



# BrightSight Code of conduct

---

De entiteit en de idealen van BrightSight

---

**BrightSight People**  
Abel Tasmanstraat 10  
4702 TL, Roosendaal  
The Netherlands  
0031 650 128 600  
[info@brightsight.com](mailto:info@brightsight.com)  
[www.brightsight-people.com](http://www.brightsight-people.com)

## **Inhoudsopgave**

Bedrijfsdoelstelling	3
Code of conduct	3
Sociale, Culturele en Religieuze standpunten	4
BrightSight Idealen	4
Community Capacity	5
End User Products	5
Transparency	6
Culture Code	6
Greenhouse	7
Paperless Office	7
Minds	7

## Bedrijfsdoelstelling

BrightSight-People is een commercieel softwarebedrijf dat zich wil onderscheiden door softwarepakketten te leveren, die geschreven zijn uit het oogpunt van de eindgebruiker.

Een grote informatiestroom die binnen bedrijven en instellingen verwerkt en bewaard wil worden, vraagt om grote gestructureerde softwarepakketten. Hiermee wordt een poging gedaan niet alleen zo veel mogelijk informatie geordend op te slaan, maar deze ook zo overzichtelijk en compleet mogelijk te distribueren. Hiertoe worden softwarepakketten gebruikt waaraan databases ten grondslag liggen.

De in bovengenoemde databases opgeslagen informatie wordt doorgaans opvraagbaar gemaakt via vooraf opgestelde formulieren, die aan eindgebruikers worden aangeboden. Veelal zijn deze formulieren opgesteld door dezelfde leverancier die de databases heeft ontwikkeld en ingeruimd, met als resultaat dat de formulieren net zo strak en zakelijk (lees: efficiënt) zijn opgesteld als de databases waarnaar deze verwijzen.

De paradox hierin is het onvermogen van de eindgebruiker om de informatie terug te vinden die in deze databases ligt opgeslagen. Immers, het meest principiële beginsel van een database is het efficiënt opslaan en terugvinden van de gezochte informatie. Echter, gebruikers denken niet met dezelfde gestructureerde wijze als een database. Juist daarvoor hadden zij een database nodig.

BrightSight-People (verder te noemen: BrightSight) heeft het bovenstaande probleem doorzien en zich ten doel gesteld haar software vanuit het oogpunt van eindgebruikers te programmeren. Het vindbaar maken van gezochte informatie in een database door een eindgebruiker, kan veel tijdswinst opleveren, wat zich lineair in geld terugbetaald. BrightSight levert software die inhoudelijk geen innovatie biedt op het gebied van informatietechnologie, maar gezien mag worden als een innovatieve presentatiemethodiek.

## Code of conduct

Als bedrijf presenteert BrightSight zich als een entiteit dat een aantal sociale en culturele standpunten handhaaft. Hiermee laat zij zien dat er geen grenzen worden gesteld aan de gedachten van en omgang met derden.

BrightSight beschouwt haar bedrijfsprocessen en producten als onderdelen van haar entiteit en respecteert hierin identieke sociale en culturele standpunten. Daar bovenop legt BrightSight zich een aantal aanvullende idealen op die worden gerespecteerd tijdens de productie, presentatie, uitgave en onderhoud van haar producten.

Van alle betrokkenen bij het productie-, distributie- en onderhoudsproces, wordt verwacht dat zij zich vereenzelvigen met de hieronder benoemde sociale, culturele en religieuze standpunten, evenals de BrightSight Idealen. Het streven naar een gemeenschappelijk gedachtengoed is een must-have dat het gezicht van het bedrijf bepaald en wordt door alle BrightSight-People uitgedragen.

Van iedereen die zich met BrightSight inlaat, ongeacht dit een medewerker betreft of haar cliëntèle, wordt verwacht dat zij deze sociale, culturele, religieuze standpunten en BrightSight idealen respecteert, uitdraagt en zo nodig zelfs presenteert volgens deze code of conduct.

## **Sociale, Culturele en Religieuze standpunten**

Om een globale clientèle te kunnen opbouwen is het noodzakelijk onszelf open te stellen voor verschillende inzichten, gebruiken en gewoonten uit diverse culturen als aanvulling op onze eigen gebruiken en gewoonten. Dit beperkt zich uiteraard alleen tot toepasbaarheden binnen onze producten en niet op het persoonlijke vlak.

