



SONJA BEVERS, TAM TAM CONSULTING

“Huidige ICT-omgeving vormt ideale omgeving voor vrouwelijke managers”

Het onafhankelijk consultancybedrijf Tam Tam Consulting ondersteunt middelgrote, grote en multinationale bedrijven bij het beheer van hun telecommunicatie, en zorgt ervoor dat die volledig in functie van hun business wordt geïmplementeerd. CEO Sonja Bevers houdt een warm pleidooi voor meer vrouwelijke inbreng in deze toch nog overwegend mannelijke sector. “Vrouwen beschikken over ‘skills’ die enorm belangrijk zijn bij het vertalen van de bedrijfsstrategie en -visie naar het ICT-gebeuren.”

M.M.: Mevrouw Bevers, hoe gaat uw bedrijf tewerk?

Sonja Bevers: “Eerst checken we hoe de medewerkers van het bedrijf werken en communiceren. We brengen in kaart wat de onderneming qua communicatietechnologie biedt, en wat het daar allemaal mee doet en zou kunnen doen. Daarna onderzoeken we hoe we dat geheel kunnen optimaliseren, zowel financieel als technisch. We analyseren dus hoe we hen beter en/of goedkoper kunnen

laten werken door de meest optimale communicatiemiddelen in te kopen. Als telecomexperten weten we alles over ‘fixed voice’, ‘mobile voice’ en data, datanetwerken, ‘unified communications’ en audio- en videoconferenties. Voor al deze oplossingen bieden wij diensten aan op vier gebieden: ‘monitoring & reporting’ (klanten vertellen wat ze verbruiken, wat de kosten daarvan zijn en hoe hun contracten in elkaar zitten), ‘sourcing & contract management’ (ervoor zorgen

dat de contracten in lijn liggen met de behoeften), ‘business alignment’ (de telecomomgeving afstemmen op de noden van de huidige en toekomstige business) én ‘strategy development’ (een langetermijnvisie ontwikkelen als onderdeel van de bedrijfsstrategie).”

M.M.: Wat zijn vandaag de belangrijkste trends en uitdagingen?

“De grote trend is duidelijk dat alle communicatiemiddelen geïntegreerd zullen

worden. Applicaties moeten continu beschikbaar zijn. E-mail verliest terrein, de ‘cloud’ komt fel op en alles evolueert tot één groot geheel. Het doel? Dat elke medewerker beschikt over alle hulpmiddelen, zodat de zaken beter draaien. ICT zal veel meer vertrekken vanuit de business van elk bedrijf dan wel vanuit de technologie op zich. Spijtig genoeg staan veel bedrijven nog maar aan de startlijn van dergelijke broodnodige integratie. De belangrijkste uitdaging is ongetwijfeld het vervagen van de scheiding tussen privé en werk. Mensen willen alle communicatiemiddelen die ze thuis gebruiken ook op het werk benutten. Maar deze overlapping veroorzaakt grote uitdagingen voor het beveiligen van bedrijfsinformatie.”

M.M.: U staat als vrouw aan het hoofd van een ICT-consultancybedrijf. Is dat niet vooral een mannenwereld?

“Toch wel. Maar gelukkig vinden ook meer en meer vrouwen hun weg in deze boeiende sector. Vrouwen beschikken over een aantal ‘skills’ die enorm belangrijk zijn bij het vertalen van de bedrijfsstrategie en -visie naar het ICT-gebeuren. Noodzakelijk om hier juist mee om te gaan, zijn onder andere overleg, luisteren en intensieve communicatie. En dat zijn toch vooral vrouwelijke eigenschappen. Om te achterhalen wat de eindgebruiker juist wenst, heb je bovendien vooral kenmerken nodig zoals emotionele intelligentie, de dingen perfect aanvoelen, goed kunnen luisteren, zaken bij elkaar brengen en organiseren. Diezelfde kenmerken zijn van onschatbare waarde om de wensen van alle departementen – financieel, IT, HR en directie – te respecteren bij het aanbrengen van grote of kleine veranderingen. De wereld evolueert bijzonder snel: ook daar kunnen vrouwen een geweldig positieve rol vervullen. En het toenemende belang van ethiek vormt eveneens een troef voor vrouwen.”

M.M.: Waarom hebt u gekozen voor deze sector?

“Ik ben hier eerder toevallig in terechtgekomen, maar had de microbe

onmiddellijk te pakken. Ik belandde in een wereld die permanent veranderde en bovendien geliberaliseerd werd. Er kwamen nieuwe leveranciers bij en alles evolueerde ontzettend snel. Dat is eigenlijk nog altijd zo. Als je op vakantie bent geweest, moet je telkens even bijbenen. Telecommunicatie en ICT vormen ook een heel brede wereld vol mogelijkheden en ruimte voor initiatief en creativiteit. Een omgeving die mij enorm boeit, waarin ik mijn job met veel passie en overgave wil uitvoeren.”

M.M.: Waarom werken er weinig vrouwen in ICT en telecommunicatie?

“Omdat de meesten geen studies volgden in die richting. Weinig meisjes kiezen rechtstreeks voor technologie. Het is voor hen een onbekende wereld. Daarom hebben ze er ook veel vooroordelen over, terwijl er net bijzonder veel werk is op het gebied van interactie,

“De belangrijkste uitdaging is ongetwijfeld het vervagen van de scheiding tussen privé en werk. Mensen willen alle communicatiemiddelen die ze thuis gebruiken ook op het werk benutten.”

Sonja Bevers.



luisteren en begeleiden. Het is onvoldoende bekend dat je in deze sector dikwijls intermenselijk actief bent. Vrouwen hoeven zich in deze sector bovendien evenmin zorgen te maken over de combinatie van een job met kinderen. Er zijn voorbeelden genoeg dat het perfect kan.”

M.M.: Moeten vrouwen in deze sector harder hun best doen om zich te bewijzen?

“In de beginfase heb ik inderdaad heel hard moeten werken. Maar of dat echt noodzakelijk was? Misschien legde ik het mezelf wel op om perfect te zijn. Ik streef daar nog naar, maar kan alles nu veel beter plaatsen, omring me met een volledig team en leerde om zaken tijdelijk uit handen te geven. Ook mijn rechterhand is een dame, net zoals mijn vennoot, onze sales verantwoordelijke in België en onze business development verantwoordelijke in de VS. Voor de rest zijn het wel allemaal mannen. Ik zoek vooral een gezonde mix van dames, heren en leeftijden. Ons vijftienkoppig team breidt dit jaar zeker nog uit. Daarbij is de mens achter de medewerker heel belangrijk. Wij verkopen namelijk diensten en moeten als een erg sterk team functioneren. Daarom selecteer ik in de eerste plaats op de combinatie van persoonlijkheid en expertise.”

M.M.: Hoe ziet de manager van de toekomst eruit?

“Hij of zij is emotioneel intelligent, vooruitziend, gefocust en organisatorisch sterk. Bovendien moet die ‘toekomstmanager’ beseffen dat individuen heel belangrijk zijn. Hij of zij dient niet alles te kennen of te weten, maar moet wel erg goed begrijpen wie waar goed in is, zodat hij zo optimaal mogelijk kan delegeren. Door de snelheid waarmee alles verandert, moet elke medewerker zich kunnen uitleven in zijn sterke punten, creatief uitgedaagd worden en zich goed voelen. Inderdaad, de manager van de toekomst krijgt een uitgebreid takenpakket voorgeschoteld.”

Ruud Van De Locht