



CARE

TWINTIG



Uitgave ter gelegenheid van het twintigjarig bestaan van CARE Internet Services



WEBDEVELOPMENT

Daag ons uit! We bedenken en ontwikkelen maatwerk online oplossingen voor iedere vraag in elke branche. Daarnaast bouwen wij met liefde en passie websites die naadloos aansluiten op jouw bedrijfsvoering.

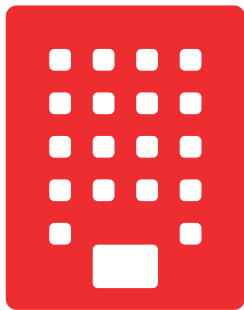
pagina 4 en 18



HOSPITALITY

Responsive websites en webapplicaties voor hotels & restaurants, compleet met reserverings- en boekingsysteem. Yield en revenuesysteem voor hotels met ons eigen systeem RevControl. Wij zijn partner van RezExchange.

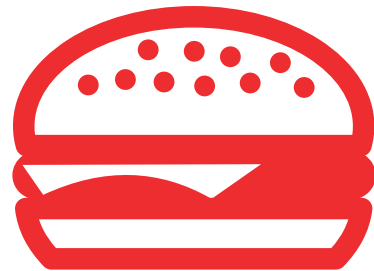
pagina 23



OVERHEID

We nemen alles uit handen bij het bouwen van de gemeentewebsite. Na een toptakenonderzoek, koppelen we deze taken aan de interne systemen. Deze koppelingen zorgen ervoor dat inwoners zo snel mogelijk hun taak kunnen uitvoeren en dat de medewerkers van de gemeente de informatie in het juiste systeem te zien krijgen. Daardoor werkt de website goed voor de inwoners én medewerkers van de gemeente.

pagina 8



HET GEHEIM

Daarnaast het geheim van een goede hamburger. En dan bedoelen we een écht goede hamburger.

pagina 30

ONZE **AMBITIE**

is niet om een zo groot mogelijk bedrijf te worden, maar precies zo groot te zijn dat we ons zo optimaal en flexibel mogelijk in kunnen zetten voor onze klanten.

WE TAKE CARE

Opgericht in 1995 is CARE een van de langst bestaande internetbedrijven in Nederland. In ruim 20 jaar maakten wij alle ontwikkelingen en veranderingen op het gebied van internet mee.

Onze ambitie is niet om een zo groot mogelijk bedrijf te worden, maar precies groot genoeg te zijn om ons zo optimaal en flexibel mogelijk in te kunnen zetten voor onze klanten. Met een klein professioneel team, bestaande uit vrijwel uitsluitend hoogopgeleide IT-ers, richten wij ons vooral op het uitdenken en implementeren van online oplossingen.

Voor alle disciplines die wij zelf niet op het hoogste niveau kunnen aanbieden, betrekken we externe specialisten bij onze projecten. We werken graag samen.

Onze service

Door duidelijke en transparante afspraken, zeer snelle responstijden en adequate oplossingen voor problemen, realiseren we een bijzonder hoog trackrecord op het gebied van serviceverlening aan onze klanten.



Met een Service Level Agreement leggen we de formele afspraken vast over oplostijden, maar in de praktijk presteren we doorgaans nog veel beter dan volgens die formele afspraken. We durven gerust te stellen dat ons hoge serviceniveau één van de belangrijkste redenen is dat veel van onze klanten zich al zo lang aan ons verbinden.

Good CARE

Een goede website informeert en zorgt ervoor dat klanten enthousiast worden over jouw bedrijf. CARE

zorgt dat de website past bij de identiteit van het bedrijf of de organisatie. Natuurlijk is de website responsive en geoptimaliseerd voor telefoon-, laptop- en tabletweergave.

De site past bij jouw tempo van ondernemen en niet andersom. Jij wilt op elk moment en waar je ook bent een nieuwsbericht of een mooie aanbieding kunnen plaatsen. Ondertussen check je op ieder moment en waar je ook bent wat er op social media wordt gezegd, zodat je, als het nodig is, snel kunt reageren.





Luuk Eikelboom

DIRECTEUR / EIGENAAR



“MET Z’N ALLEN PROBEREN WE DE DINGEN VOOR ELKAAR TE KRIJGEN”

20 jaar CARE. Ja, we mogen trots zijn. Maar we willen met dit magazine meer doen dan alleen onszelf op de borst kloppen. Zonder onze klanten - en voor sommige klanten werken we al 20 jaar - hadden we dit niet voor elkaar gekregen en zou er weinig te kloppen zijn. Want we ontwikkelen en groeien omdat zij telkens nieuwe vraagstukken bij ons neerleggen. Ze komen er tijdens hun zoektocht achter dat ‘iets’ er nog niet is. Dan gaan we samen op zoek naar de oplossing. Wij zijn geen uitvinders, maar brengen wel bepaalde technieken samen voor de beste oplossing.

Is de geschiedenis van CARE interessant voor de lezer? Waarschijnlijk niet. Misschien is het interessanter om te vertellen dat ik 20 jaar geleden totaal geen verstand had van ondernemen. Ik kwam net van de Fontys en kreeg een tijdelijk contract van drie dagen bij Philips. Een tijdelijk contract, want er zou bij Philips voor internet NOOIT een volledige fte ter beschikking komen...

Trial & error

We waren meer doeners dan denkers; alles ging volgens trial & error. Op een dag waren we niet meer in staat om het werk af te krijgen. Ik draaide destijds jaren van 2200 declarabele uren. Dus zochten we aanpakkers en doeners. Die kregen een inleerperiode die niet langer duurde dan het drinken van een kop koffie. Het was aan de slag en meteen gas geven. Eén ding hadden we snel door: we moesten bezig zijn met de dingen waar we goed in waren. Zaken als boekhouding en schoonmaak gaven we snel uit

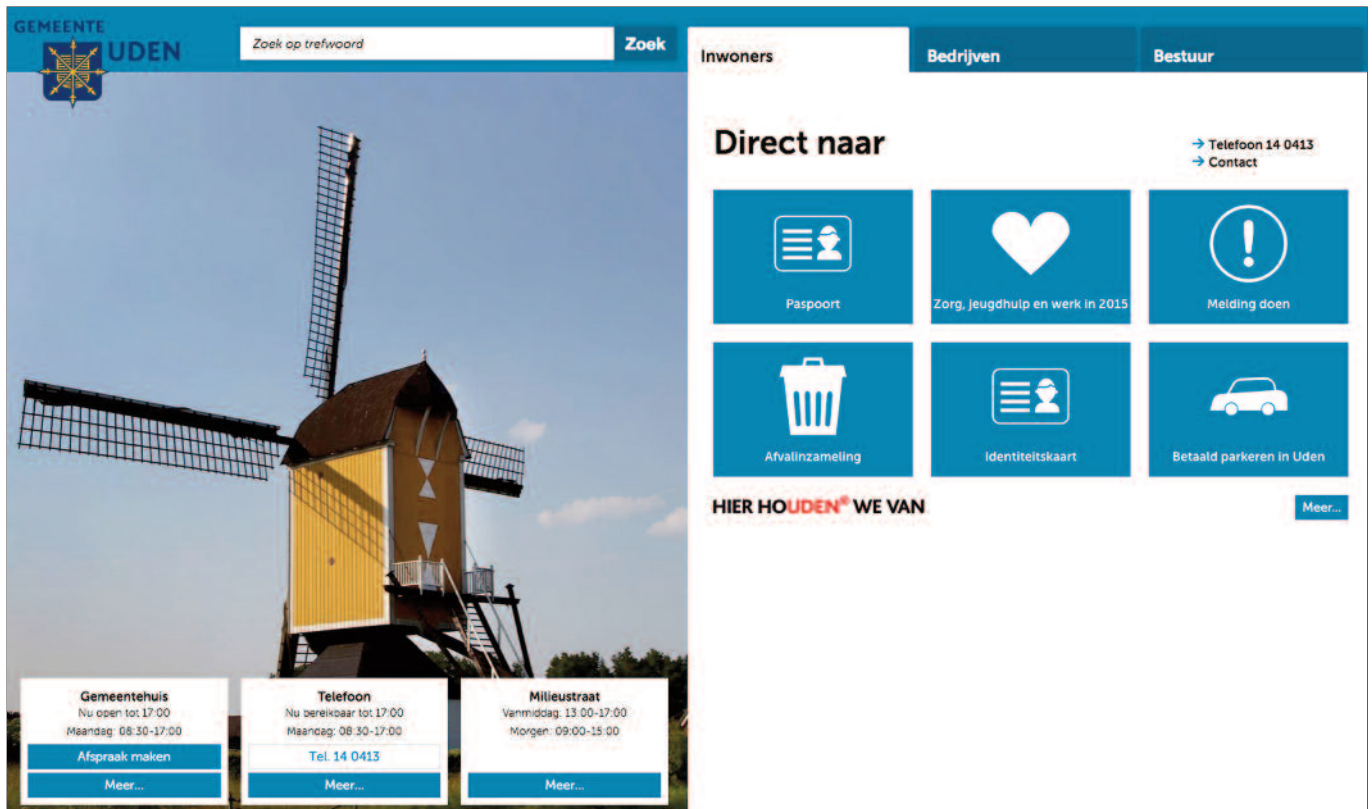
handen. Wat ik ook leerde: je hoeft niet alles zelf te kunnen; je moet overzicht houden en zorgen dat het voor elkaar komt. Dat is mijn kracht.

