

# Producenten: van complexiteit naar duidelijkheid

Hoe leiders in de productie data  
gebruiken om hun vier meest complexe  
uitdagingen op te lossen.



# Inleiding

**Leiders in productiebedrijven staan onder druk om te presteren voor hun organisaties. Ze proberen risico's te identificeren in complexe toeleveringsketens die tot ver buiten de eigen grenzen van hun bedrijf reiken, terwijl ze duurzaamheidsdoelen proberen te realiseren. Ze helpen hun teams om te slagen en doen hun uiterste best om hun klanten te behouden.**

Het is vermoeiend, maar wat kunnen leiders eraan doen? Is het mogelijk om meer overzicht te hebben om kritieke besluiten te helpen nemen? Ja, dat is mogelijk. Kun je risico en kosten verlagen en tegelijkertijd innoveren? Absoluut.

Onze ervaring met productiebedrijven heeft bewezen dat als de juiste data gebruikt wordt, er een vrije stroom van feiten ontstaat die nodig is om kritieke, winstgevende besluiten te nemen.

In dit e-book delen we een aantal van die ervaringen en geven we een inleiding in hoe je je bedrijf kunt transformeren door je data anders in te zetten en samen te werken met Tableau.

## BELANGRIJKSTE PIJNPUNTEN:

---

- 1. Risico's in je toeleveringsketen beperken**
  - 2. Duurzaamheid stimuleren door inefficiëntie en verspilling te verminderen**
  - 3. Medewerkers de handvatten bieden om te slagen**
  - 4. Klantbeleving is je concurrentievoordeel**
- 

# 93%

van de leidinggevenden van toeleveringsketens geeft aan stappen te willen ondernemen om hun toeleveringsketens veerkrachtiger te maken.

---

**Door de nieuwe grens van slimme productie en bedrijfsmodellen is het essentieel voor bedrijfsleiders om beter geïnformeerd zijn.**

**Om te slagen in deze nieuwe productiegrens moeten leidinggevenden op directieniveau veranderingen in gang zetten.**

Bron: [KPMG](#)

# Risico's in je toeleveringsketen beperken

Het staat buiten kijf dat de toeleveringsketen het kwetsbaarste deel van elk productieproces is. Er zijn zoveel elementen, zoveel variabelen en dus zoveel kansen dat er iets misgaat. En als er iets misgaat, moet je de flexibiliteit hebben om snel te reageren en er zeker van zijn dat je reactie de juiste is.

Een toeleveringsketen zal altijd risico's met zich meebrengen, maar is het mogelijk om die risico's te identificeren voordat ze nadelige gevolgen hebben?

Met zoveel onderdelen in beweging genereren toeleveringsketens vanzelfsprekend enorme hoeveelheden data. Die data zijn belangrijk voor het identificeren van risico's die anders verborgen kunnen blijven. Een transparante toeleveringsketen van begin tot eind biedt de mogelijkheid om zowel risico's te identificeren als de gevolgen van een besluit te testen voor deze door te voeren.

# 79%

van de bedrijven met goed presterende toeleveringsketens bereikt een grotere omzetgroei dan gemiddeld in hun branche

Bron: [LogisticsBureau](#)



# Succesverhaal van een klant: SCHAEFFLER



## HET PROBLEEM:

Voor alle internationale producenten heeft COVID-19 unieke problemen met zich meegebracht die de meesten van ons nooit hadden zien aankomen. Als producent van precisielagers voor de automobiel- en luchtvaartsector heeft Schaeffler Group een reputatie opgebouwd op het gebied van nauwkeurigheid. Dus voor Schaeffler was een van de nieuwe problemen dat uitgezocht moest worden welke opslagplaatsen waarschijnlijk het hardst getroffen zouden worden om de respons van de toeleveringsketen te beheren.



## DE OPLOSSING:

Omdat de complexe toeleveringsketen van Schaeffler op snelle en nauwkeurige data is gebaseerd, koos het Business Intelligence-team voor een holistische aanpak om de risico's aan te pakken waar zij zich zorgen over maakten. Via Tableau konden ze data over de verspreiding en locatie van COVID-19 combineren met de data van hun eigen toeleveringsketen. Door beide datasets te combineren kon Schaeffler anticiperen op potentiële sluitingen en verstoringen van fabrieken, en de nodige stappen nemen om het risico zo klein mogelijk te houden.



## HET RESULTAAT:

De duidelijkheid die verkregen werd door de twee datasets samen te brengen, hielp Schaeffler om de risico's voor te blijven en de toeleveringsketen in beweging te houden tijdens de verstoringen door de pandemie. Tijd was een kritieke factor en de respons werd al binnen 48 uur gelanceerd.

## RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

COVID-19-procesrespons  
gelanceerd binnen

**48 uur**

“Bliksemsnelle respons op een complexe, onderling verbonden en dynamische wereld!”



