

Re-Spect levert XV Retail en eigen retail-template aan Free Record Shop

Geslaagde SAP Retail-implementatie onder tijdsdruk

Free Record Shop (FRS), spreekwoordelijke leverancier van home entertainment-producten als cd's, dvd's, games en boeken. Met een jaaromzet van ruim 330 miljoen euro, en soms wel meer dan 100.000 items die dagelijks langs de kassa's gaan van de 400 winkels in Nederland en daarbuiten – dat vraagt om stevige ondersteuning van een kwaliteitssysteem. Een nieuw systeem, in dit geval. FRS ging voor de hoogste standaard en kwam uit bij SAP Retail, powered by Re-Spect. CFO Leen Saarloos licht toe hoe dit bijdraagt aan het succes van de keten.



Naast tal van winkels in Nederland (187 stuks), België, Luxemburg, Noorwegen en Finland, vallen ook de Van Leest-formule (50 winkels), Game Mania, megastore Fame Music en een webwinkel onder de Free Record Shop Holding.

Automatisering is één van de centrale diensten van de houdstermaatschappij, die omstreeks 2003 vaststelde dat het logistieke systeem voor FRS Nederland en België niet meer voldeed. De software was verouderd, de hardware ontoereikend en de compatibiliteit tussen werkmaatschappijen liet te wensen over. De holding ging op zoek naar een nieuwe oplossing. Na een mislukte poging met een maatwerkpakket, besloot FRS medio 2005 te opteren voor de proven technology van een standaardpakket.

Al snel bleek SAP de beste prijs/prestatieverhouding te bieden, meent Saarloos. FRS koos voor een full scope SAP-retailsysteem, met diverse gespecialiseerde modules. Re-Spect werd gekozen op grond van bewezen ervaring en het feit dat ze een hoogwaardige template voor de detailhandel – SAP Fit4Retail in combinatie met XV-Store Logistics – hadden ontwikkeld, die FRS ook afnam. In februari 2006 is getekend voor de combinatie SAP Retail/Re-Spect.

EEN GREEP UIT DE INHOUD:

- PAG 1 Free Record Shop: Geslaagde SAP Retail-implementatie onder tijdsdruk
- PAG 3 Hilton Food Group Polska Project toont de kracht van het Ctac Powerhouse
- PAG 5 De kracht van geografische dataverwerking
- PAG 9 Implementatie van portal bij Aldipress: De mogelijkheden van een nieuw medium

Transparantie

Wat heeft SAP Retail FRS te bieden? Saarloos: "Uniformiteit en integratie, dat zijn de kernwoorden. Medewerkers voeren een item, artikel of crediteur nu nog maar één keer in. Dat kost even wat tijd want er worden veel kenmerken vastgelegd, maar daar heb je verderop in het proces veel profijt van: bij het sorteren en picken, het waarderen, het verzenden. Dat het per saldo efficiënter werkt merk je in ons logistieke centrum in Capelle en in de winkels, waar veel arbeidstijd wordt bespaard. Een uniforme werkwijze vergroot bovendien de interne mobiliteit, zodat Nederlandse medewerkers probleemloos kunnen worden ingezet bij FRS België of Van Leest – vooral bij vervanging door ziekte een uitkomst." Dankzij SAP Retail is de integratie van gegevens binnen het bedrijf merkbaar toegenomen. "Zo waren de financiële en logistieke systemen voorheen niet gekoppeld en was het altijd zoeken naar hun samenhang. Nu is elke logistieke operatie op elk moment ook financieel te volgen. De productvoorraad sluit één-op-één aan op de financiële 'voorraad', wat de transparantie van het bedrijf enorm vergroot," aldus de CFO.

Overstaffing

In februari ging de implementatie van start, op basis van fixed price met geplande oplevering op 1 oktober. Dat is snel voor een traject waar normaal een jaar voor staat. Er werden werkgroepen gevormd voor deelimplementaties. De leiders ervan namen samen met specialisten van FRS en Re-Spect zitting in de projectboard, die wekelijks bijeenkwam om de voortgang te monitoren – een voortdurende betrokkenheid. Het project werd 'De Uitdaging' genoemd, refererend aan de opdracht van de Raad van Bestuur om na het 'maatwerkdebacle' zo snel mogelijk tot resultaten te komen.

