

KEYBOARD

SPOTLIGHT

Delta Light[®] haalt service level van 98% dankzij MRP en WMS binnen Microsoft Dynamics NAV

KEYNOTE

Het managen van innovatie: een moeilijk evenwicht tussen creativiteit en discipline

TRENDWATCHER

De oorlog om talent is uitgebroken
Hoe zit het met uw Employer Branding?



Waarom waarom
uw uw betalingen betalingen
twee twee keer keer
ingeven ingeven??



Microsoft Dynamics®

Isabel en Microsoft Dynamics werken perfect samen.
Een indrukwekkende tijdwinst in uw dagelijks beheer
wat zich vertaalt in aanzienlijke besparingen.


your efficiency accelerator

Haal meer uit uw dag met Isabel

Inhoud

SPOTLIGHT

Delta Light® haalt service level van 98% dankzij MRP en WMS binnen Microsoft Dynamics NAV

Pag 4

iFacto Distri+, de noodzakelijke stap in de groeiambitie van elektrogroothandel Elec-Lightin'Art

Pag 10

KEYNOTE

Het managen van innovatie: een moeilijk evenwicht tussen creativiteit en discipline

Pag 7

TRENDWATCHER

De oorlog om talent is uitgebroken
Hoe zit het met uw Employer Branding?

Pag 13

COLOFON

Uitgever: Lemarco
Sneeuwbeslaan 17 B7
B-2610 Wilrijk
+32 (0)3 827 26 36
contact@lemarco.be

Redactie: Katrien De Hert, Veerle Bonte,
Patrick Dalle

Advertenties: Isabel, Microsoft, iFacto Group

Grafische opmaak: Lemarco - Lutz Stange

Wat zijn de capaciteiten van uw onderneming?

Wat maakt de ene onderneming succesvoller dan de andere? Een vraag die niet gemakkelijk te beantwoorden is. En toch – wanneer u bepaalde investeringsbeslissingen moet nemen, doet u dit met het oog op een meer succesvolle toekomst voor uw bedrijf. Maar op basis van wat?

Volgens het bekende RPV (Resources-Processes-Values) model worden de capaciteiten van een bedrijf bepaald door drie factoren: de resources waarover het beschikt (de mensen en middelen die worden ingezet); de processen of de manier waarop input wordt omgezet in toegevoegde waarde voor de klant; en tenslotte de 'values'. Dit zijn de waarden van het bedrijf die de basis vormen voor de prioriteiten die de medewerkers stellen bij het nemen van beslissingen.

Op welk gebied de sterktes van uw bedrijf liggen, laten wij aan u over. Het zou ons alvast plezier doen indien het lezen van enkele boeiende artikels en getuigenissen in dit nummer van Keyboard magazine, u meer bewust maakt van de reële capaciteiten van uw onderneming.



Steven Arrazola de Onate
Managing Partner,
iFacto Group

ifacto
GROUP

Veldkant 33B
2550 Kontich
Tel.: +32 (0)3 443.20.70
Fax +32 (0)3 443.20.74

www.ifacto-group.be
info@ifacto.be

Delta Light® haalt service level van 98%

dankzij MRP en WMS binnen Microsoft Dynamics NAV

Delta Light® uit Wevelgem legt zichzelf strenge eisen op wat betreft de levertermijn van hun design verlichtingsartikelen. Gezien het grote aantal producten en onderdelen, doet Delta Light® hiervoor beroep op een krachtig bedrijfsbeheersysteem. iFacto Business Solutions is reeds zes jaar lang de softwarepartner van Delta Light®. Samen legden zij een indrukwekkend parcours af met Microsoft Dynamics NAV.

Opgericht in 1987 door zaakvoerder en ontwerper Paul Ameloot, is Delta Light® vandaag uitgegroeid tot marktleider en trendsetter in architecturale verlichting. Met vernieuwende verlichtingsconcepten staat het bedrijf wereldwijd bekend om zijn subtiële mix van sfeer, functionaliteit en design. Vandaag stelt Delta Light® 200 mensen tewerk in het hoofdkantoor in Wevelgem en verdeelt het bedrijf zijn producten in 110 landen, via een netwerk van eigen kantoren en exclusieve partners.

Elk jaar verschijnt The Lighting Bible, een lijvige catalogus met ruim 3.000 producten. Delta Light® verbindt zich ertoe om standaard producten binnen de drie dagen en maatwerk binnen de tien dagen aan te leveren. Om deze ijzersterke service te garanderen, moet Delta Light® prat kunnen gaan op een uiterst efficiënte interne keuken. Hun geheim is een succesvolle implementatie van Microsoft Dynamics NAV door IT-partner iFacto Business Solutions.

“Microsoft Dynamics NAV wordt zwaar onderschat door productiebedrijven. NAV is, voor wat onze noden betreft, volgens mij even sterk als SAP. Misschien zelfs een stuk flexibeler.”