Dienstverlening toen en nu

Vroeger pakten we alles aan. Dan draaiden we gewoon een dubbele week. ‘Nee’ zeggen doen we nog steeds alleen op de vakgebieden waar we niet zo goed in zijn. Nu we met 14 mensen zijn, moeten we meer plannen. Maar we moeten ook snel aan de gang kunnen. Als er iets niet goed gaat, voelen tien minuten voor de klant als een eeuwigheid. Dan kunnen we niet roepen dat we dat volgende week wel doen.

We zijn een platte organisatie en dus afhankelijk van elkaar. Iedereen neemt daarin zijn verantwoordelijkheid. Met z’n allen zetten we ons in om dingen voor elkaar te krijgen en projecten tot een succes te maken. Natuurlijk gaat er ook wel eens iets fout, we zijn ook maar mensen. Ook dan wordt die verantwoordelijkheid genomen en werken we samen aan een oplossing.

Waar we over vijf jaar staan? Dan is CARE niet veel groter dan het nu is. Ik wil binnenkomen, rondkijken en in tien minuten weten hoe de vlag erbij hangt. In grote organisaties loop je het risico om te verdwalen in schalen en overlegstructuren. Dan verliezen we onze kracht. We kunnen nu heel snel schakelen. Onze ambitie is niet om een zo groot mogelijk bedrijf te worden, maar precies zo groot te zijn dat we ons zo optimaal en flexibel mogelijk in kunnen zetten voor onze klanten.



“BIJ CARE IS TECHNIEK ONDERSTEUNEND: DUS ALLES KAN”

“De gemeente Best wilde een nieuwe website. CARE deed mee aan de aanbesteding en hun voorstel stak met kop en schouders boven de rest uit. De beloftes die ze toen deden, maakten ze ook waar. Ze ontwikkelden voor ons de eerste Toptaken website in Nederland. Dat wil zeggen: volledig gericht op de inwoner; de bezoeker van de website. Daar hebben de gemeente Best en CARE samen toch wel wat mee teweeg gebracht. Inmiddels zijn veel gemeentes ons gevolgd.”

“CARE kwam met het idee om een Toptaken website te maken. We onderzochten waarvoor de inwoners zoal naar de website komen. De meesten, zo bleek, voor een paspoort of rijbewijs. Verder zochten ze veel naar informatie over het ophalen van het afval. Deze

specifieke informatie staat nu dus prominent op de homepage. De site werd in mei 2012 gelanceerd en we kregen veel positieve reacties van inwoners. De omliggende gemeentes hadden snel in de gaten dat er in Best iets vernieuwends gebeurde! Dat de info nu daadwerkelijk werd gelezen merkten we aan het sterk verminderd aantal telefoontjes aan de klantenservice.”

“In november van dat jaar kreeg ik een baan bij de gemeente Uden. Een jaar later moest ook daar de website vernieuwd worden. Vanwege mijn goede ervaring met CARE wilde ik graag dat zij ook mee deden met de aanbesteding. Die wonnen ze en daar ben ik tot op de dag van vandaag heel erg blij mee. Die website is eind oktober vorig jaar gelanceerd. Ook weer een Toptaken website.”

The screenshot shows the Veldhoven website interface. At the top, there is a blue navigation bar with the Veldhoven logo on the left and three menu items: 'Inwoners en ondernemers', 'Bestuur en organisatie', and 'Over Veldhoven'. On the far right of the navigation bar is a button labeled 'Wat hier uw zoektermen'. Below the navigation bar is a large image of a modern building with a grid of eight red service tiles overlaid. The tiles contain the following text: 'Afspraak maken', 'Paspoort', 'Identiteitskaart', 'Rijbewijs', 'Afvalkalender', 'iets melden', 'Verhuizing doorgeven', and 'Bestemmingsplannen'. Below the image, there is a list of service categories with descriptions:

- > Zorg en ondersteuning**
Wmo-voorzieningen en cliëntondersteuning Wmo, mantelzorg, vrijwilligers, Taxibus en Valyspas, Veldhoven aan tafel.
- > Vergunningen**
Zaken waarvoor u toestemming van de gemeente nodig heeft of die u moet melden
- > Uittreksels**
Aanvragen uittreksels burgerlijke stand, basisregistratie personen, verklaring omtrent gedrag en legaliseren documenten
- > Jeugd en onderwijs**
Kinderopvangtoeslag, leerlingenvervoer en leerplicht en opvoedadvies voor baby en kind.
- > Belastingen**
WOZ, Onroerendezaakbelasting (OZB) en andere gemeentelijke belastingen
- > Geboorte en overlijden**
Aangeven van geboorte en overlijden
- > Ondernemen**
Ondernemen in Veldhoven, vestigen, starten, subsidie en persoonlijk advies
- > Bouwen en wonen**
Alles over het bouwen, verbouwen, verhuren en wonen in de gemeente Veldhoven
- > Trouwen en geregistreerd partnerschap**
Ondertrouw (aangifte huwelijk of geregistreerd partnerschap), trouwlocaties, trouwambtenaren, naamgebruik en echtscheiding
- > Parkeren**
Waar u kunt parkeren in de gemeente, regels voor blauwe zones, gehandicaptenparkeerplaatsen. Parkeervergunning of -onthefing aanvragen

“We zijn nu bezig met het nieuwe intranet bij de gemeente Uden. Ook daar gaat CARE ons bij helpen. We zijn in februari gestart en hopen nog voor de zomer op te leveren. Omdat CARE ook de website maakt, zijn er eenvoudig koppelingen te maken tussen site en intranet.”

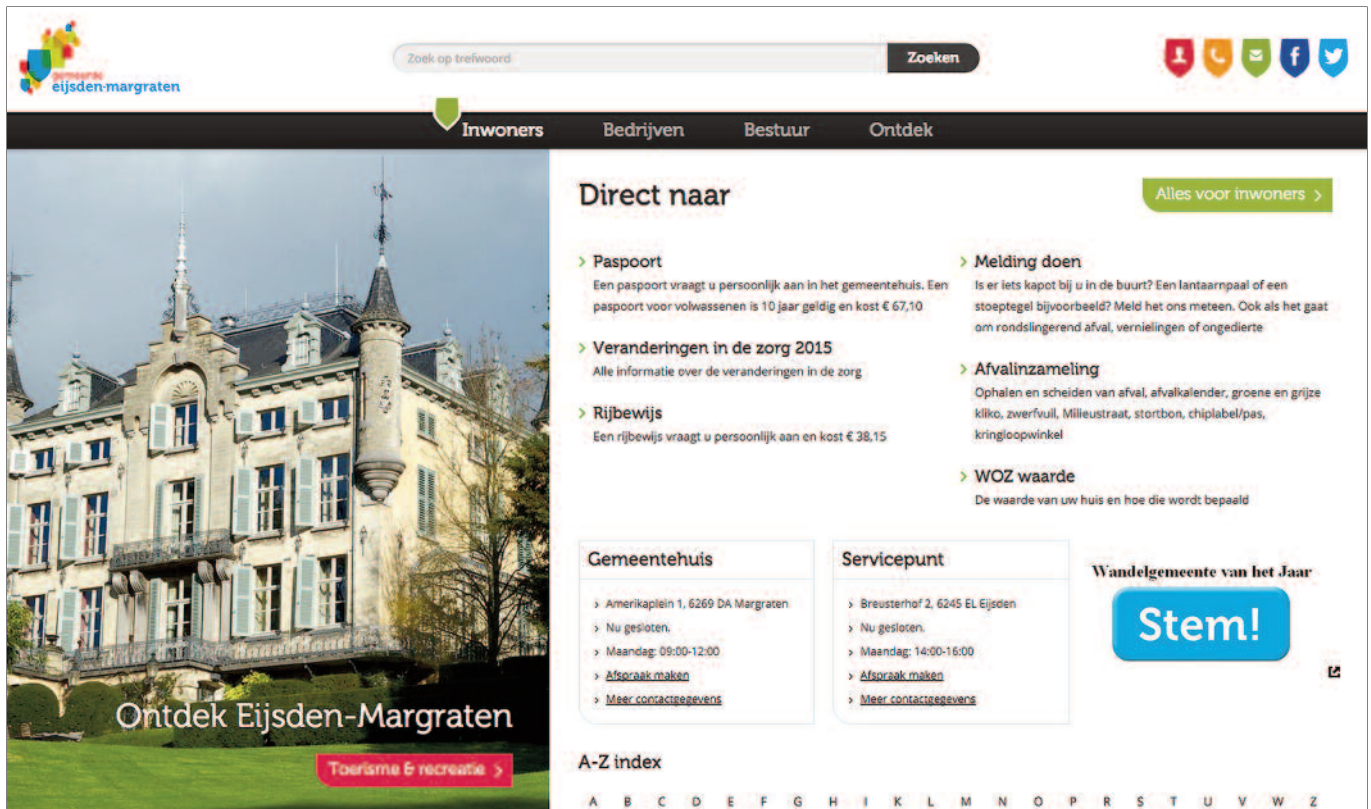
“Bij CARE is techniek ondersteunend. Eerst samen bedenken wat we willen, daarna kijken hoe we dat technisch gaan maken. Dus alles kan. Dat is wel een hele verademing. Vaak is techniek leidend. Dan hoor je: nee, dit kan niet met dit systeem. Punt. Maar dat doen deze mannen anders, ze maken wat nodig is. En ook niet onbelangrijk, in hun offerte zaten ze ruim onder de andere leveranciers. CARE is een leverancier die maatwerk levert, de klant centraal zet en

meedenkt. En flexibel, dat mag er ook nog wel bij gezegd worden. Als ik het proces opnieuw zou moeten doen, zou ik weer voor de volle 100% voor CARE kiezen!”

Mariko van Ojen



Sinds twee jaar hoofd communicatie bij gemeente Uden. Daarvoor 7,5 jaar bij de gemeente Best.



