




“Dankzij deze tools spreken we nu overal ter wereld dezelfde taal”



CFO Markus Schalh

“Volledig inzicht in orderstroom”

De JENSEN-GROUP is ontwikkelaar en producent van klantspecifieke, hoog volume wasserij-oplossingen, van afzonderlijke machines tot complete lijnen en turnkey oplossingen. Het van oorsprong Deense bedrijf, met het hoofdkantoor en de beursnotering in België, haalde in 2016 een omzet van 318 miljoen euro.

Doordat de verkoopkantoren van de JENSEN-GROUP, verspreid over de wereld, zelf hun activiteiten administreerden, in Excel-sheets, was er op het hoofdkantoor en op decentraal niveau nauwelijks zicht op de verkoopprestaties. Totdat vier jaar geleden de verkoop-managementoplossingen van Sofon bij de JENSEN-GROUP live gingen en het verkoopproces transparant werd. ‘Dankzij deze tools spreken we nu overal ter wereld dezelfde taal’, zegt CFO Markus Schalh.

NIET TRANSPARANT

Tot vier jaar geleden beschikte JENSEN over een sterk gedecentraliseerde verkooporganisatie, bestaande uit onafhankelijk opererende verkoopkantoren in 16 landen. ‘Elk kantoor beschikte over zijn eigen Excel-sheets met tal van variabelen’, aldus Schalh. Daarin werd op eigen wijze en soms in de eigen taal zaken geregistreerd als welke klant, welke machines, systemen en opties had besteld, met welke levertijden. En tegen welke prijzen en kosten. Natuurlijk was het niet eenvoudig die opties en bedragen up-to-date te houden. Ook ontstonden er zo gemakkelijk verschillende versies vandezelfde Excel-sheets, met alle misverstanden tussen management, sales en de productieplants vanden (vanden één woord).

Tegelijk hadden wij, als JENSEN-management, maar heel beperkt inzicht in het actuele verkoopproces. Hoeveel machines van welk type met welke opties tegen welke prijs door welk kantoor waren geoffreerd, welke offertes waren geaccepteerd en in productie konden worden genomen... Die informatie was allemaal niet beschikbaar en transparant.’

BETREKKEN MEEST KRITISCHE MENSEN

Om daarin meer inzicht te krijgen ging JENSEN op zoek naar een verkoop-managementsysteem en kwam uiteindelijk uit bij Sofon in Eindhoven. ‘Samen met Sofon hebben we een klant in België bezocht, net als wij een machinefabrikant die voor aanschaf van de Sofon-tools had gekampt met min of meer dezelfde nadelen van een sterk gedecentraliseerde verkooporganisatie. Dat bezoek overtuigde ons in grote mate. Toen we eenmaal een volledig beeld hadden van de functionaliteiten en flexibiliteit van de tools hebben we voor Sofon gekozen’, verhaalt Schalh.

Binnen een jaar zijn de tools volledig aangepast aan het verkoopproces van JENSEN en wereldwijd uitgerold: ‘Heel waardevol is geweest dat we daar de meest kritische verkoop- en backoffice mensen nauw bij hebben betrokken.



“Het is geen toeval dat de laatste drie jaar, sinds we volledig met de tools werken, de omzet met zo'n honderd miljoen euro is gestegen.”

Zij hebben alle ruimte gekregen om hun commentaar op het inrichten van de tools te geven en hoe die hen het beste konden ondersteunen. Daardoor is het een softwareoplossing geworden die nauw aansluit bij de manier waarop onze verkoop- en backoffice mensen geacht worden te werken.

Alle veranderingen hadden de volledige support van het management.'

'In slechts zes maanden hebben we de tools ontworpen en zeer grondig – 'to the bone' - getest met allerhande offertedata uit de reële, wereldwijde praktijk. Vervolgens zijn ze in zes maanden wereldwijd uitgerold, inclusief het trainen van alle mensen die met tools (de tools of het tool?) aan de slag moesten.

GEEN DISCUSSIE MEER

Tegenwoordig worden de offertes van JENSEN wereldwijd op exact dezelfde manier opgesteld, gebruikmakend van exact dezelfde online beschikbare data. 'Als de klant vraagt om extra korting, als hij wensen heeft die specifieke engineering vergen of als hij kiest voor een combinatie van opties die resulteert in een bepaalde complexiteit, dan móet contact worden opgenomen met het management. Als je in zo'n geval geen approval hebt, dan kom je simpelweg niet verder in het offerteproces. Zo voorkomen

we dat er specials ontwikkeld worden waar al standaardoplossingen voor zijn, of dat er onnodig kortingen worden verstrekt. Dankzij deze tools spreken we nu overal ter wereld dezelfde taal.'

Ook letterlijk, aldus Schalch: 'Als een klant bijvoorbeeld in het Zweeds vraagt om een bepaalde specificatie kunnen wij dat nu met één druk op de knop naar het Engels vertalen. Ook dat voorkomt misverstanden.'

MAAR INZICHT DAN VOORAF VERWACHT

Het management heeft nu de transparantie die het zo nodig had om de multinational goed te kunnen aansturen: 'Wij hebben nu volledig en actueel inzicht in de orderstroom, uitgewerkt naar typen machines, systemen en opties. En we hebben zicht in de kosten die we daarvoor moeten maken en de marge die we eraan overhouden. We kunnen ook zien welk kantoor en welke individuele verkopers welke orders de afgelopen periode hebben binnengehaald. Al die informatie helpt ons de productiecapaciteit nauwkeurig vooruit te plannen. Ook geeft het terugkoppeling naar engineering, omdat het duidelijk maakt welke nieuw ontwikkelde opties het goed doen en welke niet. Alles bijeen genomen bieden de Sofon-tools ons veel meer relevante managementinformatie dan wij vooraf hadden verwacht.'

OPGETOGEN

CFO Markus Schalch is ervan overtuigd dat de implementatie van de Sofon-tool significant heeft bijgedragen aan de omzet- en winstgroei van de laatste jaren. 'Want we hebben veel, veel meer offertes uit kunnen doen met hetzelfde aantal mensen. Het is geen toeval dat de laatste drie jaar, sinds we volledig met de tools werken, de omzet met zo'n honderd miljoen euro is gestegen.' Maar ook over het implementatietraject is hij bijzonder opgetogen: 'Ik zit hier nu tien jaar als CFO en er zijn in die tijd maar een paar ICT-projecten zonder tegenvallers en vertraging uitgevoerd. Sofon is daar een van.'

AANBEVELINGEN AAN COLLEGA'S

Gevraagd naar aanbevelingen voor zijn collega-CFO's wijst Schalch op de vroege en nauwe betrokkenheid van de 'meest kritische backoffice- en verkoopmensen' en op het aanwijzen en vanaf het begin betrekken van een applicatiemanager die er volledig verantwoordelijk voor is dat de implementatie de juiste resultaten oplevert. 'En ook is cruciaal dat je als management heel nauwkeurig vastlegt welke managementinformatie je wilt en hoe je die wil gebruiken om je processen en besluitvorming te stroomlijnen.'