Jan Blomme, IT Manager, Delta Light



Een lange weg met Microsoft Dynamics NAV

In 2000 zette Delta Light® de eerste stappen naar automatisatie van boekhouding, aankoop, verkoop en productie in Navision 2.0. Dit was reeds een sterke efficiëntieverbetering, maar de MRP (material resource planning) bleef een belangrijk gemis voor een productiebedrijf. In 2004 nam iFacto Business Solutions het project over en maakte meteen komaf met het vele maatwerk. Het eindresultaat was een functioneel uitgebreide standaard implementatie van Microsoft Dynamics NAV 4.0. inclusief een correcte MRP. Sinds december 2010 kan Delta Light® ook uitpakken met een geïntegreerd WMS (warehouse management systeem), opnieuw een realisatie door iFacto Business Solutions. En het ziet er naar uit dat Delta Light® de komende jaren zal blijven investeren in het Microsoft Dynamics platform.

“Microsoft Dynamics NAV wordt zwaar onderschat door productiebedrijven. NAV is, voor wat onze noden betreft, volgens mij even sterk als SAP. Misschien zelfs een stuk flexibeler”, aldus IT manager Jan Blomme.

Consolidatie van vestigingen

De vestigingen in Nederland en Denemarken werken op hetzelfde systeem en de boekhouding verloopt geconsolideerd in België. Ook het verwerken van inkooporders uit deze vestigingen gebeurt volautomatisch.

“Een groot verschil met vroeger is de mogelijkheid tot analytische boekhouding sinds we de facturen niet meer op grootboekrekening maar op productcode inboeken”, aldus Jan Blomme.

Productie en assemblage

De productie binnen Delta Light® beperkt zich voornamelijk tot het (vaak manueel) assembleren van onderdelen. Bewerkingen op onderdelen of producten worden regelmatig uitbesteed. Zo kan een product tot acht keer toe het bedrijf verlaten eer het volledig is afgewerkt. Deze acties staan allemaal vervat in de bill-of-labor. Microsoft Dynamics NAV geeft bij zo'n uitbesteding ook aan of er extra onderdelen moeten meegeleverd worden. Eenmaal een product is afgewerkt en verpakt, wordt dit aangegeven in het systeem en wordt de stock verhoogd.

MRP als motor van het bedrijf

Drie maal per week herberekent Microsoft Dynamics NAV op basis van de verkooporders en prognoses de MRP, zodat er steeds voldoende materiaal in de pipeline zit. De MRP beïnvloedt haast alle processen van Delta Light® en is in grote mate verantwoordelijk voor de flexibele klantenservice. Frank Depoorter, hoofd planning: “Van zodra een order wordt ingeboekt, ontvangt de klant een ATP (available-to-promise) op basis van de voorraad, de vestiging en de doorlooptijd van elk product.”

Portaalsites

Delta Light® gebruikt de gegevens uit Microsoft Dynamics NAV ook in andere toepassingen. Zo biedt Delta Light® zijn klanten een portaal site waarin ze hun openstaande orders en de voorraad van standaard artikelen kunnen consulteren. Ook technische gegevens en productfoto's kunnen ze hier opvragen.

De aankoopafdeling krijgt een lijst vanuit de MRP-module en gebruikt deze om bestellingen te plaatsen bij leveranciers. Delta Light® beschikt over een portaal site waarop de leveranciers hun inkooporders zien, de gewenste leveringsdata bevestigen of aanpassen en technische tekeningen opvragen. De gegevens worden vervolgens doorgespeeld naar de MRP-module van Microsoft Dynamics NAV.

Kwaliteitscontrole

De aankoopafdeling kijkt ook streng toe op de kwaliteit van de geleverde goederen. Indien nodig worden stukken teruggestuurd of opnieuw besteld.

“Het is de bedoeling om in de nabije toekomst de kwaliteitscontrole volledig te integreren binnen Microsoft Dynamics NAV. Op die manier beschikken we over een tool om onze leveranciers correct te evalueren op kwaliteit en leveringsdata”, aldus Jan Blomme.

“Wij kozen bewust voor WMS binnen Microsoft Dynamics NAV. Externe systemen zijn duurder en missen de link met de productie.”

Jan Blomme, IT Manager, Delta Light

WMS

De WMS module is de meest recente uitbreiding bij Delta Light®. Voortaan bepaalt WMS de locaties van alle goederen, stuurt de pickings door middel van draadloze scanners en bewaakt de minimale en maximale voorraadviveaus. Delta Light® telt zo'n 4.000 pickings per dag, 2.000 voor productie, 2.000 voor verzending.

“Voordien kenden we wel de voorraad van elk product, maar was enkel de picklocatie gekend. Reservevoorraad raakte soms verloren en kwam pas boven water bij de jaarlijkse stocktelling”, getuigt Jan Blomme.

Frank Depoorter: “WMS regelt alles wat betreft inslag, verplaatsingen en pickings. Bij nieuwe producten, bepaalt WMS de picklocatie. Wanneer de voorraad toeneemt, wordt een bufferlocatie toegevoegd. Afwijkende aantallen worden door de pickers ingevoerd in het systeem. De stock is nu veel correcter en pickings verlopen foutloos.”

Dankzij de cycle counting met de scanners hoeft Delta Light® ook geen drie dagen per jaar meer alles stil te leggen en tientallen interims in te huren voor de stocktelling.

