingen worden gedaan op het gebied van regelgeving waar de software aan moet voldoen, dient Reasult ook op dit gebied mee te gaan in de ontwikkelingen. Op deze manier moet Reasult de ontwikkelingen bijhouden die ontstaan door wijzigingen in wet- en regelgeving. Hierbij is het belangrijk dat Reasult inspeelt op ontwikkelingen in de markt en daarom blijft innoveren.

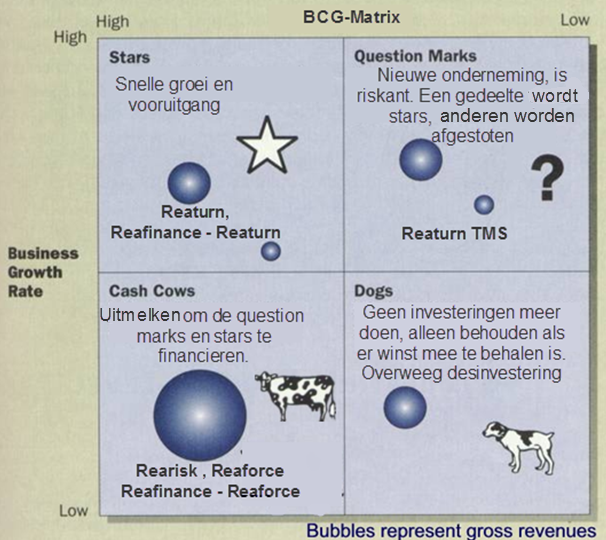
# Bijlage 13. Porter-analyse



# Bijlage 14. Productlevenscyclus



# Bijlage 15. BCG-Matrix



# Bijlage 16. Bellijst huidige klanten

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **AM** | **Bedrijfsnaam** | **Key-contactpersoon** | **E-mailadres** | **Telefoonnummer** |  | **Gebruiker** | **E-mailadres** | **Telefoonnummer** |
| Sander | Altera  Nog te vers om te benaderen, net klant gezien de overname | Jan Snaathorst | [Jan.snaathorst@alteravastgoed.nl](mailto:Jan.snaathorst@alteravastgoed.nl) | 020- 545 20 50 |  | Frank Ebink | [Frank.Ebink@alteravastgoed.nl](mailto:Frank.Ebink@alteravastgoed.nl) | 020 545 2055 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | ASR Vastgoed Vermogensbeheer | Fons Verhoeven | [Fons.verhoeven@asr.nl](mailto:Fons.verhoeven@asr.nl) | |  | | --- | | +31 30-2578783 | | +31 6-22458915 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | Cofier Bouwontwikkeling | Marco Mattheeuwsen | m.matheeuwsen@cofier.nl | |  | | --- | | +31 13-5954536 | | +31 6-46408183 | |  | Berry Brekelmans | b.brekelmans@cofier.nl | |  | | --- | | +31 13-5954540 | | +31 6-64608184 | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Corio Vastgoed Ontwikkeling BV** | Dick Bogaards | dick.bogaards@nl.corio-eu.com | |  | | --- | | 31 30-2346430 | | 31 627001302 | |  | Ferhan Topal | [ferhan.topal@nl.corio-eu.com](mailto:ferhan.topal@nl.corio-eu.com) |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sander | **De Alliantie** | Mano Otten | [motten@de-alliantie.nl](mailto:motten@de-alliantie.nl) | 035 – 528 07 65 |  | Hanna Merks | [hmerks@de-alliantie.nl](mailto:hmerks@de-alliantie.nl)  06 15 88 50 70 | 035 - 6551926 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **De Alliantie Ontwikkeling BV** | Jan van Barneveld | [jvanbarneveld@de-alliantie.com](mailto:jvanbarneveld@de-alliantie.com) | 31 35-5280703  +31 6 13 71 10 18 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **De Principaal** | Rob van Zijtveld | rzi@dekey.nl | 31 20-6214460  +31 6-21820480 |  | Siska Kouijzer | sko@deprincipaal.dekey.nl | 31 20-6214671 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **DLH Ontwikkeling** | Bram Jonker | b.jonker@dlhgroep.nl | +31 38 4210030  +31 6-53594418 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Dudok Wonen** | Frank Baas | [f.baas@dudokwonen.nl](mailto:f.baas@dudokwonen.nl) | +31 35 646 16 75  +31 6-53123662 |  | Michiel van Baarsen | [m.baarsen@dudokwonen.nl](mailto:m.baarsen@dudokwonen.nl) | +31 35 646 16 00  +31 653123635 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Eigen Haard** | Henk Heinhuis | H.Heinhuis@eigenhaard.nl | 31 206801708  31 6-21266363 |  | Remi van Paassen | r.vanpaassen@eigenhaard.nl | 31206801711 |
|  |  |  | Daniel de Jong | 06 11 95 68 00 |  |  |  |  |
| Guido | **ERA Contour** | Guido Voermans - weet te weinig om mee te doen. | [Gc.Voermans@eracontour.nl](mailto:Gc.Voermans@eracontour.nl) | +31 79-31705 88  +31 6200 19 29 7 |  | Wim Bongers | [wim.bongers@eracontour.nl](mailto:wim.bongers@eracontour.nl) | +31 79-3170538 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Gemeente Beuningen** | de heer P.G.M. van Summeren | p.v.summeren@beuningen.nl | +31 24-6780844 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Gemeente Den Haag** | Gerard van de Berg | gerard.vandenberg@denhaag.nl | +31 70-3534112  +31 6-51252372 |  | Wim Vergouw | wim.vergouw@denhaag.nl | +31 70-3536062  +316 4418 4946 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Gemeente Hoorn** | Tom Plat | [t.plat@hoorn.nl](mailto:t.plat@hoorn.nl) | +31 229-252491 |  | Daniel Muller | [d.muller@hoorn.nl](mailto:d.muller@hoorn.nl) | 31229-252498 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Gemeente Rotterdam** | Floor de Groot | [f.de.groot@obr.rotterdam.nl](mailto:f.de.groot@obr.rotterdam.nl)  Te druk | +31 10-4896944 |  | Nico Goedhart | N.Goedhart@obr.rotterdam.nl | +31 10-4895683 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Gemeente Velsen** | Sander Hos | [shos@velsen.nl](mailto:shos@velsen.nl)  Weet te weinig om mee te werken | +31 255-567329 |  | Edwin van Veen | [eveen@velsen.nl](mailto:eveen@velsen.nl) | +31 255-567240 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Green Real Estate B.V.