



FABRIQUE | Sjoerd van der Kooij en Erik van der Meer

# 100% intrinsieke motivatie

DE CLIENTSERVICEBRANCHE IS VAN OUDSHER STERK KLANTGEORIËNTEERD – LOGISCH EN TERECHT. MAAR OM DE KLANTTEVREDENHEID TE VERHOGEN, KIJKT FABRIQUE OOK NADRUKKELIJK NAAR BINNEN. HOE DIT WERKT, VERTELLEN OPERATIONEEL DIRECTEUR ERIK VAN DER MEER EN STUDIO DIRECTOR SJOERD VAN DER KOOIJ.

Fabrique heeft kantoren in Rotterdam en Amsterdam. Sinds de fusie met Zicht is het Rotterdamse kantoor in bezetting bijna verdubbeld. “Die integratie is net zo verlopen als elke andere teamuitbreiding”, vertelt Erik van der Meer. “We zetten het team en de persoonlijke relaties voorop. We laten mensen samen aan projecten werken, mixen de teams en zorgen er zo voor dat mensen elkaar goed leren kennen.”

Met de Zweedse ARC Group ligt dat geografisch gezien minder voor de hand, beaamt hij. “Wat we daar vooral mee winnen, is een groter netwerk van collega’s om kennis en expertise mee

uit te wisselen en een groter netwerk van interessante klanten. We slaan daarmee een gat in ons groeiplaafond.”

## Talent binden

“Verandering en groei zijn voor Fabrique belangrijke waarden”, vertelt Sjoerd van der Kooij. “Via diverse universiteiten en hogescholen zoeken we structureel naar talent. We bieden een fijne werkplek met veel kansen om een eigen portfolio op te bouwen met divers, opvallend werk en om vaardigheden te leren waar je je hele verdere loopbaan profijt van hebt. Met Fabrique University bieden we zowel inspiratie als praktische trainingen. Maar waar we vooral veel tijd en energie in steken, is het koppelen

van nieuw talent aan ervaren collega’s die hun kennis en kunde overdragen. Op die manier borgen we de groei en blijven we in beweging. Dat onze klanten dat waarderen is een mooie bevestiging.”

## Intrinsieke motivatie

Fabrique heeft geen moeite om nieuw talent te werven; mensen weten het bureau meestal wel te vinden. Opvallende projecten en toonaangevende klanten zijn de belangrijkste redenen om te solliciteren. Van der Meer: “Awards winnen is voor ons geen doel op zich, maar helpt enorm om interessant en relevant te blijven. Dat ligt dicht bij de motivatie van een ontwerper dan een nieuwe leaseauto.”

Van der Kooij: “Iedereen die bij ons komt werken doet dat voor honderd procent vanuit intrinsieke motivatie. Als die motivatie klopt, heeft dat een aansterkend effect op het team en op het werk dat ze voor klanten maken.” ◀

‘Verandering en groei zijn voor ons belangrijke waarden’



DEEL ONLINE