"Aan tijdsdruk geen gebrek dus," betoogt Saarloos. "Bovendien moesten er ook andere functionaliteiten aan SAP Retail worden gekoppeld, zoals de sorteerder in het logistieke centrum, de kassa's in de winkels, het financiële systeem van de bankier en XV Store Logistics: onderdeel van de XV Retail Suite, kortweg XV Retail. Het moest allemaal met elkaar kunnen lezen en schrijven, en daarvoor zijn interfaces nodig. Daar gaat veel tijd en energie in zitten, want die moet je maken." De druk om binnen de planning te blijven was hoog, mede omdat de werkgroepleden nauwelijks voor hun IT-taak waren vrijgemaakt, en 'FRS wordt nu eenmaal niet gekenmerkt door overstaffing'. »

Draagvlak

Toch is de limiet van 1 oktober gehaald en is het doel bereikt: de 'aorta' van het systeem up and running krijgen. Met inbegrip van de stresstesten, die de werkelijke belasting van het systeem binnen het bedrijf nabootsen. De eerste week na de livegang is gebruikt om de voornaamste issues op te lossen. "Op schema liggen is voor ons bittere noodzaak. Met soms wel meer dan 100.000 artikelen per dag in omloop, zeker in de feestmaand, kan FRS zich geen slechte logistiek permitteren."

Het hele traject overziend vindt Saarloos, die zelf als niet-IT'er in de project-board zit, dat goede communicatie nauwelijks is te overschatten. "Iedereen

moet begrijpen dat je een gezamenlijk doel nastreeft. Mensen zijn bang om te veranderen, dus moet je ze stimuleren, anders hangen ze als een geblokkeerd wiel aan de wagen. Vandaar het belang van de werkgroep Organisatieverandering, die uitsluitend bezig was met draagvlak genereren."

En met succes, want gaandeweg de implementatie steeg het moreel van de eindgebruikers en de waardering voor het systeem. "Het is toch een mooi stuk gereedschap", hoorde Saarloos ze zeggen. ●

Voor meer informatie: www.xv-retail.com en www.re-spect.ctac.nl.



Goed Nederlands

Het zou raar zijn als ik beweerde dat Ctac niet goed zou draaien. Met een omzetstijging van 83 procent en een verdrievoudiging van de nettowinst over het eerste halfjaar, doen we het zelfs uitstekend. Deels grijpt dit terug op de positieve marktontwikkelingen in het algemeen, waar de hele IT-sector van profiteert. Maar zeker ook moet ik recht doen aan de manier waarop de organisatie van Ctac in elkaar steekt en functioneert. Ik bedoel niet alleen het Powerhouse-model met zijn pijlers van ondernemerschap, marktkennis en productkennis – goed voor een trefzekere marktbenadering. We zijn daarnaast uitbundig bezig met tal van vernieuwende technologieën. Ik noem drie voorbeelden.

1. Bij Action Non-Food, een snel groeiende winkelketen met non-food artikelen voor de laagste consumentenprijs, hebben we voice picking geïmplementeerd. Met deze technologie worden artikelen via stemaansturing uit het magazijn gehaald. Een zeer vernieuwend project én de eerste livegang in Nederland waarbij SAP direct aan voicetechnologie is gekoppeld. Het heeft geleid tot efficiencyverbeteringen en aanwijsbare kostenbesparing.
2. Bij Free Record Shop heeft Ctac een multi-channel store retail-oplossing geïmplementeerd, waarbij de winkelkassa's online worden gekoppeld aan het back-end systeem van SAP. Het management krijgt hiermee de mogelijkheid om prijzen en kortingsacties automatisch, snel en efficiënt door te voeren naar hun kassanetwerk. Een enorme verbetering op vroeger, toen men hiervoor elke afzonderlijke kassa moest herprogrammeren.

3. Voor een upgradeproject bij Ray Technology Group hebben we bepaalde arbeidsintensieve, niet-plaatsgebonden projectonderdelen uitbesteed aan iGate, een Indiase IT-dienstverlener waar Ctac een partnership mee heeft gesloten. Omdat het kwaliteitsniveau hoog is en de loonkosten laag, is offshoring in India voor grotere bedrijven algemeen goed. Door ons partnership met iGate wordt dit nu ook toegankelijk voor het grotere middenbedrijf. Een vorm van procesvernieuwing waar iedereen van profiteert, want door de combinatie met offshorepartners kunnen we onze opdrachtgevers sneller, goedkoper en tegen dezelfde kwaliteit bedienen.

Deze drie vormen van innovatie onderstrepen Ctacs doelstelling om oplossingen te implementeren die duurzame toegevoegde waarde genereren voor de klant. Dat betekent dat we niet sec systemen implementeren, maar erop uit zijn de klant te ondersteunen bij zijn bedrijfsprocessen en concurrentievoordeel te bieden, zodat hij zich onderscheidend kan positioneren. Improving the business, heet dat in goed Nederlands. ●

Wil Huijben, CEO Ctac

HFG Polska Project toont de kracht van het Ctac Powerhouse

De Hilton Food Group (HFG), onder andere leverancier van Ahold/ICA, bouwt een fabriek in Polen. Bij dit HFG Polska Project zijn naast de eigen medewerkers ook diverse externe partijen betrokken. Drie businessunits van Ctac – Alphalogic, NetIT Services en Ctac AMI – hebben voor dit project hun krachten gebundeld. Een prima voorbeeld van de kracht van het Ctac Powerhouse.



