

Nuchtere IT voor emotioneel product

Is dat nou echt nodig, een keuze uit maar liefst 1.600 uitvaarkisten? Ja, dat is nodig, zo leert een gesprek met Linda Damhuis. Ze voert met haar man de directie van Bogra, producent van uitvaarkisten, urnen en andere aan uitvaarten gerelateerde producten. "Een uitvaart is persoonlijk en emotioneel. Daar hoort een aanbod bij dat is toegesneden op de individuele wensen van mensen."

Damhuis en haar echtgenoot namen Bogra in 1999 over en hebben er hard aan gewerkt om voort te bouwen op het succes van de vorige eigenaren. "Bogra was een echt familiebedrijf en de sfeer die daar bij hoort heerst hier nog steeds. We zijn daarnaast een solide bedrijf. Desondanks gedragen we ons nog steeds alsof we net komen kijken. Daarmee bedoel ik dat we onafgebroken op zoek zijn naar vernieuwing, naar verbeteringen en naar nieuwe mogelijkheden. Alsof we ons nog steeds moeten bewijzen. Die dynamiek is, denk ik, één van de belangrijke redenen dat we blijven groeien."

Emotie

Want succes heeft Bogra. De in Enkhuizen gevestigde onderneming telt ongeveer zeventig medewerkers en is marktleider in Nederland. Ook is het bedrijf actief in Duitsland, Frankrijk en China, deels met eigen vestigingen. "We verkopen kisten, maar eigenlijk verkopen we emotie. Dat wordt zichtbaar in de wijze waarop we onze producten presenteren en in de manier waarop we de uitvaartondernemers begeleiden. Een uitvaarkist is nimmer een massaproduct, het gaat er steeds om goed te begrijpen wat de consument beweegt, welke sfeer een uitvaart moet krijgen. De emotie van die consument snappen en omzetten in een passend aanbod, dat is het werk van de uitvaartverzekeraars en begrafenisondernemers waar wij voor werken. En dat is dus ook ons werk."

Bogra is daarnaast ook een gewoon, zakelijk bedrijf. Dat dus goed geautomatiseerd moet zijn. "De automatisering en mechanisering van de producten hadden we al eerder aangepakt. Onlangs was de kantoorautomatisering aan de beurt. We werden daartoe aangespoord door onze klanten, die een bepaalde efficiency en informatievoorziening verwachten die met de oude systemen slechts met moeite konden worden geleverd."

Bij de keuze voor een nieuwe systeem en een nieuwe leverancier ging Damhuis niet over één nacht ijs. "De mensen die hier met computers werken, doen dat vaak al heel lang. Ze kunnen met die software lezen en schrijven en waren niet direct overtuigd van de noodzaak tot iets nieuws. Daar moet je bij je aanpak rekening mee houden."

De feiten

Bedrijf

Bogra b.v.

Bedrijfsprofiel

Producent en leverancier van uitvaarkisten, urnen en andere aan uitvaarten gerelateerde producten.

Aantal gebruikers

Momenteel: 20

Modules

Financials, Trade, Logistics, Warehousemanagement, Production, Masterplanning, CRM

Besturingssysteem

Windows

Hardware

HP

Microsoft Gold Certified Business Solutions Partner

SBA Business Solutions
Cartografenweg 6
Postbus 1030
5140 CA Waalwijk
Telefoon +31 (416) 34 11 11
Fax +31 (416) 33 96 01
E-mail: sales@sba.nl
Internet: www.sba.nl

Empathie

Samen met de meeste gebruikers bepaalde de directie wat de knelpunten van de toenmalige maatwerkoplossingen waren en wat de nieuwe automatisering allemaal zou moeten kunnen. Aan de hand daarvan werd een wensenlijst opgesteld, waarmee Bogra IT-bedrijven benaderde. “Van belang was bijvoorbeeld dat onze depots in het land op het systeem zouden worden aangesloten en dat we zo de voorraadadministraties op elkaar konden aansluiten. Maar ook het via verschillende ingangen, zoals ‘klanten’, ‘naam overledene’ of ‘product’, vinden van gegevens vonden we relevant. Vanzelfsprekend moest het systeem zo goed mogelijk worden geïntegreerd in onze bedrijfsvoering. Last but not least: we wilden zo min mogelijk maatwerk.”

Dat de keuze uiteindelijk viel op Dynamics AX en SBA Business Solutions is volgens Damhuis vooral te danken aan het empathisch vermogen van SBA. “Er zijn van die bedrijven, die roepen al snel ‘mevrouw, komt allemaal goed, we regelen het wel’. Bij SBA ging het er eerlijker aan toe. De consultants van dat bedrijf vertelden duidelijk wat er van óns werd verwacht om de invoering tot een succes te maken. Daarnaast was er begrip voor het feit dat de gebruikers decennia lang met een compleet ander systeem hadden gewerkt en dat velen daar best gehecht aan waren geraakt. SBA heeft zich in eerste instantie gericht op een kleine groep sleutelgebruikers. Die werden vervolgens de trainers en ambassadeurs voor de andere gebruikers. Een aanpak die me aansprak en succesvol bleek.”

Te vroeg

Ten tijde van het interview was de invoering van een deel van Dynamics AX slechts enkele dagen een feit. “Het is nog veel te vroeg om te zeggen wat het oplevert. We doen het rustig aan, breiden de functionaliteit stap voor stap uit.” Over ruim een jaar moet de invoering helemaal afgerond zijn. “Tegen die tijd is, zo verwachten we, het administratieve werk gebruiksvriendelijker geworden, de informatievoorziening verbeterd en de klanttevredenheid nog verder toegenomen.”

Wordt vervolgd dus.