

# IT-dienstverlener Stepco draait beste jaar ooit 'Het zware weer heeft ons niet verrast'

Door drs. Peter Swelsen

**Ittervoort • IT-dienstverlener Stepco heeft de derde prijs bij de Channel Xcellence Awards 2010 gewonnen in de categorie *Economic Survivor*. Volgens de jury van de *Economic Survivor Award* blinkt Stepco uit in 'drive-marketing', omdat de directie voor honderd procent betrokken is bij alle sales. De meeste andere Nederlandse IT-bedrijven raakten de afgelopen jaren in de problemen. Het Limburgse Stepco - dat voor bedrijven automatisering op afstand regelt - realiseerde in 2009 echter de hoogste brutowinst ooit. Ook groeide de omzet en het aantal medewerkers gestaag. Commercieel directeur Jack Braeken legt uit op welke manier het managementteam Stepco 'recessieproof' wist te maken.**

"Het zware weer heeft ons niet verrast", vertelt Jack Braeken. "Al in 2008 bereidde het managementteam de medewerkers voor op de komst van een economische crisis. Doordat ons bedrijf de recessie van 2000 heeft meegemaakt, wisten we wat er op ons afkwam. Uit ervaring weten we bijvoorbeeld dat MKB-bedrijven in moeilijke tijden hun IT-organisatie kritisch tegen het licht houden. Directies willen meer grip op hun IT, meer efficiency en meer flexibiliteit. Stepco heeft met een onderscheidende dienstverlening ingespeeld op die behoefte." Stepco is een IT-dienstverlener met honderd medewerkers, die is gespecialiseerd in het ontwerpen, implementeren en beheren van gecentraliseerde computeromgevingen. Het

bedrijf beheert plusminus zevenduizend werkplekken voor kleine, middelgrote en grote bedrijven. "Afhankelijk van de schaalgrootte van een bedrijf kunnen wij €10.000,- tot twee miljoen euro per jaar op de IT-kosten



Fotografie: Moniek Wegdam

"Ondernemen betekent in mijn optiek ook dat je bepaalde dingen *niet* doet", legt commercieel directeur Jack Braeken uit.

besparen", vertelt Braeken. "Dat komt doordat wij enorme schaalvoordelen realiseren met onze centralisatiestrategie en die voordelen doorgeven aan de klant."

De markt reageert goed op de sterke propositie van Stepco. De afgelopen 2,5 jaar gingen vijftig nieuwe relaties met het bedrijf in zee, terwijl het verloop van bestaande klanten gering was. Volgens Jack Braeken zijn onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde de belangrijkste wapens in tijden van economische teruggang. "Nog steeds zijn te veel IT-bedrijven gefocust op techniek. Ze verhuren bijvoorbeeld enkel kubieke meters datacenter of bieden technische consultancydiensten aan. Het probleem is dat je met dat soort dienstverlening in feite met alle andere IT-bedrijven in Nederland concurreert. Het gevolg is een moordende prijzenslag die al flink wat bedrijven de kop heeft gekost. Je speelt op die manier in een arena waarin alle anderen ook spelen. Het is beter om naast die arena een kleiner eigen stadion te bouwen met de focus op een specifiek gebied. Ondernemen betekent in mijn optiek ook dat je bepaalde dingen *niet* doet. Stepco kiest er expliciet voor om relaties te helpen bij het optimaliseren van hun beheersorganisatie. We richten hun IT-organisatie zo in dat ze flexibel op de turbulentie van de markt kunnen inspelen. Relaties die een kantoor willen sluiten, reorganiseren of juist uitbreiden, kunnen hun IT daarop bijvoorbeeld binnen twee weken afstemmen." Jack Braeken beseft terdege dat succes uit het verleden geen garantie voor de toekomst is. Een *economic survivor* heeft de blik tenslotte altijd op de toekomst gericht. "Voor 2010 ziet het er vooralsnog zeer goed uit. Maar we zijn ook voorbereid op een *worstcase* scenario; bijvoorbeeld als de euro een vrije val maakt". besluit Braeken.