

KEYBOARD

SOLUTIONS

Microsoft Dynamics NAV bij Procotex:
**professionalisme van
boekhouding tot productie
dankzij Christiaens Computer
Service**

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

SOLUTIONS

Microsoft Dynamics NAV bij Procotex:
professionalisme van boekhouding tot
productie

Pag 4

Floralux wil zich wortelen in Europa

Pag 10

KEYNOTE

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

Pag 7

SPOTLIGHT

We're making technology work

Pag 12

TRENDWATCHER

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

Pag 13

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.

Maar helemaal tevreden zijn we pas, indien Christiaens Computer Service kan bijdragen tot het succesvoller maken van uw organisatie. Want veel meer dan een technologie- of softwarebedrijf, willen wij voor u een succescoach zijn!



Marc Christiaens,
Alexander Christiaens,
Olivier Christiaens,

Christiaens Computer Service

COLOFON

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

Redactie: Ken Holsters, Dries Van Damme,
Patrick Dalle

Advertenties: Isabel, Microsoft, Christiaens,

Grafische opmaak: Lemarco - Lutz Stange

CHRISTIAENS
COMPUTER SERVICE
We're making technology work

Christiaens Computer Service NV
Passendalestraat 197a
B-8980 Passendale

www.christiaens.net
info@christiaens.net

Tel. +32 (0)51 78 83 83
Fax +32 (0)51 78 83 73

Microsoft Dynamics NAV bij Procotex:

professionalisme van boekhouding tot productie



Procotex (Dottenijs), actief in de verwerking van vlasproducten en textielafval, zag zich genoodzaakt om het oude ERP-systeem te vervangen. Het onderhoud werd te duur en het pakket was niet toegankelijk genoeg voor rapportering. Christiaens Computer Service kon het vertrouwen winnen van Procotex en installeerde er met succes Microsoft Dynamics NAV, voor de automatisatie van boekhouding, aankoop, verkoop, voorraadbeheer, productie en magazijnbeheer. Procotex werkt vandaag efficiënter dan ooit en houdt dankzij de flexibele rapporteringmogelijkheden de vinger aan de pols.

“ERP aankopen is steeds een nerveus proces, een sprong in het duister. Microsoft is in deze markt een vaste waarde. Christiaens Computer Service gaf ons veel vertrouwen, zowel in de oplossing als in de mensen die dit zouden moeten verwezenlijken.”

Frederic Douchy,
gedelegeerd bestuurder, Procotex



Procotex NV uit Dottenijs (regio Moeskroen) is een textielbedrijf met familiaal karakter. Procotex produceert en verhandelt vlasproducten, oa. klodden en producten voor de sanitaire sector. Een deel van de productie, met name de hekelafdeling, is ondergebracht bij zusterbedrijf Linolitas in Litouwen. Beide ondernemingen maken deel uit van de holding Dolintex. Een sterk groeiende activiteit van het bedrijf is de verwerking van textielafval (20.000 ton per jaar) naar vezels die ondermeer in de auto-industrie ingezet worden. Procotex telt 45 medewerkers in België, 100 in Litouwen en realiseert een omzet van 38 miljoen euro. Procotex levert aan diverse industrieën over heel de wereld.

Frederic Douchy, gedelegeerd bestuurder van Procotex: “Dankzij ons uitgebreide machinepark kunnen wij snel grote volumes aanleveren. Dit maakt ons koploper in verscheidene activiteiten. Wij zijn een typisch familiaal bedrijf qua flexibiliteit en klantvriendelijkheid, maar zeer professioneel qua aanpak. Onze recyclageafdeling is de meest geautomatiseerde op de markt.”

Nood aan flexibele rapportering

Procotex werkte al een tiental jaar met bedrijfsbeheersysteem ASW. “Deze oplossing was vrij compleet maar bevatte zoveel maatwerk dat we nooit de kans kregen om te upgraden. De schermen raakten verouderd, het licentieonderhoud was duur en stilaan groeide de nood naar flexibele rapportering. Het werd tijd voor iets nieuws”,

aldus Frederic Douchy.