Tevens is de opleiding van nieuwe pickers heel kort door de gebruiksvriendelijkheid van het systeem. Wanneer een verkeerd product gepickt wordt, verwittigt de scanner meteen. Vroeger kwam dat vaak pas tijdens de productie of bij de subcontractor aan het licht en ging er belangrijke tijd verloren.

Jan Blomme: “Wij kozen bewust voor WMS binnen Microsoft Dynamics NAV. Externe systemen zijn duurder en missen de link met de productie.”

Verzending en facturatie

Microsoft Dynamics NAV maakt elke dag een Excel lijst voor de externe transportfirma. Hier staan leveradressen, openingsuren, en het aantal en de omvang van te leveren colli's. Na verzending stelt Microsoft Dynamics NAV automatisch de factuur op. “Zolang het pakketje niet verzonden is, kan de klant tot op het laatste moment nog wijzigingen doorvoeren. Microsoft Dynamics NAV biedt ons die flexibiliteit. Voor spoedorders zetten wij zelfs één fulltime medewerker in”, aldus planningmedewerker Hans Maet.

Over Microsoft Dynamics NAV en iFacto Business Solutions

Delta Light® beschikt intussen over een 90-tal Microsoft Dynamics NAV licenties, het pakket is alomtegenwoordig.

“Verdere uitbreidingen, bv. CRM, zullen ook steeds binnen het Dynamics platform gebeuren. Sinds de invoering van Microsoft Dynamics NAV halen wij een service level van 98% op vlak van beloofde leverdatum, wat tevreden klanten maakt. De klanten en leveranciers zijn ook in de wolken met de portaalsites. Deze vermijden talloze overbodige telefoontjes.”

De samenwerking met iFacto Business Solutions is intussen uitgegroeid tot een jarenlange vertrouwensrelatie.

“iFacto Business Solutions stelt flexibiliteit voorop en daar herkennen we ons het beste in. Het persoonlijke contact en hun proactieve instelling zijn voor ons een belangrijke meerwaarde”, besluit Jan Blomme.

Profiel van Delta Light

Land: België

Sector: Productie en distributie (verlichting)

Delta Light ontwerpt en fabriceert architecturale verlichting. In het Wevelgemse hoofdkwartier werken 200 mensen en wordt een omzet van ca. 55 miljoen euro gerealiseerd. Delta Light exporteert naar meer dan 100 landen over de hele wereld.

Uitdaging

Delta Light zocht een ERP-systeem dat elk proces binnen het bedrijf zou automatiseren zonder in te boeten aan flexibiliteit.

Oplossing

iFacto Business Solutions implementeerde bij Delta Light het Microsoft Dynamics NAV-platform en breidde het vervolgens uit met MRP en WMS functionaliteit.

Voordelen

- Transparantie doorheen de hele procesketen
- Analytische boekhouding
- Vlotte en correcte aankoop- en productieplanning dankzij MRP
- Betere communicatie met klanten en leveranciers via portaalsite
- Correcte pickings en voorraden dankzij WMS
- Cycle counting ter vervanging van stocktelling
- Flexibiliteit troef binnen het bedrijf
- Vertrouwensrelatie met IT-partner iFacto Business Solutions