WAT WIL DE KLANT?

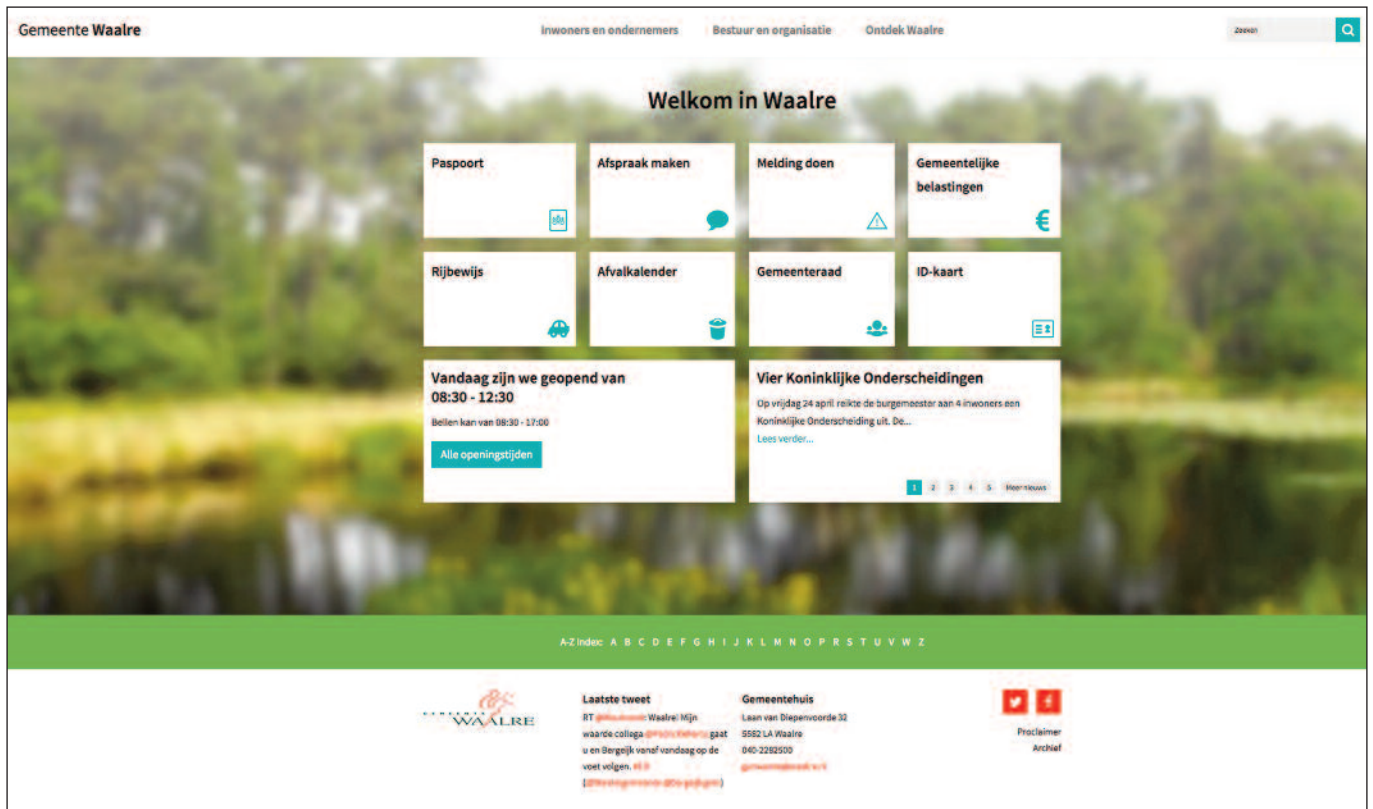
In 2012 kwamen we in het nieuws na het lanceren van de eerste gemeentelijke toptakenwebsite in Nederland, die van de gemeente Best. We werden zelfs besproken in de tweede kamer. Een nieuwe trend was geboren. Nu is de term toptaken niet meer uit de gemeentelijke webwereld weg te denken en veel leveranciers, consultants en gemeenten zijn druk aan de slag met het realiseren van toptaken-websites.

Maar wat is het nou eigenlijk? Als je voorbij de hype kijkt, gaat toptaken vooral over het inrichten van je site - of diepgaander: organisatie en processen. De focus is gericht op wat de klant echt bij je wil komen

doen. In het bedrijfsleven gebeurt dit al langer, kijk maar naar Coolblue, Bol.com, et cetera. Bij gemeenten heerst nog altijd een bijzondere drang om zoveel mogelijk informatie te zenden naar de bezoeker/klant.

“Een toptakenwebsite is eigenlijk heel simpel: je richt de site in op basis van wat de klant er wil komen doen. Dienstverlening optima-forma.”

Op veel gemeentelijke websites moet je eerst door berichten ploegen over een wethouder die een beeld onthult, voordat je vindt wanneer de klike aan de straat moet staan of hoe je een afspraak kunt maken om je paspoort te vernieuwen. Er is maar één goede manier om erachter te komen wat de belangrijkste ‘taken’ zijn die bezoekers willen uitvoeren op de site en dat is het aan ze vragen.



Gerry McGovern heeft daar een methodiek voor ontwikkeld. Op basis van die methodiek hebben we in 2012 voor de gemeente Best een online onderzoek ingericht en uitgevoerd. Dat onderzoek is geëvolueerd in een nieuw product: ToptaakMonitor. Met ToptaakMonitor kunnen organisaties het onderzoek naar toptaken uitvoeren via de beproefde methode van Gerry McGovern. De resultaten kunnen realtime worden ingezien in een online dashboard.

Om organisaties echt vooruit te kunnen helpen met het toepassen van de toptakenmethodiek op hun website, intranet of organisatie, zijn we partnerships aangegaan met echte specialisten op dit

gebied: Customer Revolution en De Staat van het Web. Zij nemen de klant bij de hand, zorgen voor draagvlak binnen de organisatie en faciliteren alles om het onderzoek heen. Het daadwerkelijke online onderzoek wordt vervolgens uitgevoerd door ToptaakMonitor.

ToptaakMonitor voerde inmiddels, samen met haar partners, al meer dan 50 onderzoeken uit voor organisaties die hun online dienstverlening willen verbeteren.

Voor CARE leidde de innovatieve aanpak ertoe dat we in navolging van de gemeente Best inmiddels onze tiende gemeentelijke klant hebben mogen verwelkomen.

Joost Sanders

ALGEMEEN DIRECTEUR



CAIR



“IK BESCHOUW ONS ALS **DE CLUB** DIE HET WEL REGELT VOOR KLANTEN”

Joost Sanders is mededirecteur van CARE.

Hij studeerde hbo Informatica en startte in 2000 als afstudeerder bij CARE. Na zijn afstuderen bleef hij bij CARE plakken als ontwikkelaar, maar werd al snel projectleider omdat die functie nog niet bestond binnen het bedrijf. “Ik heb destijds mijn eigen baan gecreëerd”, zegt hij.

In 2006 verliet Joost het bedrijf een tijdje om binnen het jaar weer terug te keren. Dat jaar was een kantelpunt voor CARE want het management ging van drie directeuren terug naar één. “Luuk bleef en vroeg mij weer terug te komen om samen met hem de zaak te runnen.”

Waarom vroeg hij jou terug?

“Ik ben duidelijk en recht door zee. Loyaal; naar CARE en naar klanten. Ik kom mijn beloften na en ben meer een luisteraar dan een prater. Ik ben heel sterk in het aanhoren wat een klant nou echt wil. Dat is vaak wat anders dan wat die zegt dat die wil hebben. Dat is het leukste onderdeel van mijn werk.”

Waar in vul jij Luuk aan?

Lacht: “Vooral daarin: het goed kunnen luisteren en oplossingen bedenken want dat kan Luuk een stuk minder goed dan ik. Maar Luuk is weer veel opener en communicatiever. Hij heeft een soort van natuurlijke charme. Dat is zijn sterke punt. Zo vullen we elkaar

aardig aan. Luuk durft risico’s te nemen die ik niet neem. Dat weten we van elkaar. Daarom is hij ook eigenaar. Ik ben wat voorzichtiger. Het is een wisselwerking: de ene keer rem ik hem af en de andere keer trekt hij mij over de streep.”

Al 15 jaar CARE dus. Wat zijn voor jou de belangrijkste veranderingen?

“We zijn van een studentikoos clubje naar een professioneel en betrouwbaar bedrijf gegroeid. We hebben sinds 2006 vooral ingezet op langdurige relaties. Door met servicecontracten te werken zijn we in staat om nóg hogere kwaliteit te bieden en onze klanten verder te ontzorgen. Daardoor hebben we nu een heel solide organisatie.”

Hoe omschrijf je CARE als organisatie?

“Ik beschouw ons als de club die het wel regelt voor klanten. De klant heeft een probleem, gooit het over de schutting en het wordt opgelost.

Dat is ons sterkste punt. Maar we proberen ook om onze mensen niet gek te maken. Want als iedereen hier lekker in z’n vel zit, is dat voor ons en voor de klanten heel goed. Blijkbaar doen we dat aardig, want we hebben redelijk wat medewerkers die hier al behoorlijk lang zitten en het naar hun zin hebben. We geven ze verschrikkelijk veel vrijheid. Daarmee nemen ze ook meer verantwoordelijkheden waardoor ze zich een stukje CARE voelen.”



Hij is net terug uit Londen waar hij zijn verjaardag vierde met vrienden die hij leerde kennen op een festival in Tsjechië. Samen naar een concert en biertjes drinken. Met Firas bakt hij zomers op het terras van de Jan Smitzlaan de allerlekkerste hamburgers op de BBQ. De allerlekkerste? Ja, de lekkerste. Het geheime recept staat op pagina 30.