ANAS AL-REZ  
Business Intelligence Lead,  
Schaeffler



# Duurzaamheid stimuleren door inefficiënties en verspilling te verminderen

**Duurzaamheid is voor producenten niet meer een leuk extraatje, maar een must-have. Klanten eisen niet alleen meer duurzame producten en verpakkingen, maar doordat de kosten van grondstoffen en energie stijgen, is het financieel ook nodig om de productie duurzamer te maken.**

Maar de internationale toeleveringsketen is nog steeds erg inefficiënt. Productie vertegenwoordigt 50% van het bruto wereldproduct (GWP) en van elke dollar die de sector spendeert, wordt 20% verspild. Dat is een volle 10% van alles wat er wereldwijd gemaakt wordt die aan inefficiëntie en verspilling verloren gaat.

Duurzaamheid is nuttig voor bedrijven, omdat het eenvoudigweg helpt die verspilling te verminderen. Het betekent dat er gefocust wordt op kostenverlaging en een hogere efficiëntie in de hele organisatie. Om dat voor elkaar te krijgen, moeten productiebedrijven zich richten op de cijfers die er echt toe doen om duurzamer te worden, namelijk opbrengst, rendement, productiviteit en marktintroductietijd. Hiervoor is natuurlijk data nodig, maar gelukkig is dat de data die je waarschijnlijk al verzamelt. En, indien op de juiste manier ingezet, kan die data je helpen inefficiënties te ontdekken, kosten te verlagen en aan je verplichtingen te voldoen omtrent de koolstofvoetafdruk van je organisatie.



# 96%

van de 100 grootste bedrijven ter wereld rapporteren nu over duurzaamheid.

---

Productie verspilt **10%** van het bruto wereldproduct per jaar.

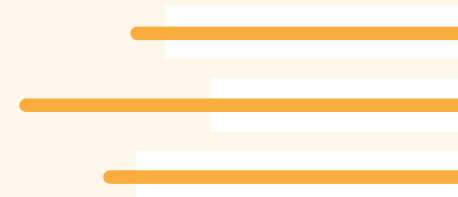
---

Bron: [KMPG](#)

Door het gebruik van big data steeg de winst met **8%** en werden de kosten met **10%** verlaagd.

---

Bron: [Bi-Survey.com](#)



# Succesverhaal van een klant:



## HET PROBLEEM:

Als je een van 's werelds toonaangevende chemie- en consumptiegoederenbedrijven bent, heb je altijd te maken met inefficiëntie binnen je bedrijf. Het probleem voor Henkel was dat de analyseprogramma's van het bedrijf eigenlijk alleen geschikt waren voor basistaken, en voor een taak als identificeren waar bespaard kan worden binnen deze ongelofelijk complexe organisatie was een hele andere benadering nodig.



## DE OPLOSSING:

Henkel gebruikte Tableau om een enkele bron voor data te creëren waar iedereen binnen het bedrijf toegang toe heeft en die door verschillende bestaande bronnen van data voorzien wordt: Dremio, Oracle en Excel Cubes. Daardoor kon iedereen in het bedrijf de data rechtstreeks toepassen op hun verantwoordelijkheden.



## HET RESULTAAT:

Het resultaat was een energie- en kostenbesparing ter waarde van meer dan € 4 miljoen, 20% minder energieverbruik in de wereldwijde toeleveringsketen van Laundry & Home Care en een algemene efficiëntieverbetering van de fabrieken van 10%.

## RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

In 2019 identificeerde Henkel energie- en kostenbesparingen ter waarde van

**€ 4 miljoen**

**20%**

lager energieverbruik in de toeleveringsketen van Laundry & Home Care sinds 2013

“Hoe nauwkeuriger we met onze data kunnen zijn, hoe meer kans we hebben om te ontdekken waar we kunnen besparen.”



DR. JOHANNES HOLTBRUEGGE  
Senior Manager Transformation  
Henkel Laundry & Home Care

# Medewerkers de handvatten bieden om te slagen

**Leiders weten dat het overgrote deel van hun medewerkers zo goed mogelijk willen presteren.**

Ze willen interessant, uitdagend werk en het gevoel hebben dat ze voortgang maken in hun carrière. Maar verouderde processen en systemen kunnen dat in de weg staan. Het is misschien al enige tijd geleden dat processen beoordeeld zijn, misschien zijn processen in de loop van de tijd veranderd, en misschien werken verschillende afdelingen en bedrijfsonderdelen elkaar tegen. De organisatie kan zo een faalgevoelige omgeving creëren zonder daar erg in te hebben.

Nu productie steeds meer servicegericht wordt, is het tijd om na te gaan hoe we de data rond mensen zien en interpreteren. Vooruitstrevende producenten beginnen feiten, in plaats van meningen, centraal te stellen in elk zakelijk gesprek.

