



# ‘Procesdenken is ’t hart van ons bedrijf’

MLC BESTAAT INMIDDELS RUIM 35 JAAR.

TIEN JAAR GELEDEN HEBBEN MARTIJN TOLSMA EN ROBIN ZWIJNENBERG DE LEIDING OVERGENOMEN VAN OPRICHTERS MOLENAAR EN LOK. DE AFGELOPEN JAREN HEEFT HET BEDRIJF HET CENTRALE PROCESDENKEN VERRIJKT MET TECHNOLOGIE EN GERICHTE INZET VAN DATA.

Klanten kiezen volgens Zwijnenberg voor MLC “omdat ze merken dat wij nadrukkelijk voor klantrelaties kiezen. We zijn loyaal en klantgericht, komen onze afspraken na en durven resultaat-afspraken te maken. Zo zijn wij gestaag doorgegroeid naar de stabiele, koersvaste organisatie die we nu zijn.”

## Wokken

“Procesdenken is het hart van ons bedrijf”, vertelt Martijn Tolsma. “We zijn nieuwsgierig, innovatief en resultaatgericht. Zo zijn we uitgegroeid tot een organisatie die klantvraagstukken oplost met methodieken, vakmanschap en passie. We vergelijken het wel met wokken, waarbij we

afhankelijk van het vraagstuk verschillende ingrediënten gebruiken om tot de juiste oplossing voor de klant te komen.”

“Het gaat bij MLC niet om trucjes toepassen,” nuanceert Zwijnenberg, “maar om de uitkomst. De kern is dat je daarbij op het proces stuurt, in plaats van op de uitkomst. Als je op het proces stuurt, wordt de uitkomst voorspelbaar. Met technologie en de juiste inzet van data heeft het sturen in de processen de afgelopen jaren nog meer body gekregen.”

## Klantvraagstukken

“Bij ons begint digitale procestransformatie bij de klantvraagstukken”, vertelt Tolsma. “Die bekijken we vanuit drie

thema’s: customer experience, operational excellence en in control. We hebben best practices ontwikkeld om klantprestaties, processtandaardisatie en -automatisering en optimalisatie van de inzet van resources inzichtelijk te maken. Voor het verhogen van ‘in control’ richten we ons op datage driven monitoring van risico’s, compliance en kwaliteitsnormen.”

Stip op de horizon voor Tolsma: “We hebben al veel bereikt bij onze klanten in de sectoren financiële dienstverlening, publiek domein en woningcorporaties. Ook binnen retail en logistiek timmeren we volop aan de weg. Best kans dat we daar meer aandacht aan gaan geven en onze best practices op dat vlak meer inzetten.” “Het hart zal altijd procesmanagement blijven”, aldus Zwijnenberg. “Daarmee en met onze innovatieve kracht willen we het verschil voor onze klanten blijven maken en in onze organisatie geleidelijk doorgroeien naar pakweg vijftig medewerkers.” ○

*‘Klanten kiezen voor ons, omdat ze merken dat wij nadrukkelijk voor klantrelaties kiezen’*



DEEL ONLINE