Niek kan lol maken maar ook bloedserieus zijn. Zeker als hij hard aan het werk is. Zeven en een half jaar geleden kwam hij in dienst. Daarvoor liep hij twee keer een half jaar stage en werkte hij naast zijn studie Informatica bij Fontys ook al als ontwikkelaar bij CARE. "Ik heb technisch inzicht, overzicht en oog voor detail." Best handige eigenschappen voor een ontwikkelaar. Luuk en Joost willen hem niet kwijt, ondanks bemoeizucht en de neiging van het multitalent om de dingen zelf te doen in plaats van door te geven aan zijn collega's. Maar hij leert. Overigens maakt hij dat goed door leuke cadeautjes te regelen voor hun verjaardagen.

Niek Kouwenberg

ONTWIKKELAAR 



BEVEILIGING

Meer dan een website afschermen met 'een slotje' en goed wachtwoordgebruik.

De zorggegevens van 27 duizend klanten van zorgverzekeraars en de e-mailadressen en wachtwoorden van naar schatting tweeduizend Ziggo-klanten lagen op straat. Steeds vaker zijn er berichten over beveiligingslekken in het nieuws, waarbij gevoelige data gestolen of openbaar gemaakt wordt. Ook bij grote organisaties.

Er wordt steeds meer informatie uitgewisseld via internet. Veel van die informatie bevat gegevens die in meer of mindere mate privacygevoelig is. En waar in eerste instantie ieder beveiligingslek breed werd uitgemeten, lijkt het inmiddels bij het grote publiek steeds meer geaccepteerd te worden en minder aandacht te krijgen.

DigiD

Goede beveiliging van de data van onze klanten en onszelf staat bij CARE zeer hoog in het vaandel. Het beveiligen van gegevens en systemen - in ons geval online systemen - is een complexe tak van sport. Het gaat veel verder dan een website afschermen met 'een slotje' en goed wachtwoordgebruik.

We sprongen altijd al zorgvuldig met data en beveiliging om. Vanaf het moment dat we voor lokale overheden gingen werken, kwamen we in aanraking met een nog formelere aanpak. Alle gemeenten en organisaties die DigiD gebruiken zijn verplicht om jaarlijks een audit uit te laten voeren door een

RE-auditor. Onlangs hebben we voor de tweede keer deze audit succesvol laten uitvoeren. Er wordt onder andere naar de veiligheid van software en hardware gekeken, maar ook naar het bestaan en naleven van beleid en processen op alle gebieden die ook maar iets met gegevens of veiligheid te maken kunnen hebben.

Met het aanstellen van een Security Officer - Eelco Leenen - geven we veiligheid een bijzonder prominente plaats binnen onze organisatie. In samenwerking met de directie (Joost) heeft Eelco alle processen in kaart gebracht en gedocumenteerd, een informatiebeveiligingsbeleid opgesteld en maatregelen doorgevoerd. Zo zijn we bijvoorbeeld overgestapt naar een ISO 27001 gecertificeerde hostingpartner.

Maar daarmee zijn we er natuurlijk nog niet. Eelco en Joost hebben een missie om de organisatie nog meer bewust te maken van alles wat met het beveiligingsbeleid te maken heeft. Daarvoor worden sessies met beveiligingsexperts georganiseerd. En samen met een extern adviseur kijken we voortdurend naar mogelijke verdere verbeteringen.

U ziet het, er komt veel meer bij goed beveiligingsbeleid kijken dan je zou verwachten. Bij CARE wordt serieus met de veiligheid van de gegevens van u en uw klanten omgesprongen. Dat geeft u en ons een zeker gevoel.



Eelco Leenen

PROJECTMANAGER & SECURITY OFFICER



Hij kwam in 2006, op dezelfde dag als Rik, in dienst. Eelco was een kind dat alles uit elkaar schroefde en thuis regelmatig de stoppen er uit liet knallen. Toch bleek hij best handig. Als Informaticastudent loste hij computerproblemen op bij mensen thuis. Soms wel vijf avonden per week.

Samen met Niek en Koen de enige carnavalsvierders. Geen ramp, want daarom kunnen zij die dagen ook vrij zijn. Geen tafelvoetbal, wel biljart. Daarvoor is hij in opleiding bij Remy.

“Ik ben een aanpakker en loop nergens voor weg.” Als het moet gebeuren dan doet Eelco het; head-on. Als projectmanagement bij CARE stuurt hij ontwikkelaars aan tijdens kleine en middelgrote projecten. Joost maakt hem daarnaast wegwijs in gemeenteland. Bovendien is hij verantwoordelijk voor de hosting. “Als iets het niet doet staan ze meteen aan mijn bureau.” Hij en Robert zijn verantwoordelijk als er iets mis gaat. Maar dat komt zelden voor. Gelukkig.



“DIT HEBBEN WE NODIG, BOUW DAAR IETS VOOR!”

CARE maakte voor Canon zo'n 120 portals waarmee printopdrachten verwerkt worden voor bedrijven en organisaties. Bovendien werken ze samen in projecten als 'het nieuwe printen' en Canon Cross Campus. Peter Sampers is Business Developer bij Canon. Hij bedenkt nieuwe projecten die CARE uitvoert.

“We werken nu tien jaar samen met CARE. Het begon destijds vanuit een dienstverleningsconcept; Canon Business Services. Een service die voor bedrijven activiteiten regelt zoals repro, printen, het archief managen of grafische dienstverlening. De vraag was: hoe maak je bekend bij de eindgebruikers van die klant wat Canon allemaal doet?”

“Om dat helder en inzichtelijk te maken, vroegen we CARE om voor al onze opdrachtgevers een portal te

bouwen waar onze diensten zichtbaar werden en waar de klant online opdrachten kon plaatsen.”

Open voor vernieuwing

“Mijn job is om vernieuwing te brengen. Het gaat om de klant: wat heeft die nodig? Zo'n idee moet meestal snel uitgewerkt worden. We selecteren daarom partijen in de markt die makkelijk en snel mee kunnen innoveren. CARE is er daar een van. De oplossingen die nodig zijn moeten vaak een specifiek bedrijfsproces ondersteunen. Kant-en-klare oplossingen passen meestal niet; maatwerk is nodig. Tegen CARE kunnen we makkelijk zeggen: dit hebben we nodig, bouw daar iets voor! Zij kunnen gemakkelijk mee in zo'n spontaan proces omdat ze niet al te groot zijn en open staan voor vernieuwing. Ze zijn niet te beroerd om ergens in te stappen als het nog lang niet allemaal duidelijk is.”



Compleet pakket

"70-80 procent van de onderwijsinstellingen is klant bij Canon. Het project Cross Campus is ontstaan uit 'het nieuwe printen'. De Universiteit van Amsterdam bouwde een nieuwe campus en had een compleet nieuwe en vooral flexibele printeroplossing nodig. Een follow-me concept: je stuurt je opdracht naar een printomgeving en je print daar waar je bent. Inmiddels leveren we ook alle diensten rondom betalen. De student betaalt zijn koffie of prints via zijn schoolpas of telefoon. Opwaarderen kan altijd en overal via de portal. Het tegoed staat niet op de kaart want alles verloopt via het netwerk en de cloud. Als je je kaart kwijtraakt ben je dus niet je saldo kwijt. Canon levert de instellingen een compleet geïntegreerd pakket: het betaalsysteem en de pasjes. Maar we doen ook de distributie van de schoolpassen."

"Ik vind CARE een uitermate prettig bedrijf om mee samen te werken in deze projecten. Ze zijn toegankelijk en flexibel, leveren altijd wat nodig is en zijn ijzersterk in hun expertise. Een snel acterend bedrijf: geen lange procedures maar snel aan de gang. Dat is prettig."

Peter Sampers



Business Developer
bij Canon



Rik van den Elzen

ONTWIKKELAAR



Niet oud, maar wel een van de oude getrouwen. Werkt inmiddels ruim acht en een half jaar bij CARE, want startte direct na het afronden van zijn studie Hogere Informatica.

Werd nog niet zo lang geleden vader van zijn tweede kindje en is blij dat zijn spruit steeds vaker de nacht doorslaapt. Zijn collega's trouwens ook, want Rik gaapt nu wat minder 's ochtends vroeg. Is trots op Sitebox, het CMS waar hij aan mee bouwde en waar klanten hun site zo goed in kunnen beheren.

Hardcore PSV-supporter maar geen hooligan. Zit iedere wedstrijd met zijn hele familie op de tribune om het hardst te juichen (of te vloeken). Kan zich goed verdiepen in dingen; goed observeren. Hoort alles en waar hij vroeger een beetje onzeker zijn mond hield, gaat die nu open als hij een oplossing weet. He cares!

Zo technisch en breed geïnteresseerd dat hij bij het kiezen van zijn studie iene miene mutte deed. Het werd Elektronica/Computer Interface. Op zijn 12e programmeur in dop; toen al liet hij poppetjes over het scherm van zijn MSX op en neer bewegen.

Van dezelfde lichtung als Eelco, Rik en Niek. Blij met het team en de teamspirit.

Fanatiek in ongeveer alles. Als hij iets doet wil er hij meteen goed in zijn en duikt hij er vol in. Robert is een winnaar. Bij het tafelvoetbal met zijn collega's en als hij tennist. Maar ook in zijn werk. Het moet perfect zijn. Soms is dat lastig maar ook handig; bij het programmeren is het kleinste foutje een probleem. Zijn vriendin is blij met hem. Zeker als hij thuis een aanval van opruimwoede heeft. Toch probeert Robert rustiger naar de dingen te kijken en er mee om te gaan. Roept zichzelf regelmatig tot de orde. Dat vindt zijn vriendin dan weer jammer.