Bijdrage:

- Projectmanagement van non-SAP-systemen
- Ontwikkelen en implementeren van APO Demand Planning

In oktober 2005 begon Armard Lavèn aan het project met het opzetten van standaarden en het monitoren van de procesuitvoering. De eerder in Nederland en Zweden geïmplementeerde systemen vormden de basis. Na de blauwdrukfase zijn de processen tijdens zogeheten test-en-toon-sessies, met concrete afbeeldingen in de systemen, voorgelegd aan de gebruikers. Ondanks een complexe unicode-conversie om SAP en de omliggende systemen geschikt te maken voor drietalig gebruik (Pools, Tsjechisch en Slowaaks) kon de nieuwe fabriek op de geplande datum van 1 september 2006 live gaan.

APO Demand Planning is voor Polen afgeleid van de Nederlandse blauwdruk en de implementatie verliep vervolgens parallel. De koppeling van APO met SAP R/3 was bepaald niet eenvoudig. Met de support van het Nederlandse Hilton-team, in het bijzonder Mark van Schaik, Ron Davidson en Wouter Vervoort, en de inbreng van Michael Schubert (Ctac AMI), zijn alle systemen en batchjobs ingeregeld en ging ook APO begin september zonder noemenswaardige issues live.



Bijdrage:

- Technische projectleiding aanleg LAN, WAN en telefoonsysteem
- Levering kantoorautomatiseringsomgeving

Ook voor de lay-out van het LAN zijn de ontwerpen voor Zweden hergebruikt, waarbij het gebruik van handscanners in plaats van een gerobotiseerde warehouse-omgeving het grootste verschil was. Na het ontwerp van het WAN is gestart met de onderhandelingen met provider TP, staatsbedrijf en monopolist. Dit was een lastige fase, waarin Godfried Boshuizen alle zeilen moest bijzetten. "Het was niet eenvoudig de juiste kwaliteit te borgen en goede afspraken te maken. Doorvragen of het allemaal echt duidelijk is en een nauwlettende controle ter plaatse waren essentieel." Ondanks de zeer strenge Poolse winter, met een meter sneeuw en temperaturen tot meer dan 20 graden onder nul werd alles, zij het krap, gehaald.

Ook de opdracht voor de inrichting van de kantoor-automatiseringsomgeving kwam bij NetIT Services terecht. De benodigde servers (mail, file, productielijnen en scanners) zijn in Den Bosch geconfigureerd en in Zaandam bij Hilton getest. De overige systemen zijn, samen met de actieve apparatuur voor het LAN en WAN, naar Polen verscheept waar ze door engineers van NetIT Services zijn geplaatst en getest. De telefooncentrale is onder regie van NetIT Services door een lokale partij aangelegd.



Bijdrage:

- User testing van productiesystemen (ontvangst, material handling productie en verzending)
- Operationele user support inclusief training

In de rol van tijdelijke Business Process Owner gaf Ctac AMI ondersteuning bij het ontwikkelen van alle SAP-processen en advies bij de inrichting ervan. "Als Ctac'er zet je een Hilton-pet op en tracht je de processen zo simpel mogelijk te houden voor de eindgebruikers, wat tot interessante discussies kan leiden", aldus Michael Schubert.

Na de ontwikkelingsfase reisde Michael begin juli 2006 af naar Polen om de livegang voor te bereiden en on-site de laatste testen te doen. In de eindfase stond er flink druk op de ketel en waren werkweken van 100 uur geen uitzondering, maar de deadlines zijn gehaald en de livegang verliep positief. Al in de eerste week kon Hilton een productie van meer dan 100 ton verpakt vlees realiseren.

De komende weken staan in het teken van verdere optimalisatie: kleine aanpassingen, aanvullende wensen en extra gerichte training van gebruikers. Al met al een project waarin de verschillende specialismen van het Ctac Powerhouse herkenbaar hebben bijgedragen aan een succesvolle oplevering van een uitdagend IT-project. ●

Hitch is eerste met deltatraining NetWeaver 2004s BI

In zes dagen helemaal up-to-date in de jongste Business Intelligence-oplossing van SAP. Met de deltatraining NetWeaver 2004s BI presenteert Hitch als eerste een leergang voor de nieuwste release van SAP BI. Hands-on en high-impact op het hoogste kennisniveau. Deze unieke training is ontwikkeld en wordt uitgevoerd door Marc de Cock, één van de initiatiefnemers van Hitch.

Delta NetWeaver 2004s BI belicht alle ins en outs van de laatste BW-versie, de oplossing voor de ontwikkeling van managementinformatie en rapportages. Leren door dóen, dat is wat Hitch predikt. "Daarom biedt de training veel gelegenheid om zelf met de stof te stoeien. Alle cursisten krijgen een eigen pc en kunnen zich direct de materie eigen maken," aldus Richard Benschop van Hitch. "Achterover leunen en bijgepraat worden is er niet bij. De nadruk ligt op praktijk-simulaties en vooral die aspecten waar gebruikers werkelijk mee te maken krijgen. Dat is een ander verhaal dan het gangbare theoretische betoog plus wat slides. Bovendien heeft Ctac de nieuwe NW2004s BI als één van de eerste al operationeel, zodat er een werkend systeem beschikbaar is – hoe echt kan het worden?"

