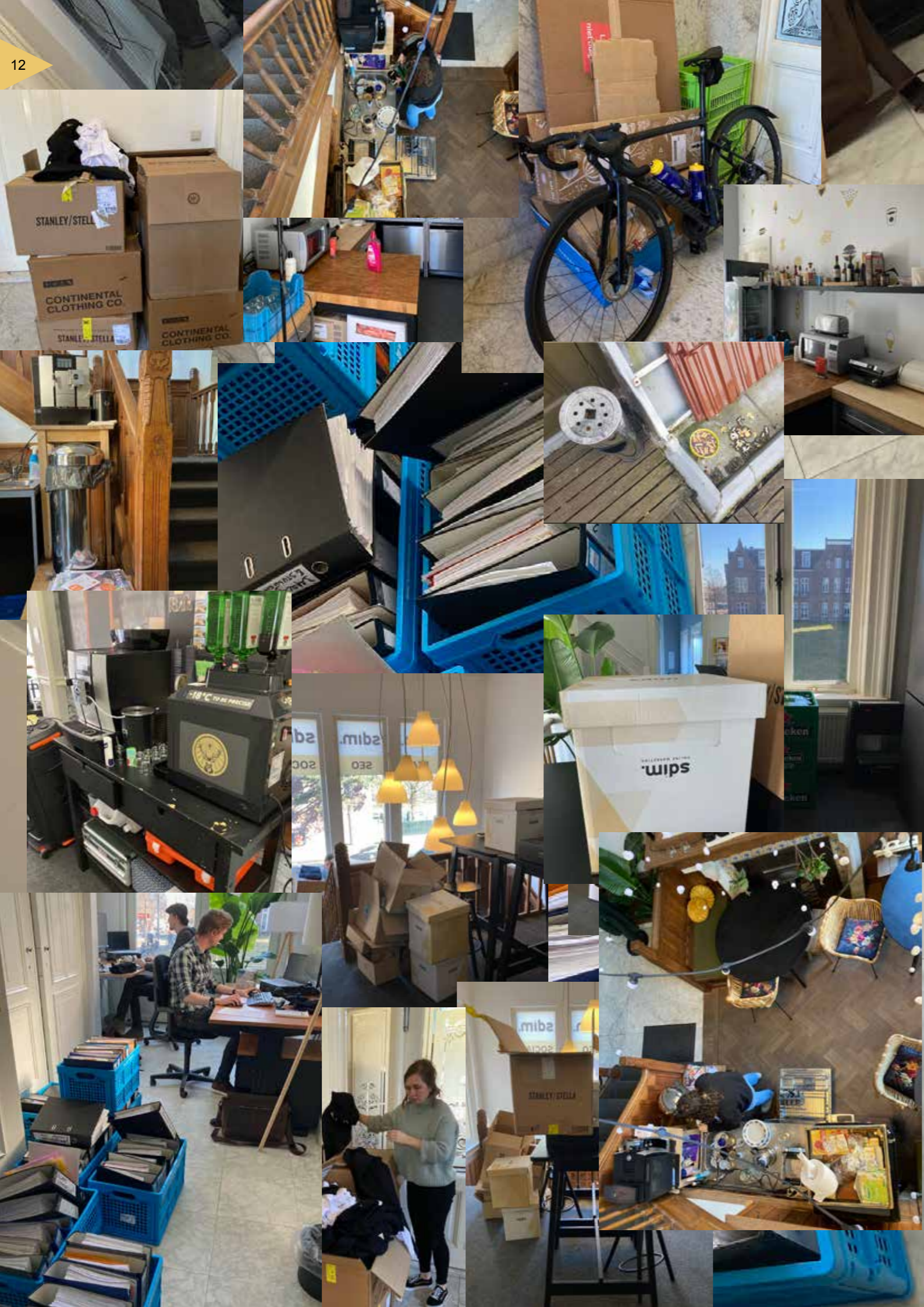


STOM



Wanneer er een politieauto, brandweer, ambulance of andere sirene langsrijdt op kantoor, het lijkt alsof je er naast staat.

Dat je het koffieapparaat altijd moet LEGEN, bijvullen of een half uur moet reinigen, net wanneer je hebt aangeboden voor de hele kamer koffie te halen.

Wanneer het internet uitvalt als je net in een videocall met een klant zit.

Slechte MUZIEK-SMAAK van collega's (vooral op vrijdag).

Dat er altijd een soort **groepsgesprek** met binnenlopende collega's ontstaat net als jij in een call zit.

Overlopende **asbakken** op het dakterras.

WANNEER ER NIKS TE ETEN IS OP KANTOOR!



Dat collega's niet kunnen stoppen met praten terwijl je een call hebt met een klant!

Wanneer er collega's zijn die het of te **koud** of te **warm** hebben in het pand, omdat er nooit een goede temperatuur gerealiseerd kan worden.

‘Door het oude logo had SDIM bij mij nogal een luguber imago’



Binnen 7 minuten op kantoor

Als geboren Haarlemmer kende ik SDIM nog uit de tijd dat het *S&D Interactive Media* heette. Door de combinatie van de wereldbol en de woorden S&D - waardoor het lijkt alsof er een ‘target’ op gericht is, wat voor de oud *Call of Duty*-spelers onder ons *Search & Destroy* betekent - veroorzaakte het bedrijf bij mij een nogal luguber imago.