Robert van den Baar

ONTWIKKELAAR



Pas een blauwe maandag in dienst, schiepte hij al op over hoe hij de allerlekkerste hamburgers maakt. "Oké", zei Luuk, "maak maar". En dus bakten Firas en Niek die vrijdag samen hamburgers voor de hele clan. Hij onthulde zelfs het geheime recept: je moet het gehakt luchtig en los houden! Nooit (echt nooit!) te stevig kneden.

Sinds 1991 in Nederland. Heeft Syrisch en Grieks bloed. Bij CARE begeleidt hij de grotere projecten en maakt hij de wekelijkse en langetermijnplanning. Hij zorgt ervoor dat alles goed verloopt en de klanten naar wens bediend worden. Maakt zich samen met Luuk en Joost druk over de dagelijkse dingen. Firas roemt de huiselijke sfeer bij CARE, het is er lekker informeel. De dure pakken die hij bij zijn vorige werkgever droeg, hangen nu thuis stof te verzamelen. En over opscheppen gesproken: Robert en hij winnen (bijna) altijd met tafelvoetbal. Dus wie daagt hen uit?



Firas Daoud

OPERATIONEEL & ACCOUNTMANAGER



HOSPITALITY

Hotelgasten willen 24 uur per dag, 7 dagen per week een kamer kunnen boeken en betalen of een tafel in een restaurant kunnen reserveren. De Hospitality-klienten van CARE willen het liefst dat dit op de website van hun hotel of restaurant gebeurt, zodat ze weinig kwijt zijn aan commissies. Ondertussen willen zij het overzicht houden van kamerprijzen, vrije kamers en reserveringen. CARE zorgt er voor dat dit mogelijk is binnen de website van onze klanten. Of dat nu een bestaande site is of een compleet nieuwe website, ons systeem sluit naadloos aan bij andere systemen binnen de organisatie.

Door de koppeling met RezExchange hebben onze Hospitality-klienten bijvoorbeeld in één keer alle gegevens inzichtelijk die nodig zijn om een hotel te runnen: van reserveren tot en met uitchecken. We hebben inmiddels ruime ervaring met (hotel)websites en online boekingsystemen.

Zoeken, boeken of reserveren en inchecken

Boeking via boekingsites kost hoteleigenaren veel omzet. Door onze boekingsmodule in combinatie met RezExchange kunnen onze klanten tegenwoordig ook boekingen aanbieden via hun eigen websites. Dit scheelt ze een behoorlijk bedrag aan commissies.

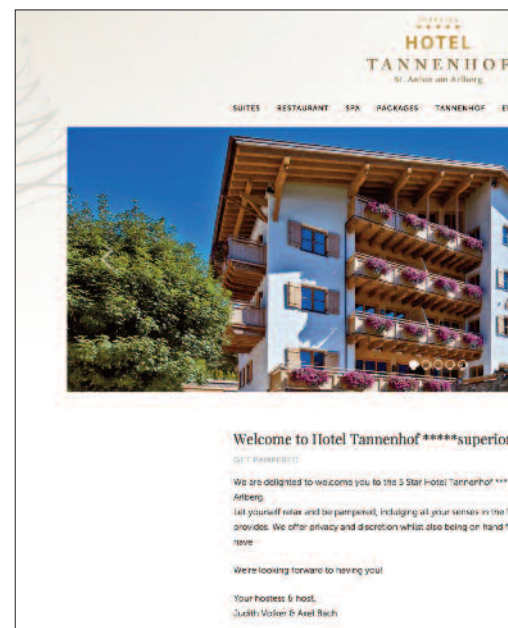
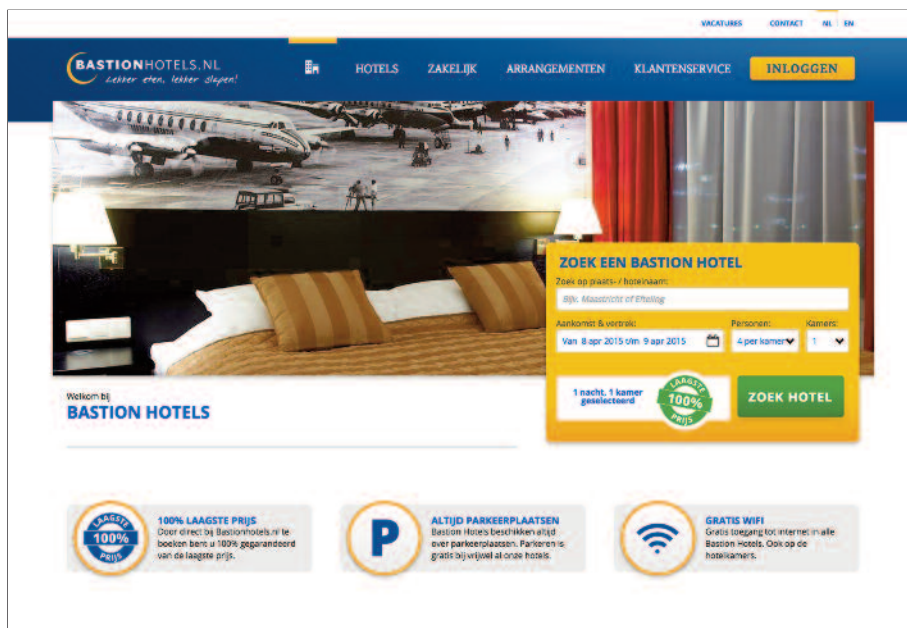


Gasten kijken tegenwoordig bij het kiezen van een hotel steeds vaker naar de kamerprijs. Het is dan ook aan het hotel om de meest concurrerende prijs te bepalen. Hier zijn veel gegevens voor nodig. Met RevControl, ons Yield & Revenue systeem, zijn wij in staat om al deze gegevens in een overzicht te genereren.

Dit doen we niet simpelweg door alleen de informatie te ontsluiten. We koppelen ze aan andere (software) systemen om de relevante informatie te verrijken met extra en nieuwe waarden. Denk daarbij aan een nieuwe prognose van de omzet door concurrerende kamerprijzen te hanteren.

Een aantal van onze klanten die gebruik maken van onze Hospitality-oplossingen:

- **Bastion Hotels**
- **Fletcher Hotels**
- **B&B Hotels**
- **Hampshire Boshotel Vlodrop**
- **Best Western Amsterdam Airport**
- **Hotel & Restaurant Tannenhof**
- **Mercure Amersfoort**



“WE WETEN PRECIES WAT WE AAN ELKAAR HEBBEN”

Bastion Hotels is al 15 jaar klant van CARE. Met 32 hotels van Groningen tot Maastricht en één in Duitsland, telt de keten meer dan 3000 kamers. De samenwerking met CARE startte destijds om het online reserveren te realiseren. In eerste instantie een simpele boekingsmodule, die uitgroeide tot een programma waarin veel applicaties beheerd worden, zoals bastionhotels.nl, een vacaturesite en RevControl, een applicatie waarin alle reviews samen komen.

Marianne van der Sterren startte als Assistent Manager bij Bastion Hotels in Groningen. Ze groeide via allerlei functies door tot Manager Personeel en Automatisering.

Hoeveel is er al geautomatiseerd bij Bastion Hotels?

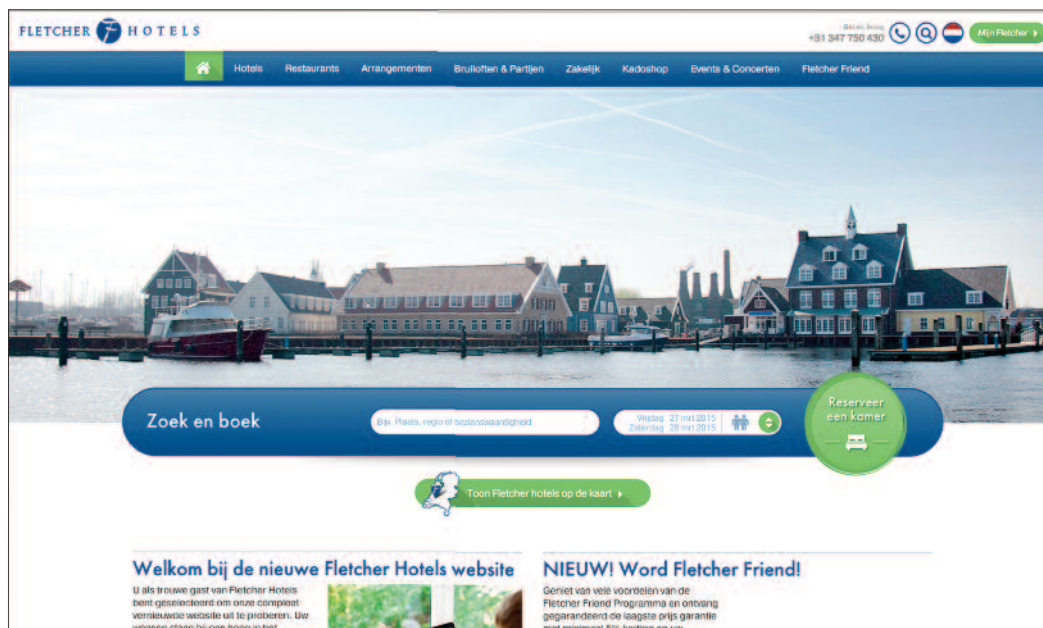
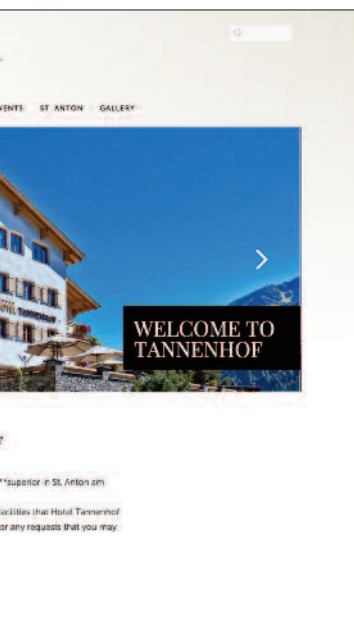
“Veel, maar nog lang niet alles. Veel zaken die mis

kunnen gaan willen we automatiseren. Dit maakt het werkproces in de hotels makkelijker en foutlozer. Om te automatiseren dient het proces helder te zijn en dienen er veel keuzes gemaakt te worden. Daar moet goed over nagedacht worden.”