Het respecteren van vernieuwende inzichten ten opzichte van de geëigende cultuur en gewoontes is een must-have voor BrightSight-People. Deze zullen als vernieuwingen of aanvullingen in haar producten terug te vinden zijn, mits deze meetbare verbeteringen opleveren. Gezien de aard van het bedrijf BrightSight doelen we hierop financiële verbeteringen en/of verbeterde toepasbaarheden binnen haar producten.

BrightSight neemt de westerse sociale omgang, cultuur en een christelijke religie als basis voor haar beleid en zal zich vandaaruit verbreden en verbeteren met toevoegingen die zij via derden verkrijgt. Mogelijkheden hiertoe liggen in taalgebruik en communicatievormen, respect en omgangsnormen, grafische vormgeving en aanvullingen daarop, verkooptechnieken en betalingsvoorwaarden.

BrightSight meent geen verbeteringen te moeten vinden in een vermindering van de globaal geaccepteerde mensenrechten, de gelijkheid tussen seksen of hun seksuele geaardheden, noch in een veroordeling of discussie hierover. Vanuit BrightSight worden haar standpunten weliswaar uitgedragen, echter nooit opgedrongen aan derden. Anders denken door derden wordt gerespecteerd, maar we nemen deze afwijkende mening(en) niet over als deze afbreuk doen aan de heersende BrightSight standpunten en idealen.

## **BrightSight Idealen**

Om de mindset binnen BrightSight te bepalen denken we niet in regels en voorschriften, maar in idealen en richtlijnen. Uitgangspunt in deze is de gedachten en belevingen van BrightSight-People binnen BrightSight gelijk zijn aan elkaar. Immers; mensen maken het bedrijf (en niet andersom). Door regels te vervangen door idealen en voorschriften door richtlijnen, wordt meteen duidelijk waarom een uniforme mindset een middel is om BrightSight-People tot één geheel te smeden.

Een uniforme mindset uitdragen via idealen en richtlijnen is noodzakelijk om mensen uit verschillende werelden te bundelen tot BrightSight-People. In tegenstelling tot regels en voorschriften die vaak als verplichting aanvoelen, worden van idealen en richtlijnen verwacht dat deze tot standaard gedachtengoed van BrightSight-People behoren.

De idealen die BrightSight nastreeft omvatten normen en waarden die beschouwd mogen worden als sociaal, multicultureel en ontdaan van herkenbare religieuze of spirituele grondslagen. Hier zal het respect naar mensen en hun overtuigingen moeten spreken.

Verdere idealen zijn gericht op een uniform inzicht ten aanzien van onze producten, qua functionaliteit en aanzicht. BrightSight legt hierin de standaard hoog, welke af te meten is aan de inhoud van de idealen.

Zodra het gezamenlijke gedachtengoed bij BrightSight-People uniform aanwezig is, gaat dit de ontwikkeling van producten en de omgang met collega's en derden vereenvoudigen. Het zal verschillende meningen en inzichten sneller tot overeenstemming brengen. Het zal inzichten op voorhand dichter bij elkaar brengen.

## Community Capacity

BrightSight behoedt zich van People met drang tot persoonlijke emotionele of materialistisch verrijking. Functioneren binnen BrightSight is een niet-persoonlijke aangelegenheid, het is teamwork.

Community Capacity vraagt een onpersoonlijke inzet binnen een intern samenwerkingsverband op afdelingsniveau. Het is de taak van de teamleader deze mentaliteit te toetsen, te coachen en, indien nodig, te bewaken.

Om aan Community capacity te voldoen is een BrightSight mindset nodig die zich niet alleen op enterprise-first richt, maar ook op Workfloor Achievement. Het eindresultaat van het op de werkvloer opgepakte takenpakket is het einddoel van het team. De teamleader zorgt voor werkomstandigheden die dit einddoel mogelijk maakt en al zijn teamleden betreft in dit werkproces.

Te allen tijde draagt het team er zorg voor dat niemand zich op persoonlijke basis of om persoonlijk gewin buiten het team manoeuvreert. De teamleader draagt er zorg voor zijn team in opstelling te coachen in een gelijkwaardig respect naar elkaar en een mindset voor een Workfloor Achievement.

De middelen die de teamleader die de teamleader tot zijn beschikking krijgt worden in overleg met het bedrijfsmanagement bepaald.

## End User Products

Het belangrijkste uitgangspunt voor goede software is het eindoordeel van de gebruikers. BrightSight is niet tevreden met alles, minder dan: *"Ik wil met zélf deze software werken"*.

Dit geldt als maatstaf voor BrightSight-People: wij willen zelf alleen met de door onszelf geproduceerde software werken. In vergelijking met ook maar enigszins verwante software moeten onze producten hier met kop en schouders bovenuit steken.

BrightSight zal moeite noch tijd besparen om onze producten zodanig voor ons te laten werken dat onze eindgebruikers meer gemak wordt geboden dan zij vooraf verwachten. Innovatie, empathie en kennis over onze eindgebruikers zijn hiervoor mandatory. Tijdens ons productieproces leggen we regelmatig contact met onze cliëntèle om niet alleen hun mening over software-gedragingen te vragen, maar ook hun gevoel over de software te peilen.

Het gevoel wat onze gebruikers hebben tijdens het werken met onze software moet bovenal een gemakkelijk gevoel zijn, veroorzaakt door logische software gedragingen, overzichtelijk en gebruiksvriendelijke indelingen, maar bovenal bedieningsgemak. Dit gemak is te bereiken door de software eenvoudig te houden.

Keuzes voor gebruikers bestaan uit nooit meer dan zes mogelijkheden, bij voorkeur slechts drie. Menustructuren, pulldown-menu's en basisinstellingen worden gebaseerd op dit maximum. Deze structuur is bedoeld om eindgebruikers met een mindere bedrijfskennis niet te laten verzanden in te veel vakjargon of bedrijfsstructuren. En altijd wordt één keuze uit het rijtje als default ingevuld. 'Klik&Klaar'.

Schermen moeten overzichtelijk zijn opgesteld en voldoen aan de eisen van de BrightSight huisstijl. Dit schept een uniform geheel en een herkenbaarheid dat bij de eindgebruikers een gevoel van herkenning moet opwekken, zelfs al beslaat het een nieuw product. De huisstijl zal aan veranderingen onderhevig zijn, maar nooit zonder instemming van het bedrijfsmanagement.

Bij aanschaf van onze software zal een klant binnen zijn bedrijfsstructuur moeten kunnen opmerken dat de grootste eindgebruiker de software zonder uitleg kunnen bedienen.

## Transparency

Het eerder genoemde BrightSight Ideal 'Community Capacity' vormt ook tussen afdelingen onderling een overlap. We praten bewust niet over een raakvlak omdat dit scherpe grenzen neerzet tussen afdelingen.

De Workfloor Achievements moeten naadloos aansluiten op producten (of onderdelen daarvan) die door andere afdelingen worden geproduceerd. BrightSight-People begrijpen dat een goede communicatie tussen afdelingen hiervoor mandatory is.

Een open bedrijfsstructuur bevordert de toegankelijkheid tussen verschillende afdelingen. BrightSight Transparency omschrijft niet alleen de openheid waarmee afdelingen naar elkaar toe rapporteren. Het geeft de mindset aan die People er op na houden. Alle informatie is bespreekbaar, toegankelijk, inzichtelijk en uitwisselbaar.

Om Transparency te onderhouden zal de bedrijfshiërarchie zo veel mogelijk onderhevig moeten worden gemaakt om peer-to-peer communicatie mogelijk te maken. Hoewel we in een digitale wereld werken zal de communicatie bovenal persoonlijk worden gevoerd. Mensen ontmoeten en spreken elkaar persoonlijk, bij voorkeur snel en informeel. Kantoren bevatten doorzichtige muren en de deuren staan altijd open.

De communicatiestromen verlopen van persoonlijk naar digitaal. Formele meetings vinden plaats met alle betrokkenen in één ruimte, informele meetings in de wandelgangen. Telefoneren en webcam conferencing is de tweede optie. Email wordt alleen (en als laatste) gebruikt om communicaties, of delen daarvan, te kunnen vastleggen.

## Culture Code

Om End User Products te kunnen leveren staan People open voor ideeën, gedachten en gewoonten van derden. Om 'out of the box' te kunnen denken leren we anderen te begrijpen en achterhalen waaruit hun ideeën en gewoonten zijn ontstaan.

De term 'Best of Both Worlds', een BrightSight mindset, stimuleert ons te zoeken naar verbeteringen in onze werkprocessen en voor onze producten. Dit is een uitbreiding op Community Capacity en Transparency. Het zal onze creativiteit, die voelbaar moet zijn in onze producten, vergroten.

Een geweldig product ontstaat uit een goed plan dat is gebaseerd op een leuk idee. In dit groeiproces is het van groot belang met zoveel mogelijk betrokkenen met verschillende achtergronden aan dit product te werken. Immers, een geweldig product bestaat uit enkelvoudige innovaties die op een juiste manier zijn gecombineerd.

## Greenhouse

BrightSight Greenhouse is een mindset die ons tot heroverweging dwingt om te maken beslissingen niet alleen te staven aan financieel gewin, maar ook aan milieubewust investeren. Om onze producten te kunnen vormgeven zal een materialistische investering gevraagd worden waarvan een groot deel niet of nauwelijks terug te vinden is in het eindproduct. Dit mag echter geen vrijbrief zijn om impulsieve aankopen te doen welke de gewenste rendementen nooit zullen halen.

Het gebruik van electronica wordt alleen toegepast als dit een verblijftijd heeft die van minstens de waardehalvering die voor dat specifieke product staat. Vooraf aan aanschaf van nieuwe producten bekijken we eerst of vervanging daadwerkelijk nodig is en wat het rendement van deze aanschaf zal zijn.

Om onze leefomgeving niet te belasten is zuinig en milieubewust werken een must. Onze Greenhouse mindset helpt ons milieuvriendelijk en financieel zuinig ons bedrijf te runnen. De inrichting van onze werkomgeving hoeft dit niet tentoon te stellen, het moet een mindset zijn die ons helpt afwegen of uitgaven daadwerkelijk nodig zijn. Greenhouse, in combinatie met Community Capacity, helpt ons zowel kosteneffectief te zijn als milieuvriendelijk.

## Paperless Office

Hoewel een Paperless Office gezien zou kunnen worden als onderdeel van Greenhouse, gaat de achtergrond wat verder dan dat. Een basisprincipe achter onze software is het werken met een Controlled Copy en dit kan alleen bereikt worden als we 100% digitaal werken. Printers zullen binnen BrightSight zeldzaam zijn en worden alleen gebruikt om juridische noodzakelijke documenten te printen.

Het collectief uitwerken van ideeën doen we via een WhiteBoard of softwarematig presentatieprogramma. Controlled copies worden dagelijks als backup opgeslagen op gereserveerde servers om tot een verlies van maximaal 24 uur te komen. De inrichting van deze werkomgeving staat voor verdere uitwerking op het programma gedurende het eerste jaar van ons bestaan als bedrijf.

Om een Paperless Office te runnen is het gebruik van routers een must. Gezien de sterkte van de zenders is een goed afgeschermd intranet omgeving een must. Ook de vormgeving van deze configuratie zal in het eerste jaar van ons bestaan worden uitgewerkt tot een uitvoerbaar plan. Volgens de Greenhouse mindset zal hiertoe equipment worden aangeschaft en geïnstalleerd.

## Minds

Het belangrijkste gedachtengoed van BrightSight-People zijn de BrightSight Minds. Hoe goed een product (of productenlijn) ook kan zijn, de basis ligt in de Minds van onszelf. Minds behelst het combineren van goede gedachten, ideeën en idealen die, samen, tot nieuwe inzichten en vernieuwingen weten te komen.

Aan elk goed plan ligt een goed idee ten gronde. Om een goed idee te ontwikkelen hebben we zowel Culture Code als Community Capacity nodig. We delen via Transparency al onze brainwaves en weten dat deze met respect behandeld zullen worden. De waarde van een kleine en onopvallend brainwave kan onschatbaar hoog zijn als het door Minds wordt gewogen en verheven tot een mogelijkheid, een idee, een plan, een prototype en uiteindelijk een product.

Zonder het te beseffen hebben we vaak hele bruikbare brainwaves die we meteen vergeten. Een brainwave is een gedachte in de goede richting, waarbij het echter ontbreekt aan een einddoel en het pad daarheen. Echter, Minds kunnen die weg plaveien en het einddoel zichtbaar maken aan de horizon. Dat is de kracht van creativiteit in de BrightSight-People Transparency Minds met een Community Capacity vol Culture Code.