

# Meer sturing

Interne klanten dezelfde service bieden als voorheen met minder mankracht in het magazijn; dat was wat betonvloeren-fabrikant Verenigde Bouwproducten Industrie (VBI) in Huissen voor ogen stond toen het met een e-commerce pilot van Drukkerij Loor meedeed. De werkwijze bleek naadloos aan te sluiten op de interne werkwijze van VBI.

HANNEKE JELLES

## Drukkerij Loor

Loor heeft vier e-commerce toepassingen operationeel.

- Printshop: met deze module kunnen klanten zelf proeven genereren met behulp van macro's (bijvoorbeeld voor standaard leaflets of visitekaartjes) en het druk- of printwerk vervolgens online bestellen. vBI maakt van deze module gebruik voor de visitekaartjes.
- Mediamover is een variant op de bekende ftp-server, waarbij op een snelle manier grote bestanden via het internet verstuurd kunnen worden.
- E-commerce GP is de e-commerce module, zoals in dit artikel besproken.
- Mediashop: hierop kunnen digitale media (foto's, illustraties, logo's, pdf-bestanden) worden neergezet en online worden benaderd en beheerd.

De module e-commerce is een onderdeel van X-Gram, dat geleverd wordt door Compri. De printshop, mediamover en de mediashop zijn toepassingen die voortkomen uit Mediabase, dat geleverd wordt door Digilink.

Voor meer informatie: [www.loor.nl](http://www.loor.nl).

vBI is in Nederland bekend als toonaangevend producent van projectvloeren, van het type kanaalplaatvloer, voor woningen en bedrijven. Het gaat om isolatieplaatvloeren en combinatievloeren voor de begane grond, plaatvloeren voor verdiepingen voor toepassing in de woning- en utiliteitsbouw. Het bedrijf combineert schaalvoordelen en grote leverbetrouwbaarheid met innovatie en kwaliteit. Afnemers die dit type vloeren zoeken – aannemers, de bouwmaterialenhandel, architecten, constructeurs – hebben de naam vBI hoog op het verlanglijstje als het gaat om kwaliteit en betrouwbaarheid. Maar natuurlijk is er ook concurrentie: zowel van alternatieve vloertypen als van concurrenten die hetzelfde product leveren. Een scherpe prijs is dan ook een noodzaak.

## Drukwerkbehoefte

vBI heeft allerlei drukwerk nodig: van praktische zaken als vrachtbrieven tot zeer verzorgde informatieve brochures. Karin de Gier, als coördinator interne zaken bij vBI verantwoordelijk voor onder andere telecom, huisvesting en drukwerkinkoop, weet precies hoeveel varianten: 164 stuks, verdeeld in tien categorieën en keurig voorzien van een meegegedrukt versienummer.

De Gier is sinds mei 1999 werkzaam bij vBI. Haar collega Egbert Knol, facilitair manager bij vBI, begon tien jaar eerder. Knol is verantwoordelijk voor alle ondersteunende diensten. Samen met

een team van 23 collega's wordt er dagelijks gezorgd voor een optimale ondersteuning van het primaire proces. Naast de inkoop van gebruiksartikelen zoals drukwerk, valt gebouwenbeheer en service en diensten onder de aandachtsgebieden. Knol: 'Ik heb het wel eens geteld: in totaal heb ik 55 aandachtsgebieden. Dat komt doordat we vrijwel alles in eigen beheer doen, dat willen we ook. Daardoor kunnen we onze hoge standards in betrouwbaarheid en flexibiliteit waarmaken en sluiten wij naadloos aan op het dynamische proces waar het allemaal om draait, namelijk de productie van prefab vloersystemen.'

## Oude relatie

vBI maakt deel uit van het Finse Consolis, een investeringsmaatschappij; maar het werd groot als familiebedrijf. Naast de hoofdvestiging en de grootste productievestiging in Huissen (bij Arnhem) heeft vBI productievestigingen in Oss, Weert en het Friese Schuilenburg; er is een fabriek voor EPS (geëxpandeerd polystyreen) in Weert, en Leenstra Machine & Staalbouw in Drachten maakt ook deel uit van de organisatie. De locaties zijn van oudsher gewend om zeer zelfstandig te werken. En allemaal hebben ze drukwerk nodig: enveloppen, briefpapier, algemene zaken zoals routekaartjes, bestelbonnen, transportdocumenten, technische informatiebladen, commercieel drukwerk. Informatie die door-

# met e-commerce

lopend aangepast moet worden aan de veranderende wet- en regelgeving van het bouwbesluit en vanwege innovaties.