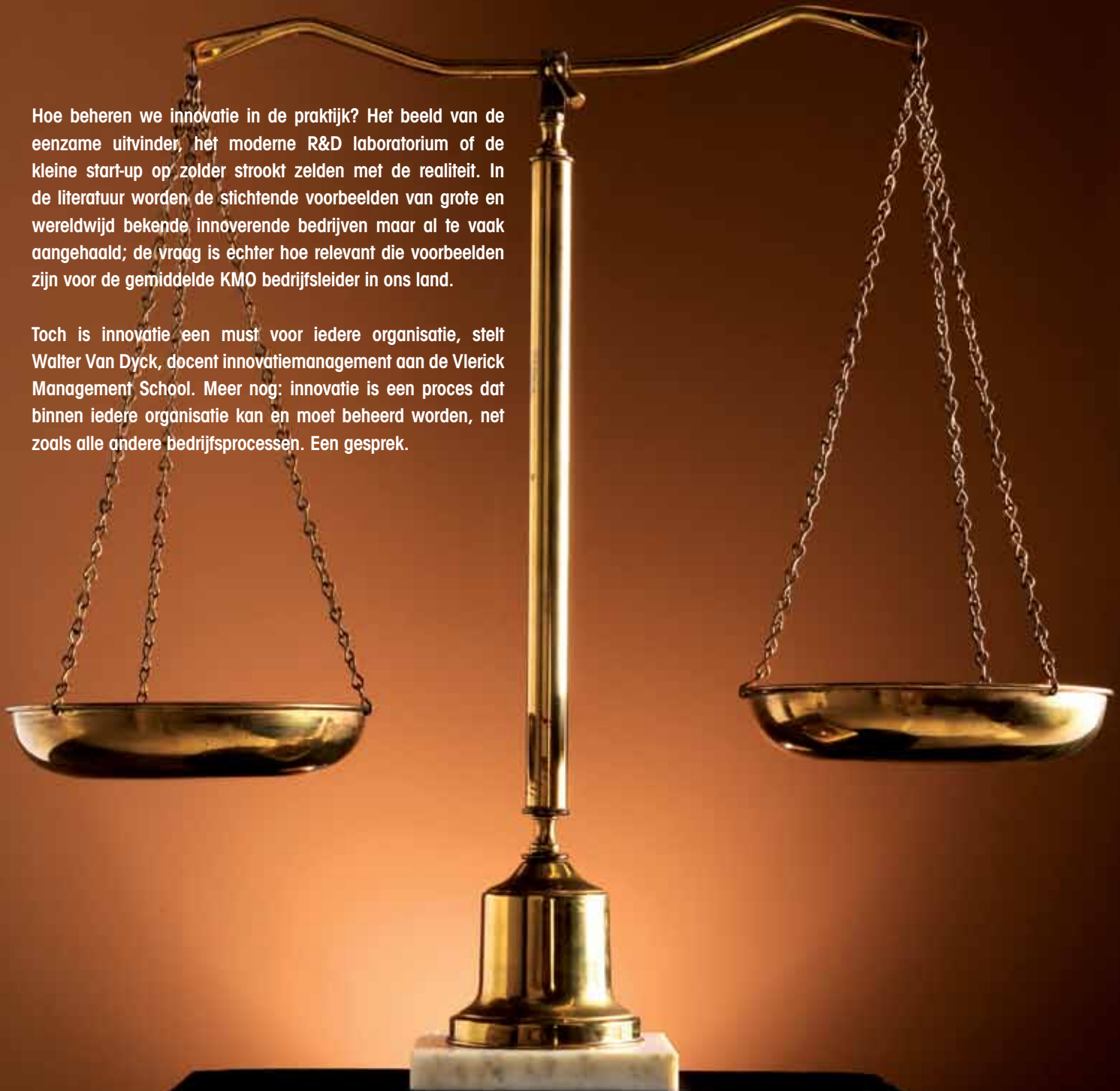


Het managen van innovatie:

een moeilijk evenwicht tussen creativiteit en discipline

Hoe beheren we innovatie in de praktijk? Het beeld van de eenzame uitvinder, het moderne R&D laboratorium of de kleine start-up op zolder strookt zelden met de realiteit. In de literatuur worden de stichtende voorbeelden van grote en wereldwijd bekende innoverende bedrijven maar al te vaak aangehaald; de vraag is echter hoe relevant die voorbeelden zijn voor de gemiddelde KMO bedrijfsleider in ons land.

Toch is innovatie een must voor iedere organisatie, stelt Walter Van Dyck, docent innovatiemanagement aan de Vlerick Management School. Meer nog: innovatie is een proces dat binnen iedere organisatie kan en moet beheerd worden, net zoals alle andere bedrijfsprocessen. Een gesprek.



“Het is een feit dat innovatie vandaag in veel bedrijven doodgemanaged wordt. Het moeilijke is dat je steeds de balans moet zoeken tussen creativiteit en discipline.”

Professor Walter Van Dyck,
Vlerick Management School



Iedere organisatie is het aan haar klanten en aan haar aandeelhouders verplicht om voortdurend uit te kijken naar mogelijkheden tot vernieuwing. Niemand wil immers ten eeuwigden dage dezelfde producten en diensten blijven leveren.

Walter Van Dyck, docent innovatiemanagement aan de Vlerick Management School: “Dat innoveren een prioriteit is voor iedere organisatie, zit eigenlijk vervat in de definitie van het woord zelf: innovatiemanagement is immers niets anders dan het beheren van vernieuwing binnen de organisatie. Wel moet je aanvaarden dat innovatie een lange leercurve vraagt die je met vallen en opstaan moet doormaken. Bedrijven zoals McDonalds, die met hun businessmodel meteen goed zaten, vormen echt een uitzondering.”

‘Sustainable innovation’: luisteren naar je klanten

Walter Van Dyck: “Wie innovatie strategisch wil beheren, moet begrijpen dat er twee soorten innovatie bestaan die complementair zijn: ‘sustainable innovations’ en ‘disruptive innovations’. De ene vraagt dat je goed luistert naar wat je klanten wensen, de andere dat je het net niet doet.”

Ieder bedrijf luistert – en terecht – voortdurend naar de wensen van haar meest veel-eisende klanten. ‘Sustainable Innovations’ komen voort uit het voortdurende verbeteringsproces van het bestaande producten- en dienstenaanbod – vaak gebaseerd op

marktonderzoek. Het resultaat: producten en oplossingen worden functioneel steeds rijker en de prestaties verbeteren, zodat ze ook steeds hogere marktsegmenten aanspreken.

Kenmerkend voor ‘sustainable innovations’ is dat men hiermee binnen de context blijft van de bestaande markt en concurrentiële omgeving waarin het bedrijf reeds actief is. Zo zijn de lancering van een nieuwe en snellere processor voor de PC, of van een nieuw automodel, typische voorbeelden van een ‘sustainable innovation’.

“Een gevestigd bedrijf dat nieuwe investeringsbudgetten vrijmaakt, zal vaak prioriteit geven aan het upgraden van bestaande producten en diensten met nieuwe technologieën. In de hogere marktsegmenten hoop je als bedrijf immers een grotere ROI

te bereiken. Het resultaat van deze strategie, is wel dat je onderaan de markt stilaan een leemte creëert en de weg vrijmaakt voor goedkopere, technologisch minder geavanceerde producten en oplossingen”, zegt Walter Van Dyck.

