

25 jaar vakmanschap in digitale wereld

WAT HEBBEN ICT, MARKETING, BIER EN ONDERNEMEN MET ELKAAR TE MAKEN? MEER DAN JE OP HET EERSTE GEZICHT DENKT. VOOR TRIMM IN ENSCHEDE ZIJN DIT SLECHTS ENKELE INGREDIËNTEN VAN EEN SUCCESFORMULE, WAARBIJ 'DIGITAL CRAFTSMANSHIP' VOOROPSTAAT.

ROGIER FLORIJN, MARC WOESTHUIS EN JORENS THOMASSEN



TRIMM is gespecialiseerd in het bedenken van onlinecampagnes, internettoepassingen en platformen. Het bureau maakt sites, shops en portals en combineert dat met data-analyse en marketing.

GROLSCH

Maar laten we met het bier beginnen: TRIMM is digital partner van Grolsch en heeft onlangs het vernieuwde Grolsch.nl gelanceerd. Dat niet alleen, want het bedrijf is gevestigd aan de Moutlaan op de voormalige locatie van de bierbrouwerij. “Als je bovendien bedenkt dat de reclameslogan van Grolsch destijds ‘Vakmanschap is meesterschap’ was en dat wij het hebben over ‘digital craftsmanship’, dan is de cirkel helemaal rond”, zegt directeur Marc Woesthuis.

TRIMM bestaat inmiddels 25 jaar. Het bedrijf begon destijds met de ontwikkeling van digitale leermiddelen en multimediale toepassingen, maar heeft zich sindsdien in een geheel andere richting ontwikkeld. Het bedrijf houdt zich tegenwoordig bezig met strategie, creatie en realisatie, design, marketing en technologie. Maar ook met productontwikkeling, om een zijstraat te noemen. Directeur Rogier Florijn: “Dat maakt het ook zo boeiend om hier te werken. We hebben allerlei disciplines in huis en werken voor een breed scala aan ondernemingen in binnen- en buitenland.”

BIJZONDER TALENT

TRIMM, dat geheel onafhankelijk opereert, levert uitsluitend maatwerk. Het bedrijf doet dit met 110 werknemers, die zich op verschillende terreinen hebben gespecialiseerd. Hierbij wordt dankbaar gebruikgemaakt van het potentieel dat zich bevindt op de roc's, hogescholen en de universiteit in de regio Twente. “Wanneer je werkt voor grote bedrijven in en buiten Nederland en bijzondere dingen maakt, dan heb je ook bijzonder talent nodig”, zegt

‘Als je bijzondere dingen maakt, heb je bijzonder talent nodig’

Woesthuis. “Wat dit betreft hebben we geluk dat hier in de regio bovengemiddeld veel technologie wordt gestudeerd. Hier kunnen wij uit putten.” Studenten krijgen de mogelijkheid om tijdens hun studie bij het bedrijf te werken. Hiervoor is tien jaar geleden gestart met TRIMM PIT (Professionals in Training), waaraan werkstudenten, afstudeerders en stagiaires kunnen deelnemen. Ze krijgen een traject aangeboden met leerdoelen en een onderliggende visie en kunnen hiermee al aan hun cv werken. De deelnemers krijgen bovendien betaald voor het werk dat ze leveren – altijd handig voor een student.

GEEN STUDIESCHULD

Hiernaast start TRIMM komende september samen met vier andere bedrijven in de regio met een nieuw initiatief. Studenten kunnen bij al deze bedrijven aan de slag tijdens hun studie. Ze worden per uur betaald en krijgen daarnaast geld gestort op een spaarrekening, waarmee het collegegeld wordt betaald. Directeur Jorens Thomassen: “Ze kunnen dus zonder studieschuld studeren! Vooropstaat dat de student zelf kiest waar hij of zij werkt. De deelnemende bedrijven mogen ook niet aan de deelnemers gaan trekken om daar te komen werken. Deze keuze ligt geheel bij de studenten.” Gestart wordt met twintig plekken. Hiermee wordt eerst ervaring opgedaan, waarna het aantal kan worden uitgebreid. Dit geldt ook voor het aantal bedrijven dat aan het initiatief deelneemt.

PROJECTEN

Zoals gezegd werkt TRIMM aan een grote variëteit van projecten. Florijn noemt enkele voorbeelden: “We hebben gewerkt aan Iemand.nl, een portal die zelfstandige schoonmakers en particulieren die een schoonmaker zoeken samenbrengt. Alles wordt online afgehandeld, van het boeken tot en met de uitbetaling. Hiervoor hebben we een internationale MarCom Gold Award gewonnen. Iets heel anders is Philips Lighting OEM, dat voor andere fabrikanten onderdelen maakt. Hiervoor hebben we een groot gepersonaliseerd platform opgezet, waarvoor we in Berlijn afgelopen oktober een Digital Communication Award in ontvangst mochten nemen. En voor Nexperia, een spin-off van NXP, hebben we een corporate site gemaakt die in feite een grote zoekmachine is.” Dit laatste laat volgens Florijn goed zien

hoe breed TRIMM werkt. “Wij doen namelijk ook de marketing en helpen bij het succesvol maken van het platform; wij verzorgen de hele *customer experience*. Daarnaast zijn we bezig met een nieuw project waarbij we de data verzamelen en analyseren. Dit leidt tot nieuwe inzichten, waardoor we voor onze klant nieuwe markten ontdekken.”

INNOVATIE

Een bedrijf als TRIMM kan alleen succesvol zijn als continu wordt geïnnoveerd. “Wij moeten technologisch vooroplopen, een trackrecord opbouwen en dat in stand houden”, aldus Woesthuis. “Want alleen dan houden we onze klanten en werven we nieuwe.” Mede daarom heeft TRIMM onlangs zijn eerste hackathons georganiseerd. Teams, samengesteld uit verschillende disciplines, kregen de gelegenheid om ideeën te pitchen en uit te werken tot een ‘proof of concept’. “Dit is de eerste keer dat we dit zo doen”, zegt Woesthuis. “We hebben natuurlijk al eerder de gelegenheid geboden om ideeën uit te werken en dit leidde vaak tot verrassende en bruikbare ideeën.”

Uit alles blijkt dat TRIMM meer is dan een doorsnee ICT-bedrijf. Florijn: “We zijn constant aan het pionieren; we zoeken nieuwe uitdagingen en gaan die ook aan.” Woesthuis vult aan: “Dit kan omdat we geheel zelfstandig opereren; we zijn onafhankelijk en dit willen we graag zo houden. We kunnen onze eigen koers bepalen, ondernemer zijn. Zodra je onderdeel bent van een groter geheel, ben je meer aan het managen dan aan het ondernemen en dat willen we nu juist voorkomen.”



* THEMA'S

VAKMANSCHAP

ONAFHANKELIJK

DIGITAAL

INNOVATIE

TALENT