Microsoft Dynamics NAV, een vaste waarde

Procotex stelde vanuit de eigen ERP-ervaring een gedetailleerd lastenboek op en verstuurde dit naar enkele leveranciers. “ERP aankopen is steeds een nerveus proces, een sprong in het duister. Microsoft is in deze markt een vaste waarde. We hebben uiteindelijk gekozen voor Microsoft Dynamics NAV. Christiaens Computer Service gaf ons veel vertrouwen, zowel in de oplossing als in de mensen die dit zouden moeten verwezenlijken.”

Procotex heeft de implementatie heel grondig voorbereid, zodat Christiaens het project snel en vakkundig kon uitvoeren. De oplossing is live sinds 1 januari 2011. Frederic Douchy: “De implementatie had een grote impact op de organisatie, die net was afgeslankt na een crisisjaar. We hadden weinig tijd over om te spenderen aan het project en toch moest iedereen er bij betrokken worden. Ik ben enorm tevreden over de professionaliteit en reactiviteit van Christiaens. Ze hebben heel competente consultants en hun inzet was een belangrijke factor voor het welslagen van de operatie.”

Toekennen van kosten

Procotex verkoopt haar producten doorgaans ‘geleverd bij de klant’. Dat wil zeggen dat de verkoopfactuur gevolgd wordt door diverse aankoopfacturen, bv. trans-

portkosten, douanekosten, commissies.... “In Microsoft Dynamics NAV kunnen wij deze aankoopfacturen achteraf koppelen aan de juiste basisfactuur, zodat we exact bijhouden welk product aan welke kostprijs geleverd werd. Aangezien wij werken met maandelijkse afsluitingen, maar sommige aankoopfacturen ons te laat bereiken, krijgen wij op die manier achteraf toch een correct beeld van inkomsten/kosten per maand en correcte marges per verkoop”, legt Frederic Douchy uit.

Koppeling met weegbrug

Christiaens ontwikkelde een interface met de weegbrug: elke lading wordt als weegbon geregistreerd binnen Microsoft Dynamics NAV en gekoppeld aan een inkooporder. Dit vergemakkelijkt de controle van de geleverde goederen.

Interface met productie

Productieorders worden gecreëerd in Microsoft Dynamics NAV. Wanneer een baal uit het persensysteem komt, wordt die gewogen op de PLC-weegschaal. De weegschaal weet van welke pers de baal afkomstig is en stuurt via een interface informatie rond het gewicht en de gebruikte productietijd naar Microsoft Dynamics NAV. Meteen wordt een label afgeprint met alle info en wordt de baal met de juiste kostprijs (materiaal- en machinekost) op stock genomen. “De gemeten productietijden worden ook bijgehouden en worden automatisch verwerkt in een rendementsberekening per pro-

ductielijn. De arbeiders in de productiehal krijgen deze info te zien en kunnen hun efficiëntie verhogen om premies te behalen”, vertelt Frederic Douchy.

Tijdens de productie ontstaan vaak nuttige bijproducten, zoals hekelklodden bij het hekelen van vlas. Bij het afmelden van een productieorder bestaat de mogelijkheid om ook deze bijproducten te registreren.

Automatisering met draadloze scanners

Bij picking en verzending wordt gebruik gemaakt van draadloze scanners. Wanneer een vrachtwagen geladen wordt, moet elke baal apart geregistreerd worden. Dankzij de draadloze scanners gebeurt dit voortaan snel en correct.

Consolidatie met Litouwse vestiging

Procotex is een Belgische onderneming met Litouws BTW-nummer. Microsoft Dynamics NAV stelt de maandelijkse Litouwse BTW-aangifte op. De intercompany transacties tussen Linolitas en Procotex worden bovendien samengebracht in een geconsolideerde resultatenrekening.