De vrije stroom van feiten in organisaties is van vitaal belang om ervoor te zorgen dat elke persoon en elke functie op dezelfde golflengte zit. Silo's worden afgebroken door transparantie van begin tot eind en een enkele bron van waarheid voor het bedrijf. En doordat leidinggevendenden het grote geheel kunnen zien, kunnen ze inzoomen en uitzoomen om dingen meer of minder in detail te bekijken, zodat alle besluiten die genomen worden, goed onderlegd en effectief zijn. Dit is hoe je waardevolle medewerkers bij je blijven en met je meegroeien, omdat ze weten dat je hun ontwikkeling belangrijk vindt. En zij vinden jouw ontwikkeling belangrijk.



# 72%

van de leiders zegt dat de productiviteit is gestegen door medewerkers meer bevoegdheden te geven.

Bron: [YouGov](#)

# 92%

zegt dat de kwaliteit van het werk op de lange termijn zou verbeteren als er meer op data gebaseerde inzichten beschikbaar zouden zijn voor eerstelijnsmedewerkers.

Bron: [BusinessWire](#)

# Succesverhaal van een klant: **Honeywell**



## HET PROBLEEM:

Verouderde systemen en werkwijzen kunnen een groot obstakel vormen om het beste uit teams naar boven te halen. In het geval van het Global Finance Center (GFC) van Honeywell betekenden verouderde werkwijzen in data-analyse dat het maanden aan extraheren en transformeren in beslag kon nemen, voordat ze zelfs maar een standaard salesrapport konden maken. Een serieus probleem als je een wereldwijd bedrijf bent met producten in elke sector, van luchtvaart tot bouw.



## DE OPLOSSING:

Honeywell veranderde zijn hele datamodel om selfserviceanalyse mogelijk te maken en de problemen van snelheid en duidelijkheid weg te nemen. Met de dashboards van Tableau kon het Global Finance Team zich richten op inkomsten per segment en per productklant, waardoor leidinggevendenden konden besluiten waar ze hun salesteams inzetten.



## HET RESULTAAT:

Data wordt nu in uren in plaats van maanden geanalyseerd, wat Honeywell een netto besparing van 10.000-20.000 uren oplevert. Daarnaast heeft het Honeywell geholpen om cruciale zakelijke besluiten te nemen waarmee zijn doelstellingen beter op schema blijven.

## RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

**30.000+**  
gebruikers binnen het bedrijf

**10.000+**  
mensen bespaard

“Je kunt al die data verzamelen, vertalen naar goede zakelijke inzichten en vervolgens met je interne klantgroep werken om ze te leren goede besluiten te nemen op basis van die inzichten.”



**PREETHAM SHANBHAG**

Executive Director & GM - FP&A Operations & Transformation  
Honeywell Technologies Solutions



# Klantbeleving is je concurrentievoordeel

**De basisprincipes van productie veranderen voorgoed. Vroeger was het eindresultaat van productie vaak een rechtstreekse transactie tussen de klant en de producent. Maar nu vervagen de grenzen tussen producten en diensten.**

Kopers eisen nu van producenten dat ze hun klanten ook na de daadwerkelijke verkoop tot dienst blijven. Deze product-als-een-service-benadering betekent dat de klantervaring het nieuwe strijdveld wordt voor producenten en dat creëert een kans om klantervaring te gebruiken als belangrijke onderscheidende factor.

Daarnaast eisen B2B-klanten een steeds betere service en ervaring van hun favoriete consumentenmerken, de entertainmentsector, de detailhandel en zelfs financiële diensten.

Om een allesomvattend beeld van je klanten te krijgen dat benaderingen als product-als-een-service mogelijk maakt, moet je gebruikmaken van elk stukje data dat je over ze hebt. Om je klanten consequent een uitstekende ervaring te bieden waardoor ze bij je blijven, zijn realtime inzichten nodig. Dat betekent dat je elk contactpunt van het klanttraject moet analyseren, openingen moet identificeren en constant op zoek moet naar nieuwe manieren om hun verwachtingen te overtreffen.



# 86%

van de producenten gelooft dat klantervaring een belangrijke onderscheidende factor tussen concurrenten is.

Bron: [Salesforce](#)

# Bedrijven die toonaangevend zijn in klantervaring presteren bijna 80% beter dan achterblijvers.

Bron: [Forrester](#)

# Een verhoogde klantenbinding van slechts 5% kan gelijkstaan aan een omzetverhoging van 25%.

Bron: [Bain & Company](#)

# Succesverhaal van een klant:



## HET PROBLEEM:

Door een rechtstreekse verbinding tussen de productielijn en de showroom, is de auto-industrie misschien wel een van de sectoren met de meest directe focus op klantervaring. Nissan ontdekte dat het moeilijk was om in de veranderende markt en gewoonten relevant te blijven voor klanten. Het bedrijf werd overspoeld door klantdata, maar vond het lastig die strategisch in te zetten.