“Ik werk al tien jaar samen met CARE. We maakten destijds samen ook een nieuwe website en onze vacaturesite. De automatisering van die procedure is ook een heel belangrijke stap geweest. Het geeft ons een goed overzicht en scheelt veel onnodige handelingen. Wij hebben via onze eigen website 500 tot 1000 sollicitanten per maand. Daarnaast werken wij nog met externe sites samen.”

Hoe kwam Bastion bij CARE terecht?

“Mijn voorganger heeft de eerste contacten met CARE gelegd. Het is een relatief klein bedrijf, daar werken wij graag mee. Die kunnen veel sneller schakelen. Voor



dit soort automatisering ga je een samenwerking op lange termijn aan. Joost, Luuk en Niek zijn drie mensen waarmee ik al vanaf het begin contact heb. Veel beslissingen zijn samen gemaakt, waardoor de voortgang bij volgende projecten efficiënter is. Wij houden elkaar scherp door direct zaken te bespreken.”

Hoe vaak is er contact tussen Bastion en CARE?

“Er is veel veranderd in die tien jaar samenwerking. Nu wordt het contact voornamelijk door de specialisten in ons team gedaan; de website bijvoorbeeld door de afdeling online marketing. Soms laten wij specifieke zaken door CARE maken, die tot verbetering van onze processen gaat leiden. Op dit moment zijn wij bezig met het maken van een geautomatiseerd systeem voor onze oproepkrachten.”

Hoe gaat CARE met problemen om?

“Het is belangrijk dat indien wij problemen ervaren, dit

zo duidelijk mogelijk aangeven bij CARE. Op deze wijze kan men zo goed en snel mogelijk het probleem oplossen. Hier ligt een verantwoordelijkheid aan beide zijden.”

Marianne van der Sterren



Manager Personeel en Automatisering Bastion Hotels

Koen Linssen

DESIGNER



Gitarist in een rockband. Sinds carnaval verliefd. Als kind gek op Knex en de computer van zijn vader. Wilde eigenlijk de opleiding gametechnologie gaan doen. Gelukkig deed hij dat niet. "Koen is cool", grapt hij over zichzelf. Want humor heeft hij. Om dan serieus te worden: "Ik ben een doorzetter in het uitpluizen van de dingen. Net zolang totdat het gefixt is."

Koen kwam twee jaar geleden als student binnen. Nu 'knutselt' hij (zoals hij zelf zegt) als webdesigner en -developer websites in elkaar. Na zijn eerste stage voor de opleiding ICT bij Fontys, liep hij - op verzoek van CARE - ook zijn tweede stageperiode bij het bedrijf. "Dat mocht eigenlijk niet van school", maar ze maakten een uitzondering. "Jippie!," riepen ze bij CARE, want Koen zat ook op zijn vrije dagen gewoon achter zijn bureau. De uitslover.



Joost liep als klein manneke een krantenwijk om zijn eerste Commodore te kopen. Omdat hij wilde weten hoe die spelletjes werkten las hij boeken om het allemaal te snappen. Hij deed een grafische opleiding, kwam bij een communicatiebureau terecht en leerde daar in de praktijk met HTML werken.

Zijn eerste werkdag moest nog beginnen toen hij meeging met een bedrijfsuitje naar het circuit van Zandvoort. Hij vertelde maar niet dat hij het circuit op zijn duimpje kende, omdat racen een hobby van hem was. "We moeten het contract nog tekenen hè!", zei de andere Joost (Sanders) dreigend. Maar hij hield stand, haalde zijn voet niet van het gas en ging met de beker naar huis. Bij CARE zijn ze blij dat die handtekening er toch kwam, want Joost is perfectionistisch. De puntjes moeten altijd op de i. Hij wil zo goed mogelijk aan de verwachting van de klant voldoen.



Joost Brommert

DESIGNER



TOEGANKELIJKHEID VAN WEBSITES

Google: de meest blinde en dove gebruiker

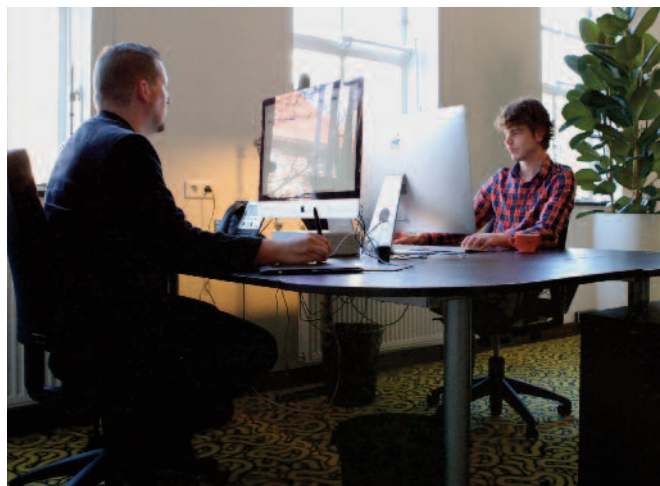
“Toegankelijkheid? Dat heeft toch te maken met blinde mensen? Dat is helemaal niet onze doelgroep.” Dit is een van de vele misvattingen over het onderwerp toegankelijkheid. Daarom is het vaak een ondergeschoven kindje. Vaak wordt er pas echt over nagedacht als een website klaar is en dat betekent onnodige extra inspanning en kosten.

Toegankelijkheid is niet hetzelfde als gebruiksvriendelijkheid. Beide zijn zeer belangrijk, maar waar gebruiksvriendelijkheid (User Experience) zich richt op hoe makkelijk een online proces uitgevoerd kan worden, borgt toegankelijkheid dat content en diensten voor alles en iedereen te benaderen zijn. Zo kunnen websites ook goed geraadpleegd worden met behulp van bijvoorbeeld voorleeshulpmiddelen voor blinde personen.

Maar toegankelijkheid borgt ook dat honderden verschillende apparaten - van mobieltjes tot tablets en desktops - de informatie en diensten op een zelfde manier kunnen benaderen.

Google

Er is nog een belangrijke reden om toegankelijkheid goed te regelen. De meest beperkte lezer van de website (de meest blinde en dove gebruiker die je kunt bedenken) is de zoekmachine van Google. Als een website niet goed toegankelijk is, is deze ook niet



goed te indexeren door Google, wat er voor zorgt dat een website veel minder goed gevonden wordt. Niet voor niets liggen de belangrijkste Search Engine Optimization (SEO) regels heel dicht bij de richtlijnen voor toegankelijkheid.

Het World Wide Web Consortium (W3C) heeft de richtlijnen voor toegankelijke websites opgesteld in de Web Content Accessibility Guidelines 2e versie (WCAG 2.0). De richtlijnen zijn grofweg op te splitsen in technische- en contentgerelateerde richtlijnen. Onze systemen en techniek zijn zo opgezet dat ze volledig kunnen voldoen aan de richtlijnen van de WCAG. Gemeenten en andere overheden hebben de verplichting om aan een afgeleide van de WCAG te voldoen, beter bekend onder de noemer Webrichtlijnen.

Peulenschil

In 2012 kwamen wij met de realisatie van de website van de gemeente Best voor het eerst echt in aanraking met de WCAG en de Webrichtlijnen. Door toegankelijkheid al vanaf de start van het project te borgen in onze techniek en processen was het voldoen aan de Webrichtlijnen een peulenschil. Bij de officiële toetsing werden we de eerste partij in de geschiedenis die een volledig foutloze inspectie op het hoogste niveau van de Webrichtlijnen doorstond. Toegankelijkheid en CARE, een prima combinatie!



Alessandra Scalora

MARKETING & COMMUNICATIE 

Jongste bediende bij CARE, enige vrouw en kakelvers want sinds maart dit jaar (2015) pas in dienst. Alessandra werkt 20 uur als medewerker marketing en communicatie. Die andere 20 uur studeert ze af aan het NHTV in Breda voor de opleiding Media en Entertainment Management. In augustus 2015 hoopt ze daarmee klaar te zijn.

Bij CARE maakt ze onder andere teksten voor de website en marketingplannen. Voor haar afstuderen start ze een eigen bedrijf. Ze presenteert zich via een online webshop met een eigen merk in kleding en accessoires, geïnspireerd op Sicilië, het geboorteland van haar vader. Haar vriendinnen omschrijven haar als sociaal, behulpzaam en gezellig. Ze kan zich goed inleven en aanpassen aan andere mensen. Maar vergis je niet in Alessandra! Ze is one of the guys. Bij het tafelvoetbal speelt ze menig CARE-collega het snot voor ogen. Beware!



HET GEHEIM VAN EEN GOEDE HAMBURGER



Wij bij CARE houden van hamburgers. En die maken we graag zelf. Met dezelfde liefde, passie en aandacht waarmee we onze projecten draaien. Het geheim zit 'm in de bereiding van het vlees en de speciale saus!