‘Disruptive innovation’

Het is deze leemte die het ontstaan mogelijk maakt van een andere vorm van innovatie, die men samenvat onder de noemer ‘disruptive innovations’. ‘Disruptive innovations’ zijn baanbrekende vernieuwingen die de traditionele waardeketen in een bepaalde markt compleet omvergoeien en een ganse sector herdefiniëren door bijvoorbeeld totaal nieuwe marktsegmenten aan te boren.

Het boeiende is dat veel ‘disruptive innova-



tions', in tegenstelling tot wat men zou denken, vaak onderaan de markt opduiken. In de beginfase zijn ze meestal technologisch minder vooruitstrevend en goedkoper dan de gevestigde alternatieven.

"Wat heeft Nintendo gedaan met de Wii? Zij zijn erin geslaagd om een totaal nieuwe markt van gamers aan te spreken met een product dat op verschillende vlakken minder vernieuwend was dan de bestaande gaming consoles. Nieuwe product-markt-combinaties, zoals ook de Tablet PC, zijn in het begin vaak goedkoper en technologisch minder functioneel. Ze kennen echter een snelle technologische groeicurve, waardoor ze na verloop van tijd een haast volwaardige vervanger worden voor de gevestigde en meer mature alternatieven: dit verklaart ook het gevaar dat de notebook PC vandaag loopt", stelt Walter Van Dyck.

Procesoptimalisatie als vorm van innovatie

Dat innovatie per definitie gepaard zou gaan met zware productgerichte R&D-investeringen, is volgens Prof. Van Dyck een mythe. R&D-gedreven innovatie, zoals men die vindt in de farmaceutische sector, is immers maar één benadering van innovatie. Heel wat bedrijven kiezen ervoor om te innoveren door bestaande technologiecomponenten te hercombineren en zo nieuwe markten aan te spreken. De iPod van Apple bevatte op zich weinig nieuwe technologie, maar is dankzij de combinatie van hardware en software wel baanbrekend geweest voor de muziekwereld.

Walter Van Dyck: "Procesoptimalisatie is een derde benadering van innovatie. Daarbij streef je er als bedrijf naar om, vaak door rekening te houden met feedback van de omgeving, je 'assets' zo efficiënt mogelijk in te zetten. In dit kader kan je ook de opkomst van theorieën als Six Sigma, en van ERP software verklaren. Banken en utiliteitsbedrijven zijn toonvoorbeelden van bedrijven die innoveren door procesinnovatie eerder dan productinnovatie."

Balans tussen creativiteit en discipline

"Het is een feit dat innovatie vandaag in veel bedrijven doodgemanaged wordt. Het moeilijke is dat je steeds de balans moet zoeken tussen creativiteit en discipline. Een zekere dosis ondernemerschap heb je immers altijd nodig om innovatief te zijn, maar het creatieve luik is maar één fase van het ganse innovatieproces. Mijn boodschap is dat iedere organisatie ook de discipline moet inbouwen om het innovatieproces aan te pakken als een volwaardig project binnen de organisatie", aldus Prof. Van Dyck.

Gecontroleerd beheer van innovatietraject met ondersteuning door IT

De eerste fase van het innovatietraject is steeds het creatieve luik. Eenmaal deze fase afgerond, is de volgende fase het converteren van het idee naar een project binnen het bedrijf om te komen tot een finaal product. De derde fase tenslotte, is de adoptie van de nieuwe oplossing door de markt.

Bij iedere fase kunnen, afhankelijk van de situatie, externe partijen zoals leveranciers, partners en klanten ingeschakeld worden. Het ene bedrijf koopt immers externe ideeën in, het andere gaat dan weer extern voor de lancering ervan.

"Het is ook duidelijk dat bedrijfssoftware en ERP vandaag onmisbare instrumenten zijn in dit ganse traject. Niet alleen om de bestaande processen efficiënt en gecontroleerd te beheren, maar ook als bron van Business Intelligence informatie om nieuwe markten aan te boren met nieuwe oplossingen: een bedrijfssysteem bevat een schat aan informatie waarvan vandaag slechts een klein gedeelte actief wordt ingezet bij de innovatiestrategie van het bedrijf."

Case

Een Italiaans bedrijf had een oplossing bedacht om dakpannen te bedrukken via een zeefdrukprocedé. Om zich te onderscheiden van zijn concurrenten kwam het bedrijf met het idee op de proppen om de zeefdrukmachine in het productieproces van de klant te integreren, zodat hij zelf de bedrukking kon uitvoeren. Dit is een typisch voorbeeld van een business model innovatie.

Meer praktijkvoorbeelden vindt u in het boek van Philippe Silberzahn en Walter Van Dyck: "The balancing act of innovation", uitgegeven bij Lannoo.



"Wie innovatie strategisch wil beheren, moet begrijpen dat er twee soorten innovatie bestaan die complementair zijn: 'sustainable innovations' en 'disruptive innovations'. De ene vraagt dat je goed luistert naar wat je klanten wensen, de andere dat je het net niet doet."