Enveloppen en formulieren brengt vbi bij gespecialiseerde bedrijven onder; maar voor het overige drukwerk doet het bedrijf al jaren zaken met Loor in Varsseveld. 'Begin jaren tachtig, vbi was nog een familiebedrijf, was er een sterfgeval in de familie. Loor heeft toen snel en goed rouwbrieven gedrukt. Dat is destijds zeer gewaardeerd en sindsdien is de al bestaande relatie zeer intensief', vertelt Oscar Thuis, accountmanager bij Loor. Zo'n 55 jaar geleden werd Drukkerij Loor opgericht. Inmiddels is het bedrijf in handen van de tweede en derde generatie: Henk Loor en zijn dochter Jaklien. Zij vormen samen met Oscar Thuis het managementteam. Loor is bewust niet gespecialiseerd: het beschikt over een grote diversiteit aan drukpersen. Digitale persen, tweekleurpersen die geschikt zijn voor bijvoorbeeld huisstijldrukwerk, maar ook over verschillende vierkleurenpersen tot en met het 70 x 100-formaat. Hierdoor is het drukwerkpakket zeer gevarieerd. Loor beschikt over een eigen prepress-afdeling en een eigen afwerking. De voornaamste reden hiervoor is dat het bedrijf zoveel mogelijk intern wil kunnen verwerken; snel en flexibel opereren wordt meer en meer gevraagd door de markt. De klanten zijn uit allerlei branches afkomstig, en uit heel Nederland.

## Gestructureerd

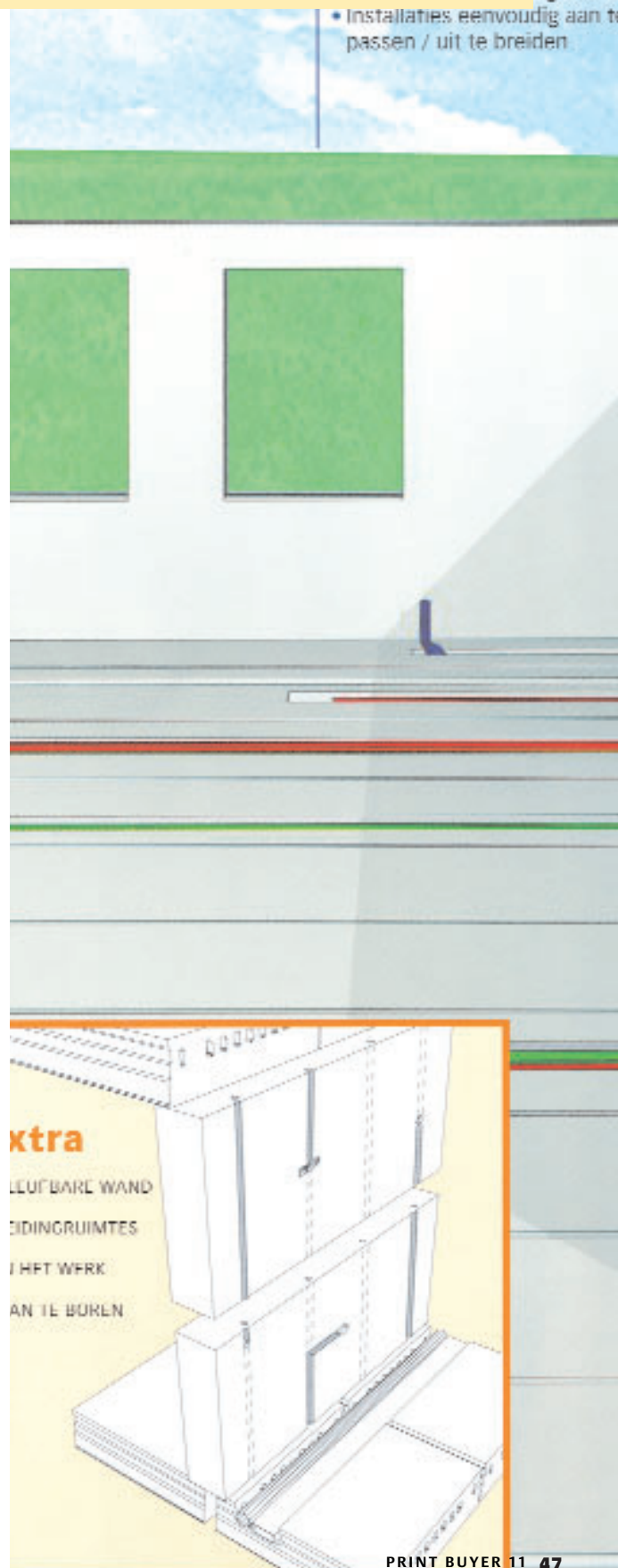
vbi gaat al jaren op een gestructureerde manier met het drukwerkpakket om. Ieder document heeft een inhoudelijk verantwoordelijke; bijvoorbeeld het hoofd administratie bij factuurpapier, of de pr- en communicatiemanager bij een commerciële uiting. Het aantal papiersoorten is beperkt, en elk product is goed omschreven. De commerciële brochures worden door reclame-

bureaus opgemaakt, vertelt Knol. 'Er is bij alle partijen bekend wie welke verantwoordelijkheid heeft en aan welke eisen de bestanden moeten voldoen; dat zijn technische eisen, en bijvoorbeeld de eis dat altijd kleurproeven bijgeleverd moeten worden. Loor controleert daarop; is het niet in orde dan gaat het terug naar het reclamebureau. Er moet altijd een plotproef naar het bureau en naar ons voor akkoord. Op die manier is glashelder welke verantwoordelijkheid waar ligt.' Thuis: 'Dat is ook beter, want stel dat wij een fout corrigeren zonder de klant daarover te informeren en vervolgens wordt datzelfde bestand in de toekomst een keer naar een andere drukker gestuurd. Dan duikt ineens die fout op.'

Als toeleverancier voor de bouwwereld is vbi bedreven in goed plannen. 'We zijn een betrouwbare leverancier; dat vraagt een uitstekende beheersing van de logistieke processen. Dat geldt voor alle processen', vindt Knol. Zo ook voor de planning van drukwerk. 'Natuurlijk komt het voor dat een interne klant bijvoorbeeld tekst niet volgens planning regelt; we kunnen hem er dan meteen op attenderen dat dat gevolgen voor de verschijningsdatum kan hebben, zodat niet achteraf de drukker de schuld krijgt. Ook hier is duidelijk waar de verantwoordelijkheden liggen.'

## Eén systeem

Door het gebruik van de codes is het makkelijk na te gaan of een klant van documentatie de juiste versie heeft; de teksten moeten regelmatig aangepast worden, onder meer door wijzigende wet- en regelgeving in de bouw. Dezelfde codes werden gebruikt bij het voorraadbeheer. vbi gebruikte al langer allerlei modules voor drukwerkproducten en drukwerkbeheer, maar het waren allemaal losse elementen. Een jaar of twee geleden ontstond bij vbi de vraag om al die elementen aan elkaar te knopen tot één systeem.



Directe aanleiding was een herstructurerings-operatie, waarbij de functie van magazijnbeheerder verviel. Knol en De Gier wilden hun interne klanten toch dezelfde service blijven bieden als voorheen.

Tegelijkertijd ontstond bij Drukkerij Loor de behoefte om een e-commerce systeem uit te proberen. Thuis: 'We werkten al met software van systeemhuis Compri, waarbij we ook de X-Gram e-commerce modules konden aanschaffen. Voor de grafische branche was een dergelijk systeem vrij nieuw. In die periode trad Jaklien toe tot het bedrijf. Zij is er net als ik van overtuigd dat e-commerce een grote toekomst heeft. Dat was voor ons het moment om een klant te zoeken voor wie een pilot interessant zou kunnen zijn; en dat werd vbi. Het sloot prachtig bij hun wensen aan.' Knol: 'Het is onze verantwoordelijkheid dat iedereen in het primaire proces zijn werk kan doen. En hoe kostenneutraler dat gebeurt, hoe beter het is. We moeten het werk dus slim aanpakken. We waren behoorlijk veel tijd kwijt met het beheren van al die losse elementen; het was duidelijk dat samenvoegen ervan forse tijdswinst zou opleveren.'

## Kinderziektes

In de proefperiode, die zo'n driekwart jaar duurde, werden een paar kinderziektes ondervangen. vbi wees Loor op mogelijke verbeteringen van het systeem, zoals het gebruik van een 'digitaal winkelwagentje' en de mogelijkheid door het invullen van alleen de artikelcode de overige informatie op te roepen. Maar al met al leverde de pilot achteraf gezien weinig extra werk op voor vbi.