** | Klaas Jonathan Bals | kl.bals@green.nl | +31 (0)172 44 8383  +316 4190 0990 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Hurks Vastgoed midden bv** | Jeroen van Daal | j.vdaal@hurks.nl | +31 40-2626300  31622568383 |  | Stefan de Ruiter | [s.druiter@hurks.nl](mailto:s.druiter@hurks.nl) | +31 (0)73 711 42 40 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **ICE Development** | de heer G.J. Peters | gpeters@ice-development.com | +31 24-3511180 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Kuiper Groep** | Martin Bosscher | [martinbosscher@kuipergroep.nl](mailto:martinbosscher@kuipergroep.nl) | 31 23-517 3173  31 6-2239 3819 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **LATEI projectontwikkeling** | Frank Swager | f.swager@latei.nl | +31 33-4605536 |  | Peter Ridderbosch | [p.ridderbosch@latei.nl](mailto:p.ridderbosch@latei.nl) | 31 33 – 460 55 25 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Lefier Ontwikkelbedrijf** | Mevr. S. Buwalda | [s.buwalda@lefier.nl](mailto:s.buwalda@lefier.nl) | 3150 3693693  31622553568 |  | de S. de Jong | [s.dejong@lefier.nl](mailto:s.dejong@lefier.nl) | 3150 3693693 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Lingotto Vastgoed** | Gerard Comello | gcomello@lingotto.nl | 31 20-5608910  31 6-21521160 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jean Paul | **MAB Development Group BV** | Chris van Holthe | Chris.van.Holthe@rabobouwfonds.nl | +31 70-3068574  +31 6-53805816 |  | Paul de Lange | Paul.de.lange@mab.com | +31 70-3068562 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Mitros** | Hans Worm | [hworm@mitros.nl](mailto:hworm@mitros.nl) | +31 30-880 3784  +31 623827175 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Moes Bouwgroep** | Roel Jalvingh | [r.jalvingh@moesbouwgroep.nl](mailto:r.jalvingh@moesbouwgroep.nl) | 038 – 429 6666 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **NS Poort** | Robert Cijs | robert.cijs@ns.nl | +31 886711921  +31 6-55845483 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **OSDO Vastgoed B.V.** | Annika Beckers  - Niet meer werkzaam binnen bedrijf | a.beckers@osdo.nl | +31 162-314164  +31 620955672 |  | Twan van Os | t.vanos@osdo.nl | +31 162-314164 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Parteon Projectontwikkeling B.V.** | Han Roodenburg | h.roodenburg@parteon.nl | +31 75-6275000  +31 6-29542074 |  | Ron Eshuijs | [r.eshuijs@parteon.nl](mailto:r.eshuijs@parteon.nl) | 075-627 5914 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Portaal Ontwikkeling** | de heer P. Daalhuisen | pim.daalhuisen@portaal.nl | +31 318-89 84 33  +31 6-13 25 95 84 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Pré Wonen** | Andre de Boer | andredeboer@prewonen.nl | +31 88-7700140 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Rentree** | de heer R. Leemreijze | [r.leemreijze@rentree.nu](mailto:r.leemreijze@rentree.nu) | 31570-678300 |  | de heer W. Pek | w.pek@rentree.nu | +31 570-678300 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Rhiant** | Alex van der Stelt | stelt@rhiant.nl | 3178-6812152  06-13149210 |  | Cees Herweijer | herweijer@rhiant.nl | 3178 6812152  06-51837690 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Rijswijk Wonen** | Frans Streuper | fstreuper@rijswijkwonen.nl | 31703364407 |  | Jaap Adam | jadam@rijswijkwonen.nl | 31703364411  31681434075 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Roosdom Tijhuis BV** | G.J. ten Brinke | g.j.tenbrinke@rotij.nl | +31 548854220  +31 651374978 |  | de heer W, van Drie | w.vandrie@roosdomtijhuis.nl | 31548-854200 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Staedion Ontwikkeling** | Steven