



Profil klienta

Firma CONO Kaasmakers rozwija się ze wsparciem Infor M3



W skrócie

Produkt: Infor M3

Branża: spożywcza (Food & Beverage)

Kraj: Holandia

„Filozofia produkcji sera w Holandii jest inna niż w pozostałych krajach”

–Eric Hulst, dyrektor zarządzający, CONO Kaasmakers.

Profil firmy

CONO Kaasmakers jest niezależną spółdzielnią skupiającą około 500 farm mleczarskich. Obecna struktura organizacyjna jest rezultatem połączenia się dwóch spółdzielni w 1999 roku: De Combinatie z Beemster w Holandii Północnej oraz De Vechtstreek z Ommen w prowincji Overijssel. Oprócz produkcji serów w Beemster, CONO prowadzi też produkcję serwatki w proszku. CONO Kaasmakers wytwarza 30 milionów kilogramów sera w ciągu roku. Towar sprzedawany jest w Holandii, Belgii, Niemczech, Hiszpanii, USA i Japonii pod różnymi nazwami i odmianami, jak na przykład BeemsterKaas, BeemsterKaas Exclusief, SmaaQ, Stompatoren, Oudendijk, Oudendijk Light oraz Noord® Wester Edammer. Ser z CONO Kaasmakers można zakupić w specjalistycznych sklepach z nabiałem, jak również w supermarketach. Więcej informacji o firmie znajduje się na stronach www.CONO.nl oraz www.beemsterkaas.nl.

Wyzwania

CONO Kaasmakers jest znanym w Holandii i Belgii producentem serów, słynącym z marki BeemsterKaas. Kilka lat temu firma postanowiła przyjąć nowy kierunek rozwoju i zdecydowała, że wsparciem dla nowej strategii będzie system Infor® Food & Beverage na platformie IBM iSeries. Wszystkie procesy biznesowe od zamówień, produkcji, planowania i logistyki, po finanse, marketing i dystrybucję są obsługiwane przez system Infor M3, który jest podstawą ERP (Enterprise Resource Planning – zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa) w rozwiązaniu Infor Food & Beverage (Infor dla branży spożywczej).

Do momentu podjęcia decyzji o nowej strategii rozwoju, CONO Kaasmakers oferowała tylko ser w dużych ilościach dla sprzedaży hurtowej. W 2002 roku firma zdecydowała się też na sprzedaż detaliczną i dzisiaj sery BeemsterKaas są dostępne w specjalistycznych sklepach z serami oraz w supermarketach. Decyzja ta oznaczała dla CONO Kaasmakers daleko sięgające zmiany w procesie produkcyjnym. Obecnie firma oferuje znacznie więcej produktów, gdyż rynek detaliczny wymaga zróżnicowania serów pod względem rodzaju, stopnia dojrzałości, wagi czy opakowania.

W rezultacie rozwoju produkcji dyrektor zarządzający Eric Hulst musiał czekać coraz dłużej na raporty z działu dystrybucji i finansów. Zadanie zbierania spójnych danych raportowych potrzebnych do decyzji zarządczych stawało się coraz trudniejsze. W poprzednim systemie ERP każdy nowy proces biznesowy był wprowadzany poprzez modyfikowanie systemu – wystarczający powód, by poszukać rozwiązania, które będzie na tyle elastyczne, by obsługiwać wszystkie nowe procesy bez ingerencji w system. Firma CONO wybrała Infor M3. Oczekiwania były wysokie: „Chcemy widzieć za naciśnięciem jednego guzika obroty firmy w podziale na produkty i na każdego klienta.”