De ingrediënten (voor 4 hamburgers):

500 gram rundergehakt • peper en zout • 4 Italiaanse bollen • 8 bacon strips • 1 vleestomaat • 8 blaadjes sla • 4 plakjes Cheddar kaas • 1 rode ui • augurk • 4 el mayonaise • 2 el chilisaus van Calvé • zakje Italiaanse kruiden

De voorbereiding:

Snij 4 grote plakken van de tomaat en snij de rode ui en augurk in plakjes. Halveer de Italiaanse bollen en grill deze licht op de BBQ of in een grillpan.

De saus:

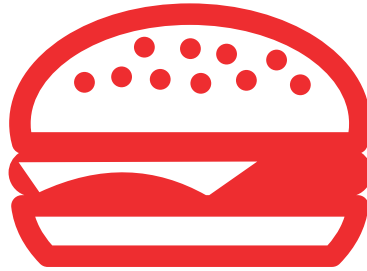
Meng de mayonaise, chilisaus en de Italiaanse kruiden en de saus is klaar.

De hamburger zelf:

Doe het gehakt in een grote kom samen met peper en zout naar smaak. Meer peper dan zout is het lekkerst! Trek het gehakt uit elkaar en zorg dat de peper en het zout goed over het gehakt verdeeld wordt. Kneed het gehakt niet, maar zorg dat het gehakt luchtig blijft! Dit zorgt ervoor dat de smaakcombinatie van vlees en de kruiden optimaal tot zijn recht komt. Maak 4 gelijke ballen en plet deze voorzichtig tot hamburgers. Bak de bacon krokant en leg deze klaar voor gebruik. Bak de hamburgers naar smaak medium of 'well done'.

Serveren:

Doe de saus op de onderste helft van de Italiaanse bol, daarna de sla en tomaat. Leg er vervolgens de hamburger op. Plaats een plakje Cheddarkaas op de hamburger zodat deze gaat smelten. Leg de uien, bacon en augurk op de hamburger en dek af met het bovenste gedeelte van de Italiaanse bol. Eet smakelijk!



Haal verse broodjes bij de bakker, bij voorkeur op de bedrijfsfiets (want dat is sneller en gezonder dan met de auto).



Breng het gehakt op smaak met peper en zout.



Meng het gehakt LOSJES en maak er hamburgers van. Zorg dat het gehakt luchtig blijft.



Meng intussen de saus.



Bak de hamburgers gelijkmatig op de barbeque en draai ze geregeld om.



Terwijl die rakkers lekker liggen te bruinen, besmeer het broodje met saus en bouw het op met de losse ingrediënten.



Drapeer met liefde augurk en ui op de toren en plaats daar de gebakken hamburger en kaas bovenop.



Plaats het dak en steek een prikker in het geheel om instortingsgevaar te voorkomen.



Eet de hamburger met mes en vork (links) of gewoon met de hand (rechts). Alles mag.



Hij zat ooit tegenover Luuk op een kantoorkamer bij Philips. Studeerde Informatica aan de TU/e en startte zijn eigen bedrijf al tijdens zijn studie. Dat werd zo succesvol dat Remy zijn studie staakte voor een fulltime ondernemerschap.

Sinds 2002 met tussenpozen op projectbasis bij CARE, maar eigenlijk vast onderdeel van het meubilair. Als technisch projectleider, software ontwikkelaar en soms ook als systeemarchitect. Mindere eigenschap: olifant in de porseleinkast. Het goede nieuws: die confronterende natuur heeft ook een positieve kant. Hij kan als geen ander risico's inschatten en daarop plannen. Best fijn voor klanten.

Remy Wetzels

ONTWIKKELAAR





EEN KORTE HISTORIE

1995

CARE wordt door Luuk & Bas opgericht en start op het ondernemersplein van het TU/e-terrein.

1996

De eerste klant dient zich aan: Marantz & Philips pakken de samenwerking met CARE op. Philips is nog steeds een van de vele klanten van CARE.

1998

De allereerste medewerker naast Luuk en Bas wordt aangenomen. Edgar werkt inmiddels niet meer bij CARE, maar heeft wel een goede indruk achtergelaten.

1999

Bastion Hotels (nog steeds een trouwe klant van CARE) zet haar handtekening op een offerte. De samenwerking is een feit.

CARE neemt afscheid van haar eerste kantoor en besluit te verhuizen naar de Willemstraat. Een groter pand, midden in het centrum van Eindhoven.

2000

In 2000 viert CARE het vijfjarig bestaan en wordt de vijfde werknemer aangenomen. En die vijfde medewerker? Dat is Joost Sanders. Hij is sindsdien blijven plakken en inmiddels algemeen directeur.

2003

Océ (nu Canon) wordt klant. Het begin van een mooie samenwerking. CARE maakt voor Canon inmiddels meer dan 120 portals, waarmee printopdrachten wereldwijd verwerkt worden.

2006

Elke klant bij CARE kent Niek. En nu weet elke klant dat Niek sinds 2006 bij CARE werkt. Hij blijft graag bij CARE plakken en die laat hem niet los.

In hetzelfde jaar wordt de volgende CARE-drieling geboren; Robert, Eelco en Rik treden in dienst (alledrie nog steeds werkzaam bij CARE).

2007

In 2007 besluiten Luuk en Bas een nieuwe weg in te slaan met CARE. Bas gaat zijn eigen weg richting Australië en emigreert. Joost treedt toe tot de directie en de huidige formatie, zoals de klanten deze kennen, is dan een feit.

2009

Travel Active opent haar koffers voor CARE en de eerste samenwerking met deze bijzondere reisorganisatie start.

2011

De jongste webdesigner uit het team komt na zijn afstuderen bij CARE werken. Koen mag dan wel jong zijn, maar zijn ziel is ervaren en wijs, wat te merken is aan zijn muzieksmaak.

2012

Een nieuwe tak van sport bij CARE start: de gemeentelijke dienstverlening. De eerste is een samenwerking met de gemeente Best en daarmee wordt de eerste toptakenwebsite van Nederland geboren.

2013

Het jaar 2012 viel in de smaak en daarom start CARE een aantal diensten op: ToptaakMonitor & HotelBox. De ene dienstverlening richt zich op nieuwe toptakenwebsites voor gemeenten en overheid, de andere op een complete dienstverlening voor hotelklanten.

2014

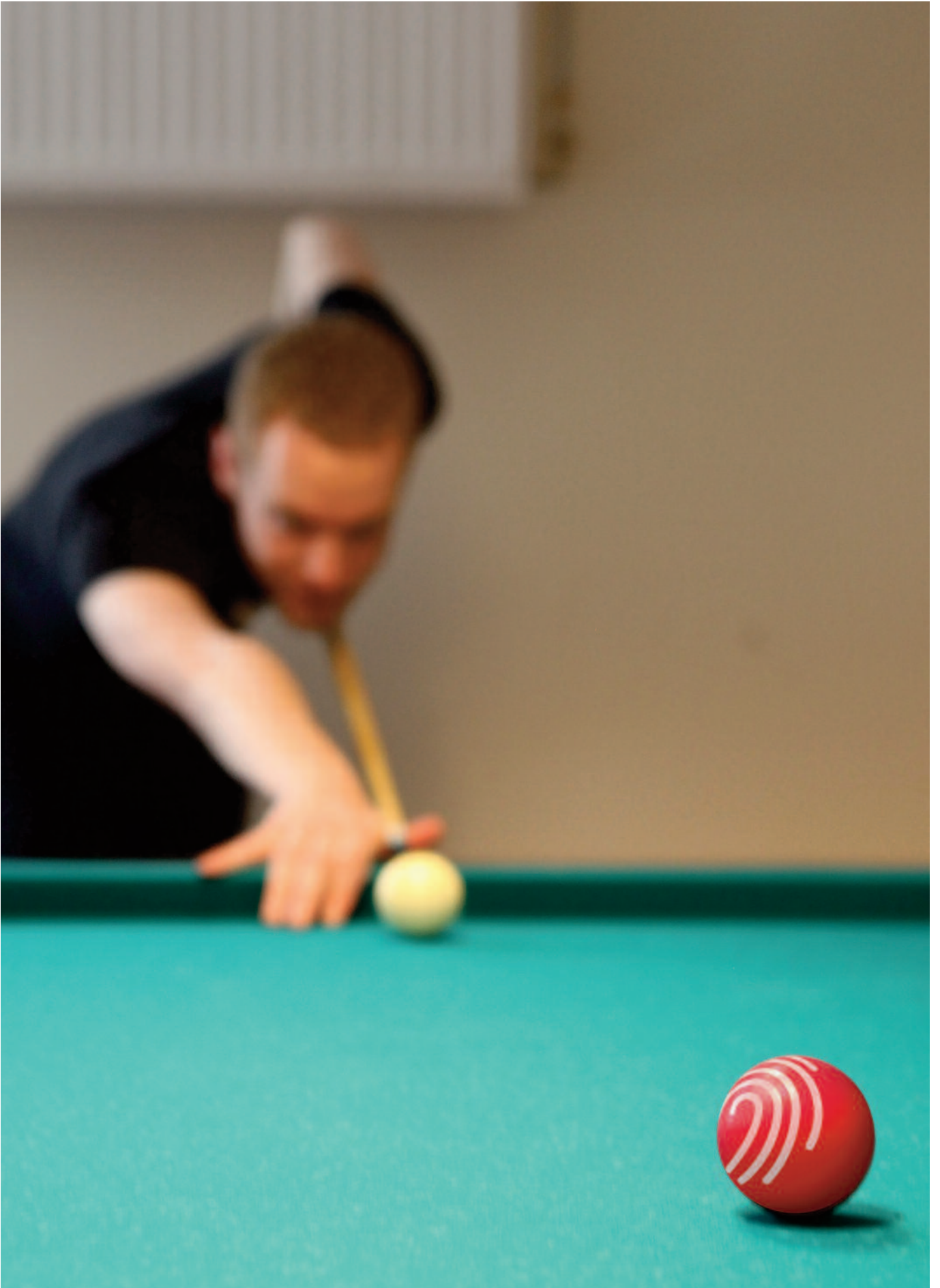
Na 15 jaar op de Willemstraat besluit CARE te verhuizen naar de Jan Smitzlaan 9 aan de rand van het centrum van Eindhoven. Een gerenoveerd monumentaal pand, voorheen een schoolgebouw. Bij de eerste bezichtiging waren Luuk en Joost binnen drie minuten verliefd en verkocht.