Sijpenhof | ssi@staedion.nl | +31 70 376 74 15 |  | Stefan Verschoor | sve@staedion.nl | +3170 376 74 22 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Stichting deltaWonen** | H. Schuurman | h.schuurman@deltawonen.nl | +3138-8510 255  +316 51 08 11 49 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Stichting Wooncorporatie Kennemerhave** | Wim Mastenbroek | wonen@kennemerhave.nl | +31 255-546985 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Stichting Woonwaard Noord-Kennemerland** | Michiel Wolf | mwolf@woonwaard.nl | +31 72-5276595 |  | Mark Nelen | [mnelen@woonwaard.nl](mailto:mnelen@woonwaard.nl) | 072-5276679 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Stichting Zorginstellingen Pieter van Foreest** | Sipke Mulder | s.mulder@pietervanforeest.nl | +31 15 2716151  +31 6 4705 7394 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Strukton Vastgoedontwikkeling B.V.** | Richard Deckers | rdeckers@strukton.com | +31 30-2486440  +31 6-46115366 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Martijn BdV | **Syntrus Achmea Vastgoed BV** | Niels Schoon | [Niels.schoon@bealigned.nl](mailto:Niels.schoon@bealigned.nl) | +31 20 606 59 11  +316 227 744 87 |  | Roel Willems | roel.willems@achmeavastgoed.nl | +31 20 606 5876  +31 651151528 |
|  |  | Marcel Dijkstra | [Marcel.dijkstra@achmeavastgoed.nl](mailto:Marcel.dijkstra@achmeavastgoed.nl) | 31 20 606 59 10  06 218 270 53 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Timpaan Hoofddorp B.V.** | Peter Pronk | ppronk@timpaan.nl | +31 297382580  +31 6-53839052 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Trivire Wonen** | Rob Janssen | r.janssen@trivire.nl | 3178 6331592  06 81141985 |  | Bart Buitendijk | b.buitendijk@trivire.nl | 3178 6331628  06 - 22 42 29 48 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Vecht en Omstreken woningbouwvereniging** | Thomas van der Heide | thomas.van.der.heide@vechtenomstreken.nl | 31 346259691  06 130 170 89 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Vidomes** | Carolien Vermaas | c.vermaas@vidomes.nl | +31 15-2702909  +31 650280401 |  | Esther Ewalt | ewalt@vidomes.nl | +31 15-2702897  +31 6-46201371 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Vivare** | Mevr. S. Berenschot | s.berenschot@vivare.nl | +31 26-3844743  +31 6-15629520 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Welbions** | De heer F. Ufkes | f.ufkes@welbions.nl | +31 74 2561111  +31 611907448 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Winters Bouw & Ontwikkeling** | Tessa van den Broek | t.vandenbroek@wintersbouw.nl | +31 76-5653250  +31 6-22667918 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Woningbedrijf Velsen** | Dennis Pruim | d.pruim@wbvelsen.nl | +31 255-566257 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Woningcorporatie De Woonplaats** | mevrouw M. Allaert | mallaert@de-woonplaats.nl | +31 53-4757514 |  | de heer G. Bos | hoofdkantoor@de-woonplaats.nl |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Woningstichting SWZ** | Mevr. C. van Rijen | cvrijen@swz.nl | +31 38-4680123  +31 647035428 |  | de heer C. Vos |  | +31 6-43004892 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiebe | **Woningstichting Wherestad** | Piet Buis | p.buis@wherestad.nl | 31299 390900 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Wooncompagnie** | Barbara van Kipshagen | b.vkipshagen@bouwcompagnie.nl | +31 229-751173 |  | Willem Smorenburg | w.smorenburg@wooncompagnie.nl | +31 229-751100 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Wooninc.** | Eva van de Looveren | evdlooveren@wooninc.nl | +31 40-2654494  +31 6-46322756 |  | Jos van Thoor | jvthoor@wooninc.nl | +31 40-2654493 +31 6-46205761 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jan | **Ymere Ontwikkeling** | Adrie Lammerts | a.lammerts@ymere.nl | +31 (0)20-435 6960  +31 (0)6-2000 5992 |  | Wichard van der Veen | w.van.der.veen@ymere.nl | 31204356977  06-46134872 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Guido | **Zayaz Vastgoedontwikkeling BV** | Martijn van Nunen | m.vannunen@zayazvastgoedontwikkeling.nl | +3173 64 82 906  06-10662672 |  |  |  |  |