Flexibele rapporten in Excel

Eén van de eisen aan het nieuwe systeem, was flexibel rapporten kunnen opstellen. Procotex maakt hiervoor gebruik van Jet Reports. Frederic Douchy: “Wie een beetje handig is met Excel, kan elk gewenst rapport opstellen zonder tussenkomst van Christiaens. Een groot voordeel ten opzichte van vroeger.”

Wisselkoersherwaardering

Procotex koopt en verkoopt veel aan vreemde valuta.

“Christiaens heeft ervoor gezorgd dat we de termijncontracten die we afsluiten met de bank om wisselkoersschommelingen op te vangen, kunnen invoeren in Microsoft Dynamics NAV. Hierdoor worden openstaande vorderingen en schulden op het eind van

de maand niet langer geherwaardeerd aan de op dat moment geldende wisselkoers. Dat leidt tot een correctere weerspiegeling van onze marges”, aldus Frederic Douchy.

Over Microsoft Dynamics NAV

“Microsoft Dynamics NAV stelt ons in staat te groeien zonder extra mankracht in te zetten. Niet alleen is er tijdswinst door de administratieve automatisering, we kunnen ook dankzij de rapporten onze eigen werking controleren en verbeteren. We zijn op dit moment nog volop de mogelijkheden van het systeem aan het exploiteren en Christiaens heeft hierin opnieuw een belangrijke rol. Wij hebben in hen een partner gevonden die actief meedenkt om onze onderneming tot een hoger niveau te brengen”, besluit Frederic Douchy.

Procotex heeft nog ambities voor de toekomst, ondermeer de inzet van CRM voor het beheer van alle klantgegevens en -correspondentie, en het digitaliseren van aankoopfacturen om het thuiswerken van bedienden mogelijk te maken. Ook de automatisering van de plant in Litouwen staat nog op de agenda.



Microsoft Dynamics NAV stelt ons in staat te groeien zonder extra mankracht in te zetten. Niet alleen is er tijdswinst door de administratieve automatisering, we kunnen ook dankzij de rapporten onze eigen werking controleren en verbeteren.”

Frederic Douchy,
gedelegeerd bestuurder, Procotex

Overzicht

Land: België

Sector: Productie (textiel)

Profiel van Procotex

Procotex NV is verhandelaar van vlasvezels maar ook producent (plant gelegen in Litouwen) van bereide vlasvezels voor spinnerijen. Tevens is Procotex actief op het vlak van internationale handel i.v.m. tweedehands-uitrustingen komende van spinnerijen alsook stockpartijen en recyclage.

Uitdaging

Op vlak van ERP werkte Procotex al jaren met een verouderd maatwerksysteem. Het deugde nog wel, maar onderhoud werd duur en rapportering was ondermaats. Het bedrijf zocht een nieuwe moderne oplossing en een betrouwbare leverancier.

Oplossing

Christiaens Computer Service implementeerde bij Procotex de ERP-oplossing Microsoft Dynamics NAV en voorzag de nodige interfaces met weegbrug, PLC en draadloze scanners.