## DE OPLOSSING:

Nissan gaf datagerelateerde rollen een nieuwe invulling en stelde een ondersteuningsmodel in met de nadruk op databeheer, certificering en citizen development met het personeel. Deze verschuiving van focus stimuleerde de leiding om data te promoten en leidde tot het inzicht dat data in de hele organisatie gebruikt kon worden om de doelstellingen te behalen.



## HET RESULTAAT:

De visuele analyses die wereldwijd worden gedeeld, volgen onder andere verkoopeffectiviteit, productie, optimale voertuigaanlevering en online klantinteracties. Dit alles heeft Nissan geholpen om aan de behoefte van klanten te voldoen en een consistente, wereldwijde benadering te ontwikkelen om data te zien, begrijpen en gebruiken.

## RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

**Resulteerde in miljoenen aan besparingen ten gunste van de eindresultaten van Nissan**

**Minder garantieclaims door te anticiperen op de behoeften van de klant en voertuigonderhoud**

“Ze leren data beter te begrijpen en dat is precies wat Nissan nodig had om succesvol te zijn in het digitale tijdperk.”

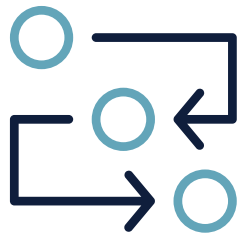


**DANIELLE BERINGER**  
Regional Data Officer  
Nissan North America

# Hoe Tableau productiebedrijven in Europa helpt om duidelijkheid te krijgen

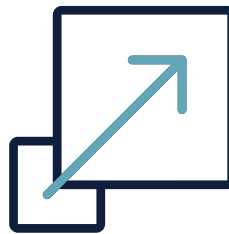
**De problemen van producenten zijn duidelijk, de oplossing ook.**

Als je een volledig overzicht hebt van je toeleveringsketen, van je inefficiënties en van je klanten, dan kun je besluiten nemen die een echte, positieve impact hebben op de hele organisatie. **Tableau biedt dat overzicht en die duidelijkheid.**



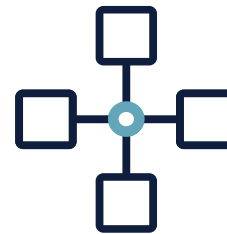
## Vrije stroom van feiten door je organisatie

Dankzij de prachtige visualisaties van de selfserviceoplossing van Tableau kan iedereen in de organisatie feiten als uitgangspunt nemen bij belangrijke gesprekken.



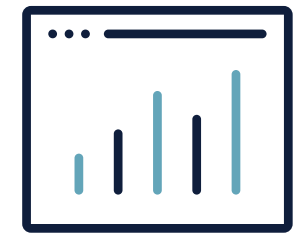
## Functionies en medewerkers op één lijn brengen

Met Tableau spreekt het hele bedrijf dezelfde taal en werk je met zijn allen aan dezelfde doelen, ongeacht de grootte of indeling van het bedrijf.



## Silo's afbreken met transparantie van begin tot eind

Tableau stelt bestuurders in staat om het beste te doen voor hun bedrijf door in totale transparantie en één bron van waarheid te voorzien.



## Een totaaloverzicht, op één plek, leidt tot overzichtelijke besluiten

Met ons interactieve dashboard helpt Tableau individuen in HR, marketing en sales om te slagen in hun rol, maar bieden we bestuurders ook het totaalplaatje.

# Maar hoe ga je nu verder?

Elk bedrijf heeft andere prioriteiten op het gebied van de vier problemen die in dit e-book zijn behandeld. We hebben je laten zien hoe een aantal bedrijven Tableau heeft gebruikt om ze op te lossen en misschien is dat precies wat je nodig hebt. Maar daar blijft het niet bij.



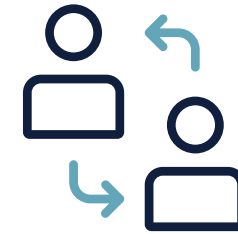
## Meer weten

Woon een paar van onze Executive Briefings of webinars bij op [tableau.com](https://tableau.com). Hier vind je veel informatie en instructies die de kracht van duidelijkheid laten zien als het om betere zakelijke besluitvorming gaat.



## Praten

Als je liever rechtstreeks in gesprek gaat over hoe Tableau kan helpen bij het oplossen van je uitdagingen, dan nemen we die graag met je door. Neem [contact met ons](#) op zodat we een afspraak kunnen maken.



## Delen

Maak je team en andere leidinggevenden enthousiast. Deel het e-book, ga een gesprek aan en bereid je voor om complexiteit in te ruilen voor duidelijkheid.



[www.tableau.com](http://www.tableau.com)