XXX = Geeft aan bereid te zijn om e-mail te ontvangen om daaropvolgend de online enquête in te vullen

XXX = Geeft aan niet mee te willen werken aan het onderzoek

XXX = Geeft aan vanwege diverse redenen niet mee te kunnen werken aan het onderzoek (bv. Gebrek aan kennis, gestopt bij genoemde werkgever)

Vanwege privacyrechten (de enquête is volledig anoniem) kan geen indicatie gegeven worden welke contactpersonen de enquête hebben ingevuld. Er is wel te concluderen dat niet alle bovenstaande contactpersonen die aangegeven hebben bereid zijn mee te werken, ook daadwerkelijk de online enquête hebben ingevuld.

# Bijlage 17. Bellijst voormalig klanten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **AM** | **Bedrijfsnaam** | **Key -Contactpersoon** | **E-mailadres** | **Telefoonnummer** |
| **Jan** | Elan Wonen | Ernst Damen | [ed@elanwonen.nl](mailto:ed@elanwonen.nl) | +31 23-5159864  +31 6-12920669 |
|  |  |  |  |  |
| **Jan** | IPMMC | Taco Muntinga | Taco.muntinga@ipmmc.nl | |  | | --- | | +31 302817300 | | +31 651064883 | |
| **Jan** | Kennermerhave | Wim Mastenbroek | [w.mastenbroek@kennemerhave.nl](mailto:w.mastenbroek@kennemerhave.nl) |  |

XXX = Contactpersoon heeft aangegeven bereid te zijn om mee te werken aan het onderzoek.

Ondanks dat alle drie de bovenstaande contactpersonen aangegeven hebben bereid te zijn om mee te werken aan het onderzoek, heeft daarvan slechts één de enquête volledig ingevuld.