De verhuizing naar het grotere pand brengt ook vier nieuwe collega's met zich mee. CARE breidt uit op alle fronten: een nieuwe webdesigner, twee nieuwe allround ontwikkelaars en een operationeel- en accountmanager, respectievelijk Joost Brommert, Boy, Marc en Firas.

2014 blijft verrassen. De tiende gemeentelijke klant is een feit én Fletcher Hotels geeft CARE haar 'ja'-woord, een mijlpaal voor de Hospitality-tak.

2015

2015 is de start van RevControl. En omdat CARE deze nieuwe dienstverlening biedt, 20 jaar bestaat en een nieuwe website op de planning heeft staan, wordt het tijd om de marketing en communicatie wat professioneler aan te pakken. Alessandra Scalora (wat een mooie naam is het toch ook) versterkt het all-male team, wat overigens een mini-verbouwing betekent voor de toiletten.





Boy van Moorsel

ONTWIKKELAAR 

"Wat doe je hier?"

"Geen flauw idee."

"Wat behoor je te doen?"

"Ik ben iemand die de software ontwikkelt die we gebruiken om de websites te bouwen en te onderhouden."

Ze hebben eigenlijk allemaal wel een behoorlijk gevoel voor humor bij CARE. En wij niet-nerds maar denken dat techneuten saai zijn. Boy werkt pas een half jaar bij de firma. Bij zijn vorige baas werd hij te weinig uitgedaagd.

In zijn vorige leven was hij dakdekker. De liefde bracht hem op een ander pad. Dat wil zeggen: zijn hunkering naar liefde. Want hij raakte gefascineerd door het programmeren nadat hij in het 'I love you'-virus trapte. "Dat een klein stukje code je hele computer kapot kon maken vond ik reuze interessant." En dus werd Boy verliefd op het programmeren. Hij blufte zich bij zijn eerste werkgever naar binnen. Maar hij bewees zich dubbel en dwars. Zijn werk is nog steeds zijn hobby: "Ik ben het prototype nerd." Met humor. Dat wel.

CARE + NARROWCASTING



STATE OF THE ART NARROWCASTING TECHNOLOGIE ONTZORGT

Of je binnenloopt bij Parktheater Eindhoven of van een drankje en een hapje aan het genieten bent na een voorstelling; tijdens al deze stappen word je begeleid door de schermen die in het Parktheater hangen. Uiteraard met informatie die gebaseerd is op jouw behoefte van dat moment. Ben je aan het genieten van een pauzeconsumptie tijdens een cabaretoorvoorstelling? Dan verschijnt er op het scherm wat er binnenkort te zien is aan andere voorstellingen. Heb je zojuist je theateravond afgerond? Dan wenst het Parktheater je een prettige avond en hoopt je snel weer te zien.

Deze techniek heet Narrowcasting, een digitale oplossing die we jaren geleden in onze strategie opnamen. Het is een oplossing die onze klanten ontzorgt. We ontsluiten hiermee data uit hun back-end systemen.

We koppelen niet alleen verschillende bronnen aan elkaar, maar verrijken deze data ook met nieuwe gegevens. Een voorbeeld zijn de schermen bij de vergaderzalen van Bastion Hotels. Onze oplossing zorgt ervoor dat de juiste informatie getoond wordt bij de juiste vergaderzaal. Wie wordt er verwacht bij welke zaal. Deze informatie wordt niet handmatig ingevoerd, maar automatisch gegenereerd uit het back-end systeem van Bastion Hotels.

Via ons eigen platform heeft de klant altijd al de mogelijkheid gehad om deze data op een gebruiksvriendelijke manier te beheren. Door een heel kleine computer aan een beeldscherm te koppelen was het voor ons mogelijk om deze data op elk willekeurig scherm te presenteren. Nadeel was de tussenkomst van die kleine computer. Sinds kort en

met dank aan het Parktheater, lanceerden we hier een vernieuwde oplossing voor.

Door middel van de nieuwe slimme technologie in Narrowcastingschermen zijn wij in staat om onze software direct aan te roepen via deze schermen. Dit maakt een losse computer (per scherm) overbodig. Niet alleen bevatten deze schermen de nieuwste en beste beeldkwaliteit, maar ze zijn ook heel licht en hebben alle functies die nodig zijn om het beste beeld op de juiste plaats te tonen. Dit doen we onder andere samen met Samsung.

Toen het Parktheater ons vroeg om een nieuwe oplossing te bieden voor haar Narrowcasting-schermen, twijfelden wij geen moment. Bij een moderne schouwburg hoort een moderne oplossing. Bij de oude Narrowcastingsystemen van het Parktheater moest dubbele informatie periodiek handmatig ingevoerd worden in verschillende systemen, waardoor deze oplossing zeer foutgevoelig was. De schermen waren verouderd en leverden niet de kwaliteit die past bij een modern theater. Onze oplossing in combinatie met Samsung Narrowcastingschermen overtreft dan ook alle verwachtingen die het Parktheater had.

Door onze Narrowcastingoplossing te koppelen aan het back-end systeem van het Parktheater, hoeft het theater geen andere handelingen te verrichten dan in haar eigen back-end systeem. De informatie wordt nu automatisch aangepast aan de huisstijl van Parktheater en gepresenteerd via een tijdlijn op de bijbehorende Samsungschermen.





Hij houdt van tafelvoetbal maar kan er niets van. Zijn eigen woorden. Marc wacht tot het dartboard hangt om zijn collega's een poepie te laten ruiken. Kind uit een ondernemersgezin. Daarom doorzetter, flexibel en niet van de klok.

Ook nog een newby. Nog geen half jaar in dienst. Vindt CARE een goed en professioneel bedrijf. Een lekker platte organisatie. Gemoedelijk en gezellig. Hij wil graag leren van zijn collega-ontwikkelaars, want hij wil beter worden en groeien in zijn vak. Omschrijft zichzelf als voorspelbaar. "Ik doe alles het liefst op een bepaalde manier en kan goed focussen. O jee, misschien ben ik wel een autist! Nou ja, misschien ook niet."

Marc Blommers

ONTWIKKELAAR 



Bedankt voor 20 jaar

2-Control
2.0 Architecten
Adminius
Autohuur Namibië
Bastion Hotels
B&B Hotels
BCT
Besters Consultancy
BestWijzer
Boshotel
Broodje Smits
Bruseco
Brussaard Chauffeursdiensten
Canon Europa
Canon Nederland
Cascadis
Claranet
Cloud-VPS
Commenzo
Consign Concept & Design
Customer Revolution
De Staat van het Web
Djust
Edwin Leenheer Consultancy
Fajidherbe
Fletcher Hotels
Future Steel
G2 Speech
Gemeente Best
Gemeente Drechterland
Gemeente Eemsmond
Gemeente Eijsden-Margraten
Gemeente Enkhuizen
Gemeente Goes
Gemeente Stede Broec
Gemeente Uden
Gemeente Veldhoven
Gemeente Vianen
Gemeente Waalre
Guestfarm Katjapia Namibia
Heuvel Media
Hotel de Dennen
Hotel Tannenhof st. Anton
iTesso
Landschap Reisboekwinkel
Larue Koeltechniek
Mapscape
Mercure Hotel Amersfoort
Nododo
One Blue
Parktheater Eindhoven
Personen Wagens Schijndel
Philips Consumer Lifestyle
Philips Design
Philips Healthcare
Philips IP&S
Philips Research
Pioen
Prins Autogassystemen
Provincie Zeeland
Quest Group
R.M.I.C. Marketing met Karakter!
Raad voor Rechtsbijstand
Remarkable Works
René Janssen Consultancy
Rethinking Group
RezExchange
Roquin
Rubix
Sanders Machinebouw
Schakenraad Advocaten
Signet
Soulid
Stichting KANS
Stichting Viadicte
Summit Dis
TALQ
Temco
The Internet Company
Thermostar
TP Vision
Travel Active
Twenne Accountants B.V.
Van Berloo Strategie en Design
Van den Tillaart Elektro
Vlinder Villa
Wapenfeit
Wireless Power Consortium
Wubbels Pensioenmanagement
Zhaga
Zipt



HEB JE NOG **VRAGEN? OF WIL JE GEWOON EENS
EEN **KOP KOFFIE** KOMEN DRINKEN IN ONS FRAAIE PAND?
JE BENT **WELKOM!****

CARE Internet Services
Jan Smitslaan 9, 5611 LD Eindhoven
Tel: 040 - 2960500 / info@care.nl

CARE.NL

colofon: Tekst en interviews Ria Kerstens. Beeld Frank van Eersel.
Uitgave ter gelegenheid van het twintigjarig bestaan van CARE Internet Services. © CARE 2015



CARE.NL