Kwaliteitsborging

Hitch is de eerste aanbieder van deze training, bestemd voor specialisten in het SAP BI-veld. Tevens is het mogelijk de cursus klantspecifiek te maken, waarbij wordt ingezoomd op bepaalde onderdelen. "De klant kan zelfs de eigen data inbrengen, dat geeft de training extra realiteitswaarde," zegt Benschop.

"We geven professionals de gelegenheid inhoudelijk met de trainer te sparren, zodat ze hun eigen conclusies kunnen trekken. Niet zelden besluit de klant op de nieuwe versie over te stappen. BW-specialisten in bezit van een relevante certificering kunnen deze na afloop vernieuwen bij SAP Nederland."

Marc de Cock geldt als dé trainingsautoriteit in Nederland op het gebied van SAP BI. Hij heeft de training niet alleen ontworpen, maar voert hem – uit oogpunt van kwaliteitsborging – zelf uit. Naast het lesmateriaal en de oefeningen, is ook het bijbehorende handboek door hem geschreven. De training wordt goed geëvalueerd, zowel inhoudelijk als qua leer-methode. Zo goed, dat Delta NetWeaver 2004s BI nu maandelijks op het opleidingsrooster van Hitch staat. ●

Een webshop in tien dagen!

Internetkopers stellen hoge eisen aan webwinkels. Ze willen volledige en accurate productinformatie, aanbevelingen op basis van voorkeuren en eerdere aankopen én betrouwbare processen voor levering en betaling. Bovendien willen ze – ook als online besteller – herkend worden. Met SAP eCommerce van CValue creëren bedrijven snel de webshop die bij hen past en pluggen ze in op dat immense reservoir van online klanten.

SAP CRM

SAP eCommerce steunt op de al brede functionaliteit van mySAP CRM. Hierbij worden de bestaande businessdata en -processen die in CRM zijn gedefinieerd uitgebreid tot een volledig sales- en interactiekanaal, waarin ook het ordermanagement is opgenomen. Resultaat: klanten ontvangen consistente informatie via alle kanalen van mySAP CRM, of ze nu communiceren met de vertegenwoordiger, callcenter-agent of website.

Functionaliteiten

SAP eCommerce biedt legio mogelijkheden om de interactie met internetklanten effectief vorm te geven:

- eMarketing – verbreedt de grip op de markt, personaliseert de webshop voor klanten en geeft alle informatie voor een aankoopbesluit;
- eSelling – breidt de bestaande ordermanagementprocessen uit naar het web, inclusief real-time pricing en contractinformatie, productconfiguratie en beschikbaarheidscontroles. Internetklanten kunnen een offerte vragen, een contract onderhandelen en een order plaatsen;
- eService – biedt post-sales service en support. Klanten kunnen hun leveringen

bekijken, hun profiel bijwerken, hun producten registreren, productinformatie opzoeken, klachten registreren, retouren melden, assistentie vragen en serviceverzoeken voor gekochte artikelen indienen;

- eAnalytics – geeft de mogelijkheid om de internetperformance te meten en het succes van specifieke acties via het clickgedrag van klanten te analyseren. De uitkomsten zijn te gebruiken voor het personaliseren van de site.

SAP R/3

Voor bedrijven die (nog) niet beschikken over mySAP CRM, biedt ook SAP R/3 de mogelijkheid voor een webshop. De eSelling-module is dan direct gekoppeld aan R/3. Deze functionaliteit is weliswaar beperkter dan bij mySAP CRM, maar is sneller realiseerbaar tegen een lagere investering. In beide gevallen kunnen de klanten altijd op een snelle en vriendelijke manier hun orders plaatsen, 24 uur per dag.

Of het nu de zakelijke of de particuliere markt betreft, er is altijd een kant-en-klare webshop van SAP. In tien dagen op het web? CValue is de geschikte implementatie-partner! ●

De kracht van geografische dataverwerking

Waar zijn uw afnemers gevestigd? Staan uw vestigingen op kansrijke locaties? Welke van uw producten zijn plaats- of streekgebonden hardlopers, en in welke regio heeft een nieuwe campagne de meeste kans van slagen? Geografische Informatie Systemen (GIS) van SAP geven niet alleen het antwoord, maar voegen er een belangrijke dimensie aan toe: ruimtelijkheid. Door gegevens gezamenlijk in kaart te brengen en de ruimtelijke context expliciet in beschouwing te nemen, worden ze beter begrepen en ontstaat er zelfs nieuwe kennis. Beleidsmakers kunnen hierdoor hun plannen beter onderbouwen. Hans Slaghuis en Joop Pelis van BIGrip over de opkomst van geografische dataverwerking.