# Bijlage 18. Bellijst prospect

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **AM** | **Bedrijfsnaam** | **Contactpersoon** | **E-mailadres** | **Telefoonnummer** |
| **Guido** | Woonpunt | Mattie van de Kragt | m.vandekragt@woonpunt.nl | 3143-8509717  06-15960764 |
|  |  |  |  |  |
|  | ZoWonen | Hub Nijsten | [h.nijsten@zowonen.nl](mailto:h.nijsten@zowonen.nl) | 3146-4209770  06-51584263 |
|  |  |  |  |  |
|  | Woongoed 2-duizend | Karel van Montfoort | [Km0@woongoed2-d.nl](mailto:Km0@woongoed2-d.nl) | |  | | --- | | 3177-4767725 | | 06-54377723 | |
|  |  |  |  |  |
|  | Wonen Limburg | Jean-Lou Snelder | [Jean-lou.snelder@wonenlimburg.nl](mailto:Jean-lou.snelder@wonenlimburg.nl) | |  | | --- | | 31475-851562 | | 06-10734813 | |
|  |  |  |  |  |
|  | Woonbedrijf SWS | Willie Martens | [Willie@inovamedia.nl](mailto:Willie@inovamedia.nl) | |  | | --- | | 3177-4660189 | | 06-23192561 | |
|  |  |  |  |  |
|  | Haegens Vastgoed | Herman Sijtsma | [Herman.sijtsma@haegens.nl](mailto:Herman.sijtsma@haegens.nl) | |  | | --- | | 3177-3976996 | | 06-29027629 | |
|  |  |  |  |  |
| **Wiebe** | Ons Huis Apeldoorn | Meneer H. Dreijer | Hansdreijer@onshuisapeldoorn.nl | 3155-5262500 |
|  |  |  |  |  |
|  | Woonborg Vries | Meneer J. van Goor | bergsma@woonborg.nl | 31592-303600 |
|  |  |  |  |  |
|  | Domesta | Meneer B. Meulman | [b.meulman@domesta.nl](mailto:b.meulman@domesta.nl) | 31591-570100 |
|  |  |  |  |  |
|  | Woonfriesland Grou | Meneer A. De Haan | ? | 31566-629129 |
|  |  |  |  |  |
|  | Twinta | Meneer B. Vedders | [i.pieksma@twinta.nl](mailto:i.pieksma@twinta.nl) | +3174 367 7373 |

XXX = Geeft aan wel bereid te zijn om mee te werken aan het onderzoek

XXX = Geeft aan niet bereid te zijn om mee te werken aan het onderzoek

Gezien de privacyrechten is het niet mogelijk om te achterhalen welke van de bovenstaande contactpersonen ook daadwerkelijk de enquête hebben ingevuld. Wel is bekend dat slechts twee contactpersonen de enquête zijn gestart, waarvan één hem volledig heeft afgerond.

# Bijlagen

SG | Automatisering (z.d.) *SG | Aangenaam.* Geraadpleegd op 29 maart 2012, via <http://www.sg.nl/>

* PWC (2009) *Onze diensten*. Geraadpleegd op 29 maart 2012, via <http://www.pwc.nl/>
* NRC.nl (11 mei 2012), *DNB vreest voor de gevolgen van de vastgoedcrisis.* Geraadpleegd op 16 mei 2012, via <http://www.nrc.nl/nieuws/2012/05/11/dnb-vreest-voor-de-gevolgen-van-de-vastgoedcrisis/>

1. SG | Automatisering (z.d.) *SG | Aangenaam.* Geraadpleegd op 29 maart 2012, via <http://www.sg.nl/> [↑](#footnote-ref-1)
2. PWC (2009) *Onze diensten*. Geraadpleegd op 29 maart 2012, via <http://www.pwc.nl/> [↑](#footnote-ref-2)
3. NRC.nl (11 mei 2012), *DNB vreest voor de gevolgen van de vastgoedcrisis.* Geraadpleegd op 16 mei 2012, via <http://www.nrc.nl/nieuws/2012/05/11/dnb-vreest-voor-de-gevolgen-van-de-vastgoedcrisis/> [↑](#footnote-ref-3)