vbi is voor Loor de 'klant met de meeste drukkleuren': voor de marketingbrochures is zeven kleuren plus persvernis standaard. 'Voor vbi is de manier waarop we ons presenteren bijzonder belangrijk', verklaart Knol. 'We richten ons als bedrijf op een brede doelgroep in de bouwketen, zoals bijvoorbeeld architecten, die zeer visueel zijn ingesteld en kwaliteitsdrukwerk verwachten. Maar dat geldt ook voor de constructeur en de aannemer.' Thuis: 'Het blauw van het vbi-logo is lastig constant te houden als je het opbouwt; een pms-inkt is veel constanter. Ook het grijs, en sinds kort het geel, dat standaard volgens de vbi-huisstijl in

de brochures wordt toegepast wordt als pms gedrukt. Helaas is het onmogelijk de kleuren van de Pantone-waaiert net zo fris en krachtig te reproduceren. Je zou het drukvel meerdere keren door de pers moeten voeren om die intensiteit te bereiken. Daarom hebben we enkele jaren geleden referentievellen gedrukt, waardoor we veel beter weten wat je van de pms-kleur mag verwachten op diverse papiersoorten. Hierbij hebben we duidelijke afspraken gemaakt over het referentiekader waarbinnen we willen werken. Dat werkt goed: het komt zo goed als nooit voor dat De Gier drukwerk op kleur moet afkeuren.

## Organisatie op orde

Februari 2004 was het systeem helemaal 'live', en inmiddels maken zo'n 25 andere klanten van Loor er gebruik van.

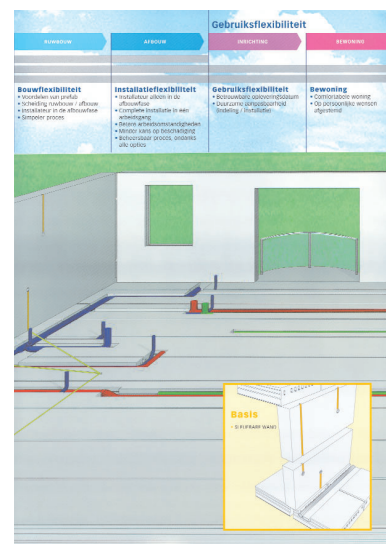
Desgevraagd hebben De Gier en Knol één advies voor collega's die ook met een dergelijk systeem willen werken: zorg dat intern de organisatie van het drukwerk op orde is. 'Anders heeft zo'n systeem geen enkele zin en toegevoegde waarde', vindt Knol.

Voor vbi is de tijdswinst het belangrijkste, zonder verlies aan service voor interne klanten. Knol: 'Bovendien grijpen we minder vaak mis, dus is er minder imagoverlies tegenover onze klanten. De oplages zijn lager, het kost minder omdat er minder verouderde voorraad weggegooid moet worden. We kunnen beter



sturen; centraal aansturen wordt beter mogelijk. Voorheen brachten de vbi vestigingen drukwerk onder bij een drukker waar zij een relatie mee hebben; nu kunnen we ons volume gemakkelijker bundelen, en beter toezien op constante kwaliteit. Iedereen die geautoriseerd is kan afroepen wanneer het hem schikt; een laatste traject, dat dit jaar verder geïmplementeerd wordt. De Gier vult aan: 'Als er van een leaflet al een nieuwe versie is maar de vorige is nog op voorraad en bruikbaar, dan wordt keurig eerst de oude voorraad uitgeleverd.'

**vbi is voor Loor de 'klant met de meeste drukkleuren': voor de marketingbrochures is zeven kleuren plus persvernis standaard.**



Voor Loor zelf heeft de nieuwe werkwijze ook voordelen. 'Voorheen kregen we natuurlijk zeer regelmatig een telefoontje van Karin, bijvoorbeeld met de vraag hoeveel doosjes van een bepaald product er nog op voorraad waren. Dat konden we wel nakijken in het systeem, maar je bent er dan niet zeker van dat die doosjes er echt nog zijn: een medewerker kan in z'n enthousiasme vergeten zijn een doosje af te boeken na het versturen. Je gaat dus toch in het magazijn kijken, telt twaalf doosjes, loopt terug naar de telefoon, gaat weer twijfelen of je goed geteld hebt en rent nog een keer naar achteren...'

## Geen minimum

Momenteel is voor vbi nog geen minimumvoorraad in het systeem vastgelegd, legt Knol uit. 'In de toekomst willen we de locaties direct laten afroepen, en dan is het een noodzaak om een waarschuwing te krijgen als een minimum bereikt wordt; de functie is in de software aanwezig.

We hebben met het e-commerce systeem een goed verhaal naar de andere vbi-vestigingen: twee jaar geleden zou het nog te omslachtig zijn om het drukwerk centraal in te kopen, nu kan dat zonder problemen.'

De Gier: 'Het moment van de pilot was perfect; het sloot naadloos aan op onze eigen wensen. Het grote risico van zo'n systeem is dat je je aan één leverancier bindt. Maar gezien de lange relatie en het vertrouwen in Drukkerij Loor zijn we toch deze weg ingeslagen.'

**Voor meer informatie:**  
[www.vbi.nl](http://www.vbi.nl)