Veel informatie die van belang is voor bedrijven bevat een ruimtelijke of geografische component. Daarbij horen ook de kengetallen en kritische prestatie-indicatoren die ondernemingen gebruiken om hun processen te meten. De rapportages die hieruit voortkomen zijn vaak lang, saai en worden vluchtig gelezen. Door visuele informatie toe te voegen – bijvoorbeeld door het gebruik van een landkaart met achtergrondgegevens – krijgen deze documenten een extra dimensie, waardoor de inhoud beter overkomt.

“De mens is tenslotte visueel ingesteld en haalt sneller informatie uit een illustratie dan uit tekst: één beeld zegt meestal meer dan duizend woorden,” licht Hans Slaghuis toe. “Door de betreffende bedrijfsgegevens te projecteren op een themakaart met sociale, economische of stedelijke gegevens, wordt bovendien een waardevolle kennisdimensie toegevoegd die kan leiden tot nieuwe inzichten en trefzekere beleidsbeslissingen.”

Geografische Informatie Systemen

Geo-informatie omvat dat gedeelte van de informatievoorziening waarin de ruimtelijke of geografische component een belangrijke rol speelt. Geo-informatie betreft alle gegevens over (reële of virtuele) objecten met een vaste plaats op, in, boven of onder het aardoppervlak. Hieronder

valt ook de registratie van verplaatsingen van objecten in de tijd. Joop Pelis: “De Geografische Informatie Systemen van SAP zijn specifiek ontwikkeld voor het genereren, opslaan en manipuleren van deze gegevens. Ze kunnen objecten coderen op een landkaart, deze met elkaar in verband brengen en de gevonden relaties visueel herkenbaar maken. Op grond hiervan zijn analyses mogelijk, die weer leiden tot een beter beheer van de objecten.” SAP GIS-applicaties maken gebruik van ruimtelijke voorstellingen als gedrukte thematische kaarten, luchtfoto's, digitale satellietbeelden of visualisaties op een computerscherm, en verwerken uiteenlopende thematische data. Dankzij deze visuele projecties is het mogelijk om relaties te leggen tussen grootheden (bijvoorbeeld bevolkingsdichtheid en stemgedrag), gevolgen te berekenen (bijvoorbeeld van klimatologische processen op erosie, of van politieke beslissingen) of optimale oplossingen te genereren (zoals bij de planning van een nieuw vliegveld).

Is daar behoefte aan? “Met de Geografische Informatie Systemen speelt SAP in op de vraag naar effectief en efficiënt beheer van plaatsgerelateerde informatie,” betoogt Pelis. “Ze bieden een belangrijke meerwaarde in termen van actualiteit, consistentie, invoerefficiëntie en de presentatie van informatie.” Geo-informatie wordt traditioneel veel

gebruikt in disciplines als vastgoed en landmeetkunde, maar vindt in toenemende mate toepassing in andere beroepssectoren en bedrijven.

Blgrip

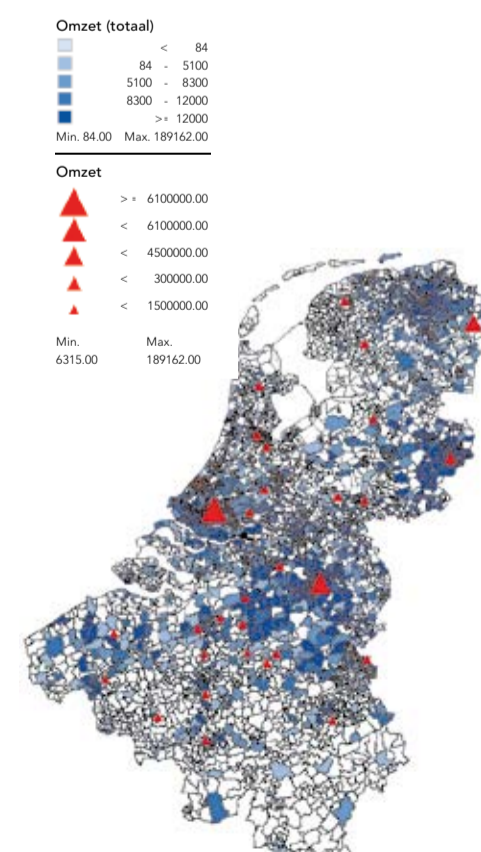
Blgrip heeft een succesvolle trackrecord in de implementatie van Geografische Informatie Systemen met behulp van SAP BW. Slaghuis: “Onze implementaties variëren van systemen voor simpele analyses van regiogebonden verkoopcijfers in relatie tot de bevolkingsdichtheid – bijvoorbeeld geprojecteerd op de Europese kaart – tot systemen voor gedetailleerde marketinganalyses waarbij de productgegevens per postcodegebied bekeken kunnen worden.”

