



SUCCESVOL IN HET ONTZORGEN VAN KLANTEN

Fujitsu Technology Solutions neemt klanten de zorg voor IT uit handen. Met zijn indrukwekkende producten- en dienstenportfolio is het bedrijf in staat om totaaloplossingen te leveren. Daarbij staat aandacht voor de klant voorop. "Het ondersteunen van de business van de klant heeft bij ons topprioriteit."

Fujitsu Technology Solutions (ontstaan uit de samenvoeging van Fujitsu Siemens en Fujitsu Services, begin dit jaar) is een bedrijf dat zijn klanten ontzorgt en centraal stelt. Dat blijkt uit de flexibele, klantgerichte organisatie en het onderscheidende productaanbod. Dit spreekt klanten uit diverse branches en met verschillende bedrijfsgroottes aan. Zo sloot FrieslandCampina onlangs een contract met Fujitsu voor het inrichten en beheren van 12.000 werkplekken. Redenen voor FrieslandCampina om voor Fujitsu te kiezen bleken het kwalitatief hoogwaardige productaanbod en de marktconforme prijsstelling, maar bovenal de 'cultural fit'. Bij Alliander en Royal Bank of Scotland lopen gelijksoortige contracten. "We werken in dit soort projecten echt samen met de klant", zegt Geo van der Wilk, sinds januari 2010 algemeen directeur van Fujitsu in Nederland. "Vanuit een team, ieder met zijn eigen verantwoordelijkheid, maar met dezelfde doelstellingen. Wij luisteren echt naar de klant en dragen proactief ideeën aan."

Toegevoegde waarde

Fujitsu biedt het Dynamic Infrastructures-portfolio. Een 'winkel' met bouwstenen waaruit oplossingen voor klanten kunnen worden samengesteld. Door de gelaagdheid van het portfolio is het zowel mogelijk om een enkel product aan een klant te leveren als een totaaloplossing in te richten. "Klanten vinden het prettig dat Fujitsu zowel services als producten levert. Daardoor is er één aanspreekpunt en gaat er weinig mis, wat anders is als er meerdere partijen moeten samenwerken om een oplossing bij een klant te implementeren. Daarnaast waarderen klanten het feit dat Fujitsu zijn eigen hardware produceert", volgens Van der Wilk.

Het opbouwen van langdurige relaties met klanten om zo de best mogelijke ondersteuning te bieden is een belangrijke component in de bedrijfsfilosofie van het

'Onze toegevoegde waarde komt tot uiting in de focus op de klant'

Geo van der Wilk

samengevoegde bedrijf. Het leveren van producten is steeds meer commodity, maar het bieden van toegevoegde waarde is wat Fujitsu onderscheidt van concurrenten. Die toegevoegde waarde komt tot uiting in de focus op de klant en in de verantwoordelijkheid voor de diensten en medewerkers die Fujitsu van de klant overneemt. Daarnaast wil het bedrijf zich meer verdiepen in bepaalde marktsegmenten, zoals zorg, overheid en vervoer. Fujitsu kiest er bewust voor om te investeren in kennis van die branches. Van der Wilk: "Kennis van de markt is onontbeerlijk om de business van klanten te begrijpen. Van de retailmarkt weten we van oudsher al veel." Dat blijkt onder meer uit het feit dat V&D onlangs het contract met Fujitsu heeft verlengd. Niet alleen enterprises zijn bij Fujitsu aan het juiste adres; ook voor het mkb zijn er passende oplossingen. "We kennen verschillende modellen om klanten te bedienen. Zo hebben we voor enterprises een dedicated accountmanager, kunnen we kleinere organisaties bedienen via onze salesdesk en werken we met een indirect partnerkanaal", legt Van der Wilk uit.

Wereldwijde slagkracht

Zowel nieuwe als bestaande klanten halen met Fujitsu de slagkracht van een grote internationale organisatie in huis, maar kunnen door de aanwezigheid van het bedrijf in zeventig landen toch lokaal zakendoen. Zo werkt Fujitsu voor FrieslandCampina nauw samen met collega's in Duitsland, Oost-Europa en Azië. De Britse vestiging van de ICT-dienstverlener sloot onlangs een contract af met Shell, waarvoor Fujitsu Nederland lokaal de uitvoering op zich zal nemen. "Klanten ervaren de kracht van een grote leverancier, maar hebben een lokaal aanspreekpunt", zegt Van der Wilk. "We merken dat dit erg gewaardeerd wordt."

Dat klanten tevreden zijn over de werkwijze van Fujitsu blijkt uit verschillende onderzoeken. Zo becijferde onderzoeksbureau Giarte in zijn Outsourcing Recommendation Index dat de klanttevredenheid van 74% in 2009 steeg naar 88% in 2010. Marktonderzoeker Gartner plaatste Fujitsu in zijn Magic Quadrant for Desktop Outsourcing in het leiderschapsvak, samen met IBM en HP. "Uit recente successen blijkt dat we in staat zijn om nieuwe klanten te winnen. De combinatie van nieuwe klanten en tevreden bestaande klanten geeft de organisatie een positieve impuls. In tegenstelling tot een aantal concurrenten laat Fujitsu dit jaar groei zien."

Ambitieuus

De Japanse achtergrond van het bedrijf is ook in Nederland voelbaar. Het komt vooral tot uiting in de langetermijnfilosofie. Van der Wilk: "We lopen niet snel weg voor uitdagingen en ondersteunen opdrachten en klanten die bijdragen tot een succes op lange termijn. Ook in R&D is die langetermijnvisie merkbaar." De Nederlandse bedrijfscultuur is gestoeld op het Japanse moederbedrijf: realistisch en ambitieus. Van der Wilk wil dat Fujitsu binnen drie tot vijf jaar een topvijf-speler is op de Nederlandse markt. Daarnaast moet het bedrijf onder zijn leiding groeien, bij voorkeur autonoom. Wereldwijd is Fujitsu de derde speler op het gebied van Global IT Services*: "In Nederland moeten we dat gaan evenaren." Dat gebeurt door de naamsbekendheid van het bedrijf te vergroten, de klanttevredenheid verder te verbeteren en te zorgen dat de medewerkers tevreden blijven en dit ook uitstralen. "Los van alle techniek en technologie zijn we vooral een mensenbedrijf. Ons succes valt of staat met het enthousiasme van onze medewerkers."

* Bron: 'Market Share Analysis: IT Services Rankings, Worldwide, 2009', Gartner, april 2010