Gelukkig zit SDIM er tegenwoordig statig bij met een moderne en frisse uitstraling. Na de verkoop van mijn aandelen in mijn eigen bedrijf ben ik op zoek gegaan naar een specialistische partij in de omgeving, zo kwam ik al snel bij SDIM terecht.

Het is heerlijk om elke dag binnen zeven minuten op kantoor te zijn. In het tweede gesprek met Mark en Gwoon Sun kreeg ik een klantcase voor mijn kiezen. Dit had ik totaal niet verwacht. Ik kreeg een aantal vragen waarop ik ‘de klant’ het antwoord schuldig moest blijven. Gelukkig kwam ik er aardig goed doorheen.

Mijn eerste week bij SDIM begon iets anders dan anders, namelijk thuis. Toch ben ik al vanaf de eerste dag erg blij met mijn nieuwe baan. Ik vind het heel fijn dat er zo veel kennis ligt binnen de organisatie en dat iedereen zichzelf kan zijn. Dat is bij Amsterdamse bureaus vaak anders. Ik werk nu pas zes weken bij SDIM, maar heb al enorm veel geleerd. De tijd vliegt voorbij. Op naar nog meer kennis opdoen!





SDIM-Moscow Mule

De eerste keer dat ik dit drankje dronk? Tijdens het SDIM Kerstfeest in Morris. Het was een uur voor sluitingstijd en er kwam een belangrijk bericht binnen: 'We moeten aan de cocktails! De rekening is nog niet vol'. De Moscow Mules kwamen vanachter de bar tevoorschijn. Nu, twee jaar later, één van mijn favorieten, en binnenkort ook die van jou ;)

Wat heb je nodig?

- Vodka 45 ml
- Ginger beer (1 blikje)
- 1/2 limoen
- Ijsblokjes
- 1 takje munt
- Optioneel: paar druppels Angostura Bitters

Zo maak je het:

- 1 Vul een koperen mok met ijsblokjes
- 2 Voeg 45 ml vodka en het sap van de limoen toe
- 3 Vul de mok aan met ginger beer en roer door
- 4 Garneer met munt en een schijfje limoen
- 5 Voeg eventueel wat Angostura Bitters toe





Het **SDIM-DNA** is nooit veranderd

Of ik iets wil schrijven over de ontwikkelingen bij SDIM in de afgelopen jaren? Tuurlijk wil ik dit! In vijftien jaar, maar zeker ook in de laatste jaren, zijn ontzettend veel dingen veranderd. Het pand, het aantal (heel leuke) collega's, het management dat de groei wil en kan begeleiden, de professionele organisatiestructuur, de vele diensten die we leveren door het verhoogde kennisniveau en enthousiasme, de nieuwe systemen, de koffie, het percentage vrouwen op de werkvloer, de gemiddelde leeftijd. En de inhoud van de koelkast is, je gelooft het niet, écht een stuk beter. Het zijn allemaal zichtbare veranderingen bij SDIM. Logisch, de organisatie groeit en stilstand is nou eenmaal achteruitgang. Maar weet je, er zijn ook heel veel dingen hetzelfde gebleven: het SDIM-DNA is nooit veranderd!

Al vijftien jaar zijn we een bedrijf dat rust op een fundament van de bedrijfscultuur, ons DNA. Wat we nu zien als de SDIM-cultuur was vijftien jaar geleden gewoon normaal, een werkwijze, een levensstijl. Het ontstond vanuit de visie en levensfilosofie van Jan. Wie hem niet of niet goed kent: Jan is de oprichter van SDIM. Hij voelde zich als werkgever

verantwoordelijk voor zijn collega's én hun privéleven. Hij waardeerde collega's en klanten omdat ze bijdroegen aan zijn eigen levensvreugde. En omdat je in zijn ogen een ander behandelt zoals je zelf behandeld wilt worden, ligt daar de basis van een succesvol SDIM.

Dit fundament werd in de loop der jaren een bedrijfsstrategie en -cultuur. Mensen werk(t)en lang en met veel plezier bij SDIM. Klanten zijn lyrisch over de kennis en proactieve dienstverlening.

Op heel veel punten is SDIM dus juist helemaal niet veranderd. Het DNA van SDIM is hetzelfde als vijftien jaar geleden en dit merk je terug in alle collega's en processen. SDIM geeft vertrouwen, SDIM is flexibel, SDIM voelt zich verantwoordelijk, SDIM is kritisch op zichzelf en streeft naar het best haalbare, SDIM heeft vertrouwen maar is niet arrogant, SDIM kent zichzelf en kijkt kritisch naar zichzelf. Bij SDIM maak je plezier en voel je je op je gemak, SDIM staat voor openheid en kansen, SDIM viert ook het kleine als iets groots. SDIM is no-nonsense zoals no-nonsense bedoeld is en SDIM is een succes door gewoon zichzelf te zijn. Kortom, veranderingen zijn er zéker maar het DNA verandert niet. En dat is nou precies het punt waarom SDIM zo'n fijne plek is om te werken en jezelf te blijven ontwikkelen.

'SDIM is een succes door gewoon zichzelf te zijn'