“In combinatie met SAP BW zijn tal van themakaarten te gebruiken,” vult Pelis aan. “Voorbeelden voor marketingtoepassingen binnen consumentenmarkten zijn de sociale kaarten op basis van het gemiddeld inwoneraantal per vierkante kilometer, of gemiddeld inkomen. Voor business-to-businessmarketing is het ook mogelijk om specifieke data en kenmerken met kleur aan te merken, om de kritische procesindicatoren van een bedrijf een extra dimensie te geven.”

Presentatiekracht

De standaard prestatie-indicatoren kunnen door middel van symbolen, arcering, pictogrammen en grafieken zichtbaar worden gemaakt op

de locaties waarover rapportage plaatsvindt. Per indicator/locatie is er een analyse mogelijk met de kaart als achtergrond, of kan per land of regio worden ingezoomd op specifieke achtergrondinformatie. Het is ook mogelijk om bij het inzoomen het kaartmateriaal te verrijken met diverse relevante detailgegevens. Joop Pelis: “De themakaarten kunnen in de presentatie gewisseld worden, bijvoorbeeld van bevolkingsdichtheid naar verstedelijkte gebieden, industriële gebieden of het hoofdwegenennetwerk. Hierdoor komt de getoonde informatie uit SAP BW steeds in een andere context te staan en wint daarmee aan zeggingskracht.”



De mogelijkheden van een nieuw medium

Met 600 titels van 170 verschillende uitgevers en 9.000 verkooppunten is Aldipress marktleider in Nederland op het gebied van trademarketing en distributie van tijdschriften en stripalbums voor de losse verkoop. Cims is er betrokken bij de implementatie van een SAP-portal die de externe communicatie gaat stroomlijnen.

Ytool zet eigen template in

Fit Analyser, voor snelle en efficiënte optimalisaties van mySAP EAM

Met de Fit Analyser kan Ytool snel en voordelig onderzoeken hoe een klant precies zijn Asset Lifecycle Management kan optimaliseren. Inzet van deze zelfontwikkelde template leidt tot een efficiënter gebruik van mensen, middelen en systeemapplicaties.

Liberaliserende markten en nieuwe regelgeving dwingen bedrijven op zoek te gaan naar een nieuwe balans tussen operationele en financiële performance. Asset Lifecycle Management (ALM) stelt ze in staat te blijven presteren zonder daarbij veel risico's te lopen. ALM staat voor het evenwichtig en actief beheer van bedrijfsmiddelen over de hele levenscyclus, waarbij alle relevante aspecten – investeringsbeleid, onderhoud, capaciteitsplanning, klanten, milieu en financiën – worden betrokken. ALM zorgt daarbij voor gestroomlijnde maintenance processen waarin alle processtappen en stuurinformatie rationeel op elkaar zijn afgestemd, van foutmelding tot facturatie. Resultaat: hogere efficiency van de onderhoudsorganisatie en productiemiddelen, betere rapportages en kostenreductie.

Ytool levert support van de volledige ALM-cyclus voor kapitaalintensieve bedrijven, via business consultancy in combinatie met implementatie services. Deze gespecialiseerde businessunit ondersteunt ondernemingen bij het definiëren en optimaliseren van hun plant maintenance en customer service concepts.

Fit Analyser

Als voorbereiding op verbetertrajecten maakt Ytool in de scopingfase gebruik van de Fit Analyser, een instrument om zeer snel en tegen lage kosten de mogelijkheden te onderzoeken van verbeteringen op bestaande processen, om zo tot een efficiënter gebruik te komen van de mensen, middelen en systeemapplicaties. De inzet van de Fit Analyser neemt vijf dagen in beslag en doorloopt vier fases:

1. Het doorlichten van de organisatie en het identificeren van mogelijkheden tot verbe-

tering op het gebied van ALM;

2. Het doorlichten van de bestaande processen en het identificeren van mogelijkheden tot verbetering op het gebied van ALM;

3. Het definiëren en selecteren van de verbeterpunten op het gebied van ALM;

4. Samenvatting van de resultaten en adviseren over de te nemen acties, inclusief een schatting van de inspanning te leveren door Ytool en de benodigde resources eigen aan het bedrijf.

Momenteel wordt de Fit Analyser, een template van eigen makelij, aangepast aan de nieuwe mySAP ERP-omgeving. Hierbinnen richt Ytool zich op de implementatie en optimalisatie van mySAP EAM (Enterprise Asset Management). Deze oplossing introduceert tal van nieuwe functionaliteiten en mogelijkheden in de wereld van plant maintenance, zoals Maintenance Cost Budgetting, Mobile Asset Management, Radio Frequency Identification, Maintenance Portal, Business Intelligence, Easy Document Management System, Collaboration-suite en Supplier Relationship System.