Voordelen

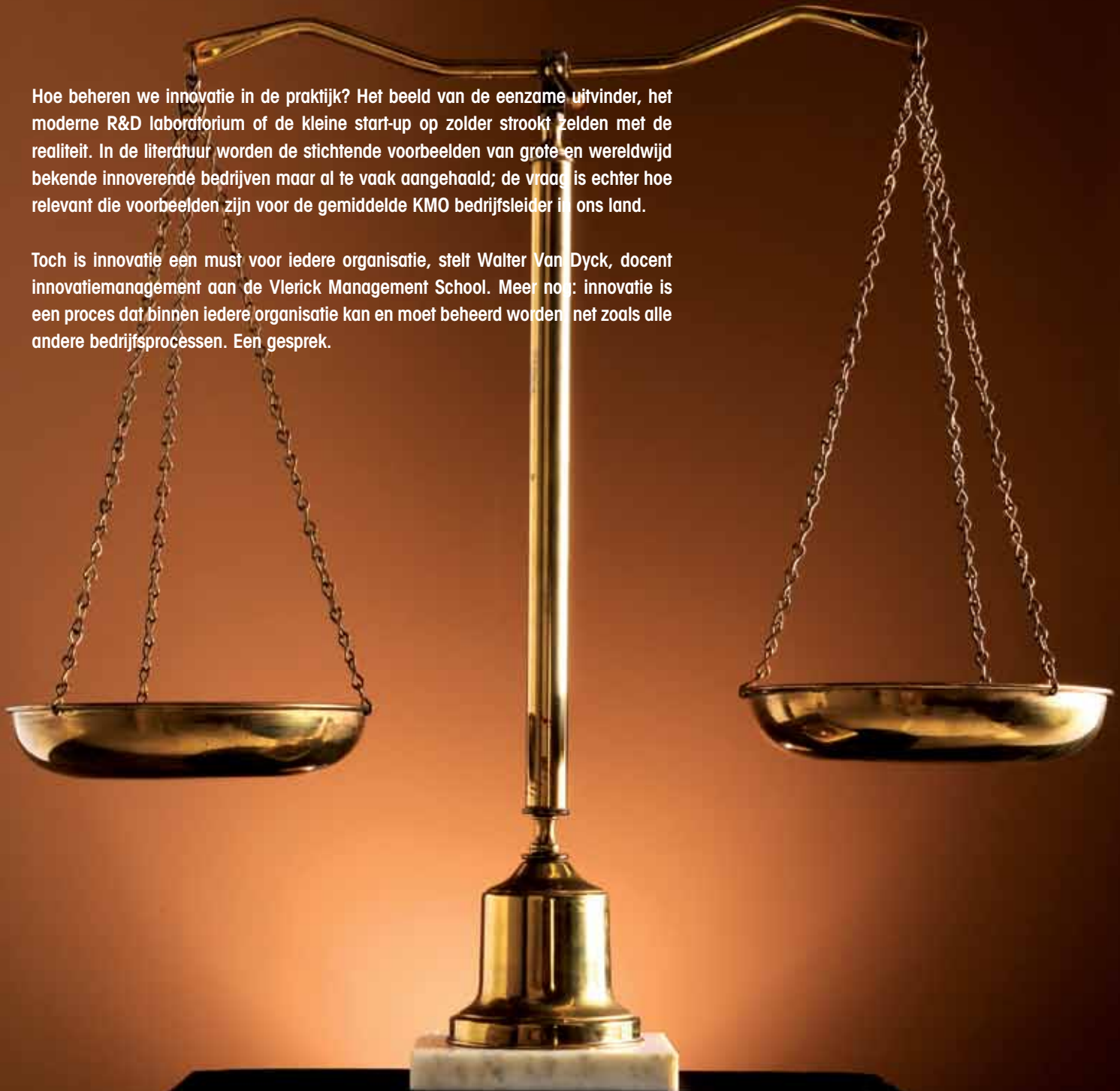
- Een toekomstgericht standaard platform
- Tijdswinst in picking en verzending dankzij draadloze scanners
- Correcte kostprijsberekening per product, order, ...
- Koppeling met weegbrug voor controle aankooporders
- Koppeling met PLC voor correcte productiegegevens
- Consolidatie met Litouwse vestiging
- Automatische maandelijkse Litouwse BTW-aangifte
- Herwaardering van wisselkoersen op basis van termijncontracten
- Flexibele rapportering in Excel met JetReports

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 omvergooien 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 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

Floralux wil zich wortelen in Europa

Floralux, gelegen in Dadizele in zuidelijk West-Vlaanderen, steekt qua grootte en productaanbod met kop en schouders uit boven alle tuin- en decoratiecentra in België. Geen wonder dat de onderneming haar pijlen nu wil richten op de buurlanden. Tot voor kort liet de IT infrastructuur dat echter niet toe.



Floralux is het grootste tuin- en decoratiecentrum in België en eist ook in Europa een plaats op in de top drie. Sinds 1992 is Floralux gevestigd op de huidige locatie in Dadizele. De totale oppervlakte van 80.000 m² wordt er ingevuld met een verkoop- en stockageruimte van 20.000 m² en een parking voor 1.500 wagens. Het tuincentrum realiseert een jaarlijkse omzet van 37 miljoen euro en stelt 150 mensen te werk. Elk jaar biedt Floralux 50.000 verschillende artikelen aan, printen de kassa's 900.000 kastickets uit en worden er 20.000 facturen opgemaakt.

De directie droomt al enige tijd van nieuwe vestigingen in de buurlanden, maar om dat te kunnen verwezenlijken was eerst een grondige IT opknapbeurt nodig.

Op zoek naar een nieuwe ruggengraat

Anno 2006 werkte Floralux nog met een UGI boekhoudpakket dat draaide op verouderde servers. Zaakvoerder Kris Carrein stelt: "Als Floralux Europa wil veroveren met tuincentra, dan moet de software van alle vestigingen centraal beheerd worden en met het oude pakket was dat onmogelijk.

Bovendien was ook het eigen bedrijf aan revisie toe. Veel strategische beslissingen werden nog 'vanuit de buik' genomen."

In 2006 stelde Kris Carrein een externe consultant aan om de noden van Floralux te toetsen aan het aanbod van diverse dealers. "Onze grootste zorg was dat het personeel zich goed zou voelen bij de vernieuwing en dat iedereen het pakket snel in de vingers zou krijgen. Tegelijk wilden we alle processen doorzichtiger maken zodat onze mensen meer gestructureerd kunnen werken."

“Op vlak van aankoop kunnen we nu heel snel omzetcijfers en prijsevoluties van producten of productgroepen opvragen en budgetteringen opstellen. En ons stockbeheer en aankoopbeleid is bijzonder efficiënt geworden.”

Franky Maddens, IT verantwoordelijke,
en Kris Carrein, zaakvoerder, Floralux



Ter voorbereiding had Floralux alle werknemers aangespoord om de knelpunten in het huidige systeem door te geven en nadien werden vier softwaredealers uitgenodigd om een demo te geven met cijfers en valkuilen die eigen waren aan het bedrijf. Kris Carrein: “Al vanaf die eerste demo stak Christiaens Computer Service met Microsoft Dynamics NAV torenhoog boven de concurrentie uit. Voor elk probleem dat wij suggereerden - hoe vergezocht het ook was - konden zij een vangnet voorzien. We voelden ons veilig: het programma liet zich blijkbaar soepel aanpassen aan onze wensen en de continuïteit van onze activiteiten zou op elk moment gewaarborgd zijn.”

Van aankoop tot verkoop

Intussen is Floralux al goed vertrouwd met Microsoft Dynamics NAV. Franky Maddens, de IT verantwoordelijke, legt uit hoe het pakket de diverse bedrijfsprocessen ondersteunt: “De jaar- of seizoenscontracten die we afsluiten met onze leveranciers, worden via Excel, EMD of XML ingelezen. Artikelnummers worden meteen geïmporteerd, evenals de INTRASTAT-gegevens. Daarna is het kinderspel om bestellingen te plaatsen.”

Zodra de leverancier bevestigt dat de artikelen geleverd zijn, wordt de stock geüpdatet. Bij levering worden alle artikelen gescand en de reële aantallen worden via de scanners indien nodig aangepast. De dozen worden op gelabelde palletten geplaatst die op hun beurt toegewezen worden aan locaties in het magazijn. “Het gebruik van

scanners is een groot voordeel. Vroeger waren we jaarlijks ruim drie dagen kwijt aan de inventarisatie, nu volstaan periodieke steekproeven”, aldus Franky Maddens.

Geïntegreerde labelprinters zorgen elke dag voor up-to-date prijskaartjes in de winkelrekken. “Dagelijks passeren honderden mensen langs de kassa’s. Deze machines communiceren in realtime met Microsoft Dynamics NAV en hanteren steeds de recentste prijzen. Tegelijk geven ze de verkochte artikelen door aan het systeem, zodat de voorraad klopt. Facturen worden hier voorbereid en doorgestuurd naar de infobalie waar de klant meteen na betaling zijn factuur kan ophalen”, vertelt Franky Maddens.

Elke avond worden de stocklijsten afgedrukt en wordt de stock afgeboekt. De gegevens worden ook geanalyseerd voor de wekelijkse bestellingen die voortaan niet meer intuïtief gebeuren.

“De uitgebreide rapportagemogelijkheden van Microsoft Dynamics NAV zijn niet te vergelijken met de moeizame manier waarop we vroeger gegevens uit het systeem exporteerden. Op vlak van aankoop kunnen we nu heel snel omzetcijfers en prijsevoluties van producten of productgroepen opvragen en budgetteringen opstellen. En ons stockbeheer en aankoopbeleid is bijzonder efficiënt geworden. En als we een lot goderen of een container opkopen kunnen we met een minimum aan input het rendement ervan berekenen”, besluit Franky Maddens.

Doel bereikt en tal van toekomstmogelijkheden

Het doel van de implementatie is bereikt: de nieuwe IT infrastructuur laat Floralux toe om in de toekomst extra vestigingen te openen.

Bovendien zijn van veel artikelen nu meer significante gegevens opgeslagen in het systeem, zoals bijvoorbeeld de potmaat van de buitenplanten, plantenfamilie, kleur, gewicht, etc. Kris Carrein: “Eigenlijk hadden we een beetje schrik dat het ingeven van die gegevens veel extra tijd zou vragen, maar in praktijk blijkt dat helemaal niet zo te zijn. Een veelvoud van de tijd die nodig is voor die gegevensinvoer, sparen we uit op de andere processen.”

Ook geïntegreerd rekkenbeheer is een mogelijkheid, zodat – net als in het magazijn – elk artikel wordt gelinkt aan een locatie in de winkel. ‘s Avonds zou men dan vanaf een pc in het magazijn visueel kunnen controleren welke rekken moeten bijgevuld worden. Of dit idee ooit zal uitgevoerd worden, is nog niet zeker. Maar dat is net het voordeel van de nieuwe infrastructuur: met de flexibiliteit van Microsoft Dynamics NAV en de specialisten van Christiaens Computer Service kan elk idee ooit gerealiseerd worden.

We're making technology work

Christiaens Computer Service uit Passendale is sinds jaar en dag goed vertrouwd met de problematiek van de KMO. Sinds de oprichting in 1982 heeft het bedrijf immers ruim 400 KMO's geholpen bij de keuze, implementatie en verdere begeleiding van hun informatica-oplossingen.

Hun slogan "We're making technology work" is niet zomaar een holle boodschap; voor zaakvoerder Marc Christiaens en de twee zonen Olivier en Alexander is het elke dag opnieuw realiteit: "Onze uitdaging bestaat er niet in om hardware en software te verkopen, maar om deze componenten samen te voegen tot een goed werkende oplossing. Daar is heel wat expertise voor nodig, en die hebben wij in huis."

Op maat van de klant

"Elke KMO heeft een unieke informatie-stroom, daarom werken wij telkens een oplossing uit op maat van het bedrijf", aldus Olivier Christiaens. "Uit de ontelbare mogelijkheden van onze informaticasystemen filteren en personaliseren wij telkens die opties die voor de klant van toepassing zijn, zodat hij aan het eind van de rit een



(vlnr) Marc, Olivier en Alexander Christiaens

eenvoudige, snelle en vooral bedrijfseigen oplossing heeft." Christiaens Computer Service hanteert telkens deze pragmatische aanpak die, ondanks de vaak complexe technologie, de bedrijfsprocessen efficiënter en eenvoudiger maakt.

Doorgedreven dienstverlening: van advies tot ondersteuning

Een geslaagde automatisering wordt steeds voorafgegaan door een grondige analyse. "Eerst nemen we alle bedrijfsprocessen onder de loep, daarna kunnen wij de klant perfect adviseren over software, hardware en netwerkapparatuur", vult Alexander Christiaens aan.

Na de analyse volgt de implementatie: "Wij realiseren zowel geïntegreerde oplossingen voor bedrijfsbeheer, als e-business- en netwerkoplossingen die allemaal bijdragen tot het succes van de klant."

Marc Christiaens vervolgt: "Een informatica-investering levert echter pas maximaal rendement wanneer alle werknemers kunnen genieten van een grondige opleiding." Daarom besteedt Christiaens Computer Service bijzonder veel aandacht aan opleidingen, bij de klant of in haar eigen opleidingslokaal.

En wat indien de klant na implementatie nog praktische ondersteuning nodig heeft? "Onze klanten kunnen rekenen op een snelle en efficiënte ondersteuning. Wij bieden verscheidene support formules; wij kunnen zelfs tot één uur interventietijd garanderen,

Enkele realisaties met Microsoft Dynamics NAV:

- Kaasmakerij Passendale,
- Pasfrost,
- Westvlees,
- REO Veiling,
- Sitra,
- Floralux Groep

7 dagen op 7 en 24 uur op 24", verzekert Marc Christiaens.

Sterke partners

Christiaens Computer Service gelooft in de samenwerking met sterke partners. "Wij werken bij voorkeur met producten die de kwaliteit en continuïteit van ons bedrijf weerspiegelen. Microsoft, HP, Belgacom, Oracle en Computer Associates zijn daar perfecte voorbeelden van", meent Marc Christiaens.

Christiaens Computer Service is op haar beurt ook door het Microsoft Partner Programma erkend als Microsoft Gold Certified Partner en dit met meerdere competenties. Daarnaast beschikt Christiaens Computer Service over de Q*For erkenning, een kwaliteitslabel dat de klantentevredenheid weergeeft op vlak van consulting, opleiding en dienstverlening.

Microsoft Dynamics NAV

Christiaens Computer Service heeft als basis voor haar beheersplatform gekozen voor Microsoft Dynamics NAV (voorheen Navision). Dit platform helpt KMO's om hun bedrijfsprocessen voor financieel beheer, distributie, productie, klantenbeheer en e-commerce te integreren. Bovendien voegt Christiaens Computer Service hier enkele verticale oplossingen aan toe, zoals bijvoorbeeld 4RETAIL en 4FOOD, waarbij tal van informatie geregistreerd wordt in het kader van de traceerbaarheid.

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.





HP BladeSystem c3000

- Vanaf 3 à 4 servers
- Tot 8 blade servers, storage, ...
- Minder beheer, minder energie, dus minder kosten
- Grotere flexibiliteit
- 6U rack of tower-model

Alternative Thinking About Business Technology.



HP BladeSystem c3000. De stevige basis voor een groeiende onderneming.

Een degelijke IT-infrastructuur moet er een zijn waar u op kunt bouwen. Want zelfs u kunt niet voorspellen hoeveel verder uw onderneming het volgende jaar zal staan. Dat is het plaatje waar de HP BladeSystem c3000 perfect in past. Gebruiksvriendelijk en betaalbaar, bovendien ook flexibel genoeg om de groei van uw onderneming te kunnen volgen, en eraan bij te dragen. Zo bent u altijd zeker van een stabiele IT-omgeving. Wat de toekomst ook brengt.

Technology for better business outcomes.

Meer weten?

Neem contact op met Christiaens Computer Service.

CHRISTIAENS
COMPUTER SERVICE
We're making technology work

Passendalestraat 197a
8980 Passendale
Tel. +32(0)51 78.83.83
info@christiaens.net

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.



Microsoft Dynamics™

Financial Management
Customer Relationship Management
Supply Chain Management