“Podczas gdy większość naszej konkurencji próbuje wytworzyć jak najwięcej sera z każdego litra mleka, naszym celem jest produkcja sera najwyższej klasy. Z zasady prowadzi to do niższego zwrotu, co z kolei podnosi cenę naszego sera. Ale każdy, kto go raz spróbuje, staje się przekonany do naszej filozofii”

–Eric Hulst, dyrektor zarządzający, CONO Kaasmakers

Spółdzielnia

CONO Kaasmakers produkuje 30 milionów kilogramów sera w ciągu roku używając tradycyjnych metod produkcji. Podczas gdy większość konkurentów przestawiło się na ciągłą produkcję około 20 lat temu, CONO pozostała przy procesie produkcji w partiach, dzięki czemu podstawowe składniki mają więcej czasu na interakcję. „Filozofia produkcji sera w prowincji Holandii Północnej jest inna niż gdziekolwiek na świecie” – wyjaśnia dyrektor zarządzający Eric Hulst. “Podczas gdy większość naszej konkurencji próbuje wytworzyć jak najwięcej sera z każdego litra mleka, naszym celem jest produkcja sera najwyższej klasy. Z zasady prowadzi to do niższego zwrotu, co z kolei podnosi cenę naszego sera. Ale każdy, kto go raz spróbuje, staje się przekonany do naszej filozofii”. Innym wyróżnikiem firmy jest brak ceny nabycia. Hulst wyjaśnia: “Jesteśmy spółdzielnią i nasi farmerzy są opłacani dopiero po sprzedaży produktów. Kwota, którą otrzymują za mleko jest oparta na cenie sprzedaży pomniejszonej o koszty. Kiedy ustalamy cenę hurtową produktów serowych, zawsze walczyliśmy z problemem: w jaki sposób ustalić koszt mleka”.

Nowa strategia

Decyzja by wprowadzić produkty do supermarketów została podjęta na końcu lat 90-tych. Do tamtej pory firma sprzedawała tylko do odbiorców hurtowych, a produkty serowe przed sprzedażą dojrzewały przez 15 dni. Dystrybutorzy hurtowi zajmowali się kolejnymi etapami procesu dojrzewania sera i sprzedawali gotowe produkty do specjalistycznych sklepów z serami. Decyzja o bezpośredniej sprzedaży do supermarketów pojawiła się w momencie, gdy sklepy z serami doświadczyły dużego spadku udziałów w rynku.

„60% naszego przychodu pochodziło ze specjalistycznych sklepów” – mówi Hulst. „Odnawiamy znaczny spadek przychodu kiedy te sklepy tracą klientów. W Holandii 84% wszystkich serów sprzedaje się w supermarketach. I tam jest nasz potencjał wzrostu.”

Od 2002 roku CONO Kaasmakers sprzedaje sery pod marką BeemsterKaas bezpośrednio do supermarketów. Firma ma teraz do czynienia z bardzo wymagającymi klientami i twardymi technikami negocjacyjnymi, więc ważnym jest, by sprzedawcy znali dokładną strukturę kosztów produktu.

Ponadto, ilość wersji produktów wzrosła znacząco, gdyż firma dostarcza sery na różnym etapie dojrzewania i w zróżnicowanych opakowaniach. Innym ważnym obszarem jest logistyka. Proces dojrzewania młodych serów powinien trwać około czterech tygodni, z kolei bardzo stare sery dojrzewają w Beemster przez minimum 26 miesięcy. To oznacza, że firma potrzebuje więcej miejsca do magazynowania niż przy wytwarzaniu ujednoliconego produktu.

CONO przekazało część procesu dojrzewania, pakowania i transportu serów supermarketom, co znacząco skomplikowało procesy logistyczne firmy. W dodatku nie każdy ser widniejący w bilansie CONO jest de facto przechowywany w magazynie firmy. Dlatego też możliwy jest jedynie wirtualny podgląd magazynów w celu określenia gdzie artykuł jest aktualnie przechowywany.

Dlaczego Infor?

CONO Kaasmakers wybrała Infor M3 dlatego, że rozwiązanie to zawiera wszystkie potrzebne funkcje, które są w tej branży potrzebne i dokładnie pasuje do wielkości i rodzaju firmy. Ponadto, Infor ma wiele referencji w branży mleczarskiej. Ostateczna decyzja o wyborze zapadła po odbyciu wizyt referencyjnych u konkurencji CONO – firm DOC Kaas Hoogeveen oraz De Zuivelhoeve. „Przedstawiciele obydwu firm byli zachwyceni wsparciem ze strony Infor i partnera wdrożeniowego – Alfa-Beta Solutions podczas fazy wdrożeniowej, a także po jej zakończeniu” – wyjaśnia Hulst. „Ta rekomendacja umocniła naszą decyzję”.