Als gepreconfigureerd en branchespecifiek systeem is de Fit Analyser snel en efficiënt implementeerbaar, waardoor in korte tijd duidelijk wordt welke resources er van de klant en de consultancyorganisatie nodig zijn om de gewenste verbetering te realiseren. Daarnaast beschikt Ytool over een gestructureerde projectaanpak, waarbij het project zowel in tijdsfasen als in verschillende streams is opgedeeld. De interacties tussen de verschillende delen is grotendeels voorgedefinieerd, zodat projectteam en klant op een transparante manier door het project worden geleid. ●

De gegevensuitwisseling met de detailhandel rondom seizoensgevoelige verkoopverwachtingen, (na)bestellingen en retouren is een complexe aangelegenheid die grotendeels via telefoon, fax en een speciaal daarvoor ingericht callcenter verloopt. De SAP-portal fungeert hier als nieuw medium, waarbij leveranciers en groepen van afnemers vanuit SAP BW toegang krijgen tot persoonlijke data. Retailers kunnen er bijvoorbeeld nabestellingen doen, direct strips reserveren en verkooppunten met grote verkoopfluctuaties als gevolg van het seizoen hun te ontvangen aantallen muteren. Maar ook de eigen medewerkers kunnen inloggen op de portal, die nieuwsitems bevat en verder alle content die voorheen op de Aldipress-website te zien was.

Managementtool

Wim Martens, directeur van Cims: "In de eerste fase hebben we ons gericht op de inrichting en zijn er functionaliteiten in SAP ontsloten. Uitgevers hebben nu direct in SAP inzage in de bestellingen en retailers doen hun nabestellingen nu online, terwijl dit altijd per telefoon moest. De portal ontwikkelt zich tot een tool waarmee Aldipress haar externe relaties efficiënt kan managen. Dat verlicht de druk op het callcenter en zal de hoeveelheid papier die met regelmaat naar de klant ging – zo'n 140 verschillende formulieren – aanzienlijk reduceren."

De eerste fase nam drie maanden in beslag, van blauwdruk tot livegang. Vooral aan het omzetten en screenen van alle content vanaf de website, heeft de projectgroep nog veel werk gehad.

Time to market

De bedoeling is om de portal in fase 2 verder uit te breiden met aanvullende functionaliteiten. Zoals Business Information, waarmee uitgevers eenvoudig inzicht verkrijgen in de geografische verkoopcijfers van bepaalde tijdschriften en dat bijvoorbeeld in relatie tot andere verkoopcategorieën. Maarten van Borselen, ICT-manager bij Aldipress: "Met deze portal is Aldipress klaar voor de toekomst. We hebben een stap gezet naar een modern SAP-platform dat de bestaande SAP-toepassingen doeltreffend ontsluit voor uitgevers, klanten en eigen medewerkers. Voor onszelf zit de winst vooral aan de beheerskant: het gebruik van de portal zal onze time to market verkorten, waardoor we sneller kunnen opereren en ons beter onderscheiden van de concurrentie." ●

Business Intelligence: bridging the gap between business and IT in a data driven world

Steve Hoberman is sinds 1990 werkzaam als professional en trainer op het gebied van Business Intelligence en Data Management. Als Certified Business Intelligence Professional (CBIP) met specialisaties in data-analyse en -design, is hij een veelgevraagd spreker op bedrijfscongressen in Amerika en daarbuiten. Steve schrijft columns, publiceert in bedrijfsbladen en is auteur van de boeken *Data Modeler's Workbench* en *Data Modeling Made Simple*. Daarnaast is hij oprichter van de Design Challenges Group, uitvinder van de Data Model Scorecard en erkend vernieuwer en voortrekker op het gebied van data modeling. In maart 2007 verzorgt Steve workshops Data Modeling voor Blgrip en Alpha Intelligence.



How did you start with data modeling?

"I had three job interviews with Bell Labs back in 1990. One job interview was for a programming position, one was for an electrical engineering position, and one for an analyst position on an information-engineering project. At the time, I did not have an idea what any of these positions really entailed. They all sounded very confusing and new to me. So I did what any good analyst would do: I chose the position that had the shortest job description. Where the programming and electrical engineering job descriptions went on for pages, the analyst job description just contained a few sentences including the phrase "...reengineer the business...". This to me sounded exciting and challenging at the same time. I found myself capturing business requirements in the form of a data model and this started my career in data modeling. Now I cannot go anywhere without building a data model. Sometimes I will find myself in a restaurant dining along and I will create a small data model of the restaurant menu."

What do you think is important for a good data model?

"I actually have a formal list of ten categories that I use to gauge whether a data model is good or bad. I will discuss this list, which I call the Data Model Scorecard in more detail during the training. To summarize, the two most important criteria for me are model correctness and completeness. That is, does the model meet the requirements of the business and does the scope of the model match the scope of the application effort? If the answer is yes, I would consider this to be a fairly good design."