Professor Walter Van Dyck, Vlerick Management School

iFacto Distri+, de noodzakelijke stap in de groeiambitie van elektrogroothandel Elec-Lightin'Art

Elec-Lightin'Art, groothandel in verlichting, domotica en elektrisch installatiemateriaal, was al enige tijd op zoek naar een bedrijfsbeheersysteem dat alle processen kon automatiseren met zo weinig mogelijk maatwerk, of anders gezegd: een standaard oplossing op maat van de sector.

In iFacto Distri+ vond Elec-Lightin'Art de ideale oplossing voor de efficiënte automatisering van al haar administratieve, logistieke en verkoopprocessen. Gecombineerd met de krachtige BI Cubes van Microsoft Dynamics NAV geeft dit het nodige inzicht voor een gezonde groei.

Groothandel Elec-Lightin'Art verdeelt een uitgebreid gamma binnen- en buitenverlichting, een professioneel domotica gamma en elektrisch installatiemateriaal voor elke woning, winkel, horeca en industrie. De onderneming bedient haar klanten - hoofdzakelijk installateurs - in haar drie vestigingen te Deurne (hoofdzetel), Mechelen, en Turnhout. Elke vestiging heeft een moderne showroom, een eigen verkoopdienst en een goed gevuld magazijn. In Deurne werd recent een nieuwe showroom ingewijd waar de particulier domotica aan den lijve kan ondervinden. In 2012 viert Elec-Lightin'Art zijn 20-jarig jubileum.

"Service zien wij als een totaalpakket: een uitgebreide voorraad, een snelle levering en een goede technische ondersteuning van de installateurs. Wij doen voor hen alle

berekeningen, ook lichtstudies voor particulieren en we hebben eigen domotica-programmeurs in huis", aldus gedelegeerd bestuurder Wim Lumbeek.

Weg van maatwerk

Elec-Lightin'Art heeft 300.000 artikelnummers en een database met zo'n 2.000 actieve klanten. Voor de verwerking van alle bestellingen en balieverkopen, maakte Elec-Lightin'Art in het verleden gebruik van een vrij eenvoudig boekhoudkundig pakket met 80% maatwerk.

"Dit was een groot nadeel bij upgrades of aanpassingen: die waren complex of duur. We waren bovendien niet meer tevreden over de service. In 2001 zijn we dan overgestapt op Microsoft Dynamics NAV, een



"iFacto Distri+ geeft ons een duidelijk inzicht in onze activiteiten: stock, marges, sales, etc. Het is een noodzakelijke stap om als modern bedrijf verder te groeien zonder het overzicht te verliezen."

Wim Lumbeeck (links), gedelegeerd bestuurder, Elec-Lightin'Art, hier met Steven Arrazola de Onate, Managing Partner, iFacto

wijdverspreid pakket dat ook meer functionaliteit bevatte, waardoor de hoeveelheid maatwerk sterk daalde. Het was echter nog zoeken naar een oplossing die specifiek voor onze elektro-sector ontwikkeld was."

iFacto Distri+ voor elektrogroothandels

In het voorraadbeheer zaten nog enkele fouten, waardoor men niet de exacte stock kende. Er moest nog heel wat over en weer gebeld worden. Intussen liep het contact met de Microsoft partner niet zo vlot. Toen Elec-Lightin'Art dan ook hoorde dat iFacto Business Solutions een standaard oplossing voor elektrogroothandels ontwikkeld had, volgde al gauw een eerste demo.

"iFacto Distri+ is volledig gebaseerd op Microsoft Dynamics NAV en komt tegemoet aan het merendeel van onze behoeften als elektro-groothandel, de rest is fine-tuning. Superflexibele balieverkoop, vlotte omzetting van bestelling naar pickbon naar zendnota en naar factuur, enzovoort. Het was allemaal heel vertrouwd. Bovendien klikte het erg goed met hun consultants", vertelt Wim Lumbeeck.

Na de eerste ontmoeting heeft Elec-Lightin'Art bewust nog een jaartje gewacht, zodat het bedrijf op 1 januari 2011 live kon gaan met de nieuwste release: Microsoft Dynamics NAV 2009 Distri+.

Analytische boekhouding

Dankzij de nodige dimensies beschikt Elec-Lightin'Art vandaag over een analytische boekhouding. Kosten en inkomsten worden per filiaal in beeld gebracht, evenals het margeniveau per regio of klant.

Door de integratie met Isabel stelt Microsoft Dynamics NAV automatisch betaalvoorstellen op en worden facturen nog vlotter betaald.

Vertrouwen op correcte voorraadgegevens

Het grootste verschil met vroeger zit hem in de automatisering van de voorraad. Vroeger ging een bestelling eerst naar het magazijn, werd daar klaargezet en in de loop van de dag werden de artikelen dan afgeboekt in de boekhouding. Intussen was er geen up-to-date zicht op de voorraad. Het was een manueel, menselijk proces en men holde continu achter de feiten aan.

Vandaag stuurt Microsoft Dynamics NAV het magazijn aan. Iedereen kan op elk moment zien hoeveel materiaal aanwezig is en in welke vestiging het ligt. Interne telefoontjes zijn fel gereduceerd en klanten krijgen sneller een antwoord op de vraag wanneer ze hun bestelling kunnen oppikken.

"Dure luxeproducten werden vroeger beperkt aangekocht in één magazijn. Manueel werd dan een intern transport opgezet als een vestiging zo een artikel verkocht.

Vandaag zijn sommige vestigingen aangewezen als centrale stock voor bepaalde goederen. Deze producten worden automatisch besteld in de juiste vestiging en overgebracht."

Gebruiksvriendelijk

Typisch voor Microsoft software is de gebruiksvriendelijkheid en de flexibiliteit. Zo kan je producten opzoeken volgens artikelnummer, maar ook volgens de gehele of gedeeltelijke productomschrijving.

Wim Lumbeeck: "Vroeger konden wij geen enkele bestelling invoeren zonder de catalogus te openen. Vandaag vinden we alle producten snel terug in het systeem. Met een eenvoudig pakket als Microsoft Dynamics NAV hoef je je personeel minder hard op te leiden."

Stockcorrectie en bestelvoorstellen

Elec-Lightin'Art heeft voor alle artikelen een minimum- en maximum voorraadniveau bepaald. iFacto Distri+ genereert op basis hiervan automatisch bestelvoorstellen.

"Sommige artikelen zullen meer of net minder worden aangekocht, stockbreuken zullen vermeden worden en ook overschotten zullen zo verdwijnen", legt Wim Lumbeeck uit.

Verkopers strak in het gareel

De complexe prijzenmatrix met kortingen per klant- en producttype zit volledig vervat

“Vroeger konden wij geen enkele bestelling invoeren zonder de catalogoog te openen. Vandaag vinden we alle producten snel terug in het systeem. Met een eenvoudig pakket als Microsoft Dynamics NAV hoef je je personeel minder hard op te leiden.”

Wim Lumbeek (links), gedelegeerd bestuurder, Elec-Lightin'Art



in iFacto Distri+. Verkopers werken enkel nog met verkoopprijzen, niet meer met kortingen.

Wim Lumbeek: “Voor verkopers is het nu gemakkelijker om bestellingen en offertes in te voeren, maar tegelijk worden ze nu geconfronteerd met prijsbeperkingen per klant en per product. Dit is nodig om onze marges te bewaken.”

De opbouw van de offertes is ook bijzonder handig: met subtotalen per project, bv. per gebouw, per verdiep, etc. Heel overzichtelijk voor de installateur.

Een andere vorm van bewaking is er op de minimum afneemhoeveelheden van de leverancier. Wanneer een klant een zeldzaam product wil dat bij de leverancier per tien dient aangekocht te worden, zal hij dat ook in tienvoud moeten bestellen.

Business Intelligence

De verkopers hebben vandaag al een veel beter zicht op hun klanten: openstaande orders of openstaande facturen kunnen snel opgezocht worden. Maar er wordt nog gewerkt aan een uitgebreidere rapportering, zodat ze hun belangrijkste klanten steeds in het vizier hebben en de marges kunnen controleren, kunnen nagaan waar-

om klanten plots wegvallen, ...

Wim Lumbeek: “De BI Cubes van Microsoft Dynamics NAV zullen ons de broodnodige informatie leveren die je als onderneming nodig hebt om de juiste beslissingen te nemen en verder te groeien. Het flexibel aan te passen dashboard zal maatwerk rapporten overbodig maken en ons de autonomie geven om zelf allerhande statistieken op te stellen.”

Portaal voor online bestellingen

“Wij willen binnenkort een online portaal lanceren waarin onze klanten prijzen en stock kunnen consulteren en zelf bestellingen kunnen doen. Ook technische specificaties zullen beschikbaar zijn. Onze klanten eisen dat ook, want als zij om 18u hun werf verlaten, is de winkel al dicht en willen zij toch nog hun materiaal kunnen bestellen”, stelt Wim Lumbeek.

Besluit

“iFacto Distri+ geeft ons een duidelijk inzicht in onze activiteiten: stock, marges, verkopen, ... het is een noodzakelijke stap om als modern bedrijf verder te groeien zonder het overzicht te verliezen”, vindt Wim Lumbeek.

Profiel van Elec-Lightin'Art

Land: België
Sector: Groothandel (verlichting)

Elec Lightin'Art is een groothandel in verlichting, elektrisch installatiemateriaal en domotica. In haar drie vestigingen werken 37 mensen. De omzet bedraagt ca. 13,5 miljoen euro.

Uitdaging

Elec Lightin'Art zocht een nieuw bedrijfsbeheersysteem met zoveel mogelijk standaard functionaliteit om de administratie, de verkoop en de logistiek te automatiseren. Bovendien zocht het bedrijf een nieuwe, betrouwbare informaticapartner.

Oplossing

iFacto Business Solutions implementeerde bij Elec-Lightin'Art de oplossing iFacto Distri+, een module bovenop het Microsoft Dynamics NAV platform, specifiek gericht op elektro-groothandels, met daarin alle functionaliteit die deze sector nodig heeft.

Voordelen

- Weinig maatwerk dankzij standaard functionaliteit
- Flexibele administratieve afhandeling
- Analytische boekhouding
- Integratie met Isabel
- Betrouwbare voorraadgegevens
- Geen stockbreuken meer
- Bewaking van prijzen, marges en bestelhoeveelheden
- Strategische managementinformatie met BI Cubes
- Gebruiksvriendelijk en flexibele software
- Een betrouwbare partner die de sector kent

De oorlog om talent is uitgebroken

Hoe zit het met uw Employer Branding?

We vangen steeds meer signalen op dat ondernemers hun groeidoelstellingen naar beneden toe moeten bijstellen doordat ze niet de juiste profielen kunnen aantrekken voor bepaalde vacatures. Jammer genoeg is dit geen tijdelijk probleem, maar een nieuwe demografische realiteit.

Bedrijven kunnen best goed gewapend de 'War for talent' ingaan. Zij zullen in de toekomst actief moeten investeren in iets wat ze in het verleden allicht niet of amper gedaan hebben: Employer Branding, of het sturen van het bedrijfsimago tot een geweldige plek om te werken voor werknemers en aandeelhouders, maar zeker ook voor elke toekomstige werknemer. Het ultieme doel: ervoor zorgen dat men bovenaan het lijstje komt te staan van toekomstige werknemers. Zodat niet enkel het aantal, maar vooral de kwaliteit van de kandidaat-werknemers toeneemt.

Van McJob naar McCareer

McDonalds werd enkele jaren geleden geconfronteerd met een uniek probleem. Het merk werd intern door het eigen personeel op handen gedragen, wat zich weerspiegelde in een hoge medewerkerstevredenheid. Maar de buitenwereld had een heel ander beeld van werken bij McDonalds: voor buitenstaanders stond het symbool voor laagbetaald, laaggekwalificeerd werk met weinig toekomstperspectief. De buitenwereld had dus een veel negatiever beeld over werken bij McDonalds dan de eigen medewerkers.

Het antwoord van McDonalds, vanaf 2006, was een ijzersterke campagne. Het bedrijf beloofde voortaan aan potentiële werknemers een carrière die deuren zou openen waarvan ze nooit hadden durven dromen. Een schot in de roos voor de twintigers die de voornaamste doelgroep van McDonalds vormden.

Werken aan uw Employee Value Proposition (EVP)?

Op een geloofwaardige manier aan Employer Branding doen is geen sinecure, en het is belangrijk dat men werkt aan het opbouwen van een specifiek imago als toekomstig werkgever: de Employee Value Proposition. Eigenlijk komt het erop neer, dat men als werkgever goed nadenkt wat men aan toekomstige werknemers te bieden heeft in ruil voor de kennis en de vaardigheden die zij in het bedrijf brengen. Hoe kunt u, met andere woorden, doorheen uw communicatie met kandidaat-werknemers, een 'werkervaring' beloven die zij superieur achten aan andere bedrijven?

Meer dan loon en extralegale voordelen

Uit onderzoek is gebleken dat het loon en de extralegale voordelen vandaag niet voldoende zijn om mensen binnen te houden

of aan te trekken. Meer nog: deze extrinsieke motivatoren zijn vaak niet de echte 'satisfiers', maar wel potentiële 'dissatisfiers'. Meer salaris zal op langere termijn niet leiden tot meer motivatie en tevredenheid. Het belang van een mooie bonus voor een goede verkoper is dan weer dat het uiting kan geven aan een vorm van waardering die een drijvende kracht kan zijn voor de intrinsieke motivatie.

Werknemers zijn dus op zoek naar autonomie, zingeving en meesterschap. Succesvolle bedrijven scheppen dan ook een klimaat waarin talent wordt gefaciliteerd en uitgedaagd om het beste van zijn vermogen te geven. Dat gaat letterlijk over het geven van ruimte om te groeien en niet alleen in de job, maar vooral ook als mens, waarbij innerlijke motivatie de drijvende kracht wordt.



Your potential. Our passion.™
Microsoft®

BEHEERS DE "realtime cijfers,
realtime inzicht" **DYNAMIEK.**

**Ondernemen kent ontelbare soorten dynamiek.
Beheers ze allemaal. Met Microsoft Dynamics.™**

Microsoft Dynamics: bijzonder gebruiksvriendelijke bedrijfsoplossingen voor financieel en logistiek beheer en voor customer relationship management. Makkelijk om te leren, makkelijk om te gebruiken. Microsoft Dynamics lijkt helemaal op de Microsoft toepassingen waar uw mensen dagelijks mee werken. Ontdek meer op www.microsoftdynamics.be.



Financial Management
Customer Relationship Management
Supply Chain Management



is een jonge en dynamische onderneming gespecialiseerd in het automatiseren van bedrijfsprocessen in KMO's. Op basis van Microsoft Dynamics NAV en Microsoft Dynamics AX biedt iFacto Group geïntegreerde ERP- en backoffice oplossingen aan. Verschillende Business Units focussen zich op specifieke sectoren binnen de KMO-markt. Onze jarenlange informatica-ervaring en diepgaande sector kennis bieden u de oplossing die de unieke behoeften van uw organisatie invult, zowel qua hard- als software. Procesoptimalisatie in uw KMO? Neem vrijblijvend contact met ons op!



TAKING YOUR BUSINESS TO THE NEXT LEVEL