Wdrażając Infor M3, CONO zrealizowała kilka celów. Jednym z nich jest lepszy wgląd w koszty i przychody poszczególnych działów (np. dojrzewania i pakowania). System jest zintegrowany z aplikacją IBM Cognos, która dostarcza analizy przychodów, marży czy struktury ceny nabycia w różnych kombinacjach produktów i marek. CONO zyskała również lepszy obraz zapasów we własnych magazynach, jak i w zewnętrznych dojrzewalniach i centrach pakowania. Wszystko to doprowadziło do podejmowania szybszych i pewniejszych decyzji.

Wdrożenie

Wdrożenie systemu zostało wykonane przez holenderskiego partnera Infor, firmę Alfa-Beta Solutions, która specjalizuje się w branży spożywczej. Alfa-Beta ma głębokie zrozumienie funkcji i możliwości Infor M3, które efektywnie wspierają procesy biznesowe w CONO.

Rozwiązanie

Aby kontrolować produkcję, dostawę i dystrybucję serów z poziomu komputera, należy najpierw wprowadzić różnego rodzaju dane. Na przykład, ser kurczy się podczas procesu schnięcia i początkowo traci 0,2% swojej wagi. Zarządzanie procesem dojrzewania musi uwzględniać fakt, że po tygodniu dojrzewania z kilograma sera zostaje tylko 986 gramów, a także to, że wartość sera rośnie wraz z jego dojrzewaniem.

Innym istotnym punktem w procesie zarządzania jest pozostałość w formie serwatki, która też może być sprzedawana jako produkt. Dodatkowa złożoność wynika też z tego, że nie wszystkie sery ważą tyle samo, więc każdy ser musi mieć indywidualną cenę. Infor M3 obsługuje ten poziom złożoności.

Funkcje takie jak zmienne jednostki i wagi, produkty równoległe i pochodne, rejestracja utraty wagi w procesie schnięcia, dojrzewanie, model ceny nabycia, elektroniczna wymiana danych, elastyczne struktury cen i rabatów są zintegrowane w rozwiązaniu Infor M3. Funkcjonalność systemu zapewnia precyzyjne wsparcie codziennych procesów biznesowych, bez konieczności rozwijania aplikacji – jak dzieje się w przypadku systemów pisanych na zamówienie.

System Infor M3 musi być skonfigurowany, lecz nie musi być przeprogramowany. Dane są dostępne z każdej możliwej perspektywy, tak więc użytkownicy pracują z indywidualnymi widokami. Odpowiedzi na pytania takie jak: „Jakie rabaty uwzględniliśmy dla danego odbiorcy?“, „Jaki poziom wzrostu osiągnął BeemsterKaas w segmencie sprzedaży sklepowej?“, „Jaka jest cena mleka w tym roku w porównaniu do tego samego kwartału zeszłego roku?“ nie stanowią teraz problemu. Tym samym, cel dyrektora zarządzającego firmy został spełniony – dzięki wdrożeniu systemu, za naciśnięciem jednego guzika można się przekonać czy firma zmierza w dobrym kierunku.



Gold
Channel Partner



641 Avenue of the Americas
New York, NY 10011
800-260-2640
infor.com

iPCC Sp. z o. o.
Wał Miedzeszyński 608
03-994 Warszawa
tel. 22 740 44 44
biuro@i-pcc.pl
www.i-pcc.pl

O firmie Infor

Infor jest trzecim na świecie pod względem wielkości dostawcą aplikacji i usług biznesowych. Dzięki rozwiązaniom Infor już ponad 70 tysięcy przedsiębiorstw w ponad 200 krajach może usprawniać operacje oraz intensyfikować rozwój w wielu sektorach przemysłu. Szczegóły o firmie i rozwiązaniach - www.infor.com, info_pl@infor.com.

Copyright© 2014 Infor. All rights reserved. The word and design marks set forth herein are trademarks and/or registered trademarks of Infor and/or related affiliates and subsidiaries. All other trademarks listed herein are the property of their respective owners. This document is provided for informational purposes only and does not constitute a commitment to you in any way. The information, products and services described herein are subject to change at any time without notice. www.infor.com.

INF1401589-PL-PL0814-1