What is your opinion of using UML in data modeling for a data warehouse?

"I think UML is another good visual for capturing and communicating data warehouse requirements. Similar to entity/relationship modeling, UML has a class diagram which captures information in the form of data and business rules. Some would argue it is even more precise than the entity/relationship model. I will not take that discussion up here but I believe as long as the modeler is communicating requirements using a consistent standard set of symbols, it does not really matter what paradigm is used. UML though, does offer other types of models such as the Use Case Diagram which can greatly aid the analyst in capturing and refining requirements."

Do you believe in standard data models for a certain industry?

"Definitely. I believe strongly in not reinventing the wheel where industry data models exist. I will say though, that unfortunately, many industry models are sold as substitutes for analysis which quickly lead to their failures. What I mean by this is that some organizations have been convinced that purchasing an industry model will mean that they do not need to have analysts or modelers on staff any longer. Nothing can be further from the truth. Incorporating an industry data model changes the work of the analysis – more mapping to existing systems and less actual modeling – but if anything it increases instead of removes the work. This extra work however, is usually rewarded by identifying structures and terminology from the industry model that might have been missed if an organization builds their model in isolation."

What is your experience with the business content in SAP's Business Warehouse? How should you use it in building a data model?

"I don't have much experience with SAP BW. I do know though, that in order to design a successful BW environment, the analyst must understand the underlying business rules that SAP R/3 enforces. These rules can be captured and communicated on a data model, and I have done this for the complex area in SAP called Classifications. There are also tools out there, such as Saphir from Silwood Technology, that allow you to create data models from exported SAP structures." 🗨️

Voor meer informatie over de workshops:

Ivan Schotsmans:

ivan.schotsmans@alpha-intelligence.com

+32 (0)495 55 19 07

Hans Slaghuis:

hans.slaghuis@bigrip.nl

+31 (0)73 692 05 27

'Think global, act local'

United VARs is een initiatief van een aantal Value Added Resellers (VARs) om de beste SAP-partners van verschillende landen bij elkaar te brengen met de bedoeling elkaar internationale ondersteuning te kunnen geven. mYuice, als best presterende SAP MKB Gold-partner in Nederland, behoort tot de leden van het eerste uur.

In 2005 spraken de managers van enkele vooraanstaande Europese SAP-resellers elkaar op een internationale partnermeeting. Ze bleken allemaal voor dezelfde uitdaging te staan: hun wereldwijd opererende klanten de best mogelijke ondersteuning te bieden terwijl ze zelf slechts in één land lokaal kantoor hielden. Dit leidde tot de geboorte van United

VARs, het wereldwijde netwerk van de meest succesvolle SAP-resellers.

Dezelfde taal

Het doel van dit collectief is duidelijk: samenwerking tussen de partners in internationale projecten en uitrolscenario's bij bestaande klanten. Ook gezamenlijke productontwikkeling behoort tot de moge-

lijkheden. De SAP-partners hebben afgesproken elkaar bij te staan en zijn een contractuele verplichting aangegaan waarin bepaalde spelregels en condities – waaronder fixed price – zijn vastgelegd. Gebaseerd op wederzijds vertrouwen bieden ze elkaar toegang tot al hun diensten. "Wij verwachten veel van dit initiatief, want we hoeven nu niet meer in elk land waar onze klanten opereren gevestigd te zijn," aldus Lars Landwehrkamp, directeur van initiatiefnemer All for One in Duitsland. Het idee lijkt op de mondiale allianties van vliegmaatschappijen of advocaten en biedt de klant vrijwel

dezelfde voordelen, namelijk hoogwaardige wereldwijde servicestandaarden die lokaal worden ingevuld: think global, act local. "Dat scheelt een wereld aan reiskosten en tijdzonneproblemen, betoogt Detlef Mehlmann, Voorzitter van United VARs. "Bovendien spreekt de uitvoerende consultant altijd dezelfde taal als de klant en is hij op de hoogte van de lokale wetgeving."

Tijdens CeBIT 2006 in Hannover schreven de eerste zes leden zich in: All for One (Duitsland), BizTech & Ektimo (Korea), Grupo Seidor (Spanje), Implema (Zweden), 2C Change (Denemarken) en mYuice (Nederland). Inmiddels telt United VARs 15 partners uit 31 landen, waaronder de VS, Brazilië, China en Rusland. Maar het netwerk blijft groeien.

Samen sterk

Voorbeelden dat de organisatie vruchten afwerpt, zijn er legio. "Zo werden we onlangs bij een implementatie in Duitsland geassisteerd door een Duitse partner, die ons het gebruik van een template toestond zodat het systeem voldeed aan de wettelijke eisen van de Duitse fiscus," zegt Peter Geelen, Algemeen Directeur van mYuice. "Het was binnen één dag geregeld." Samen sterk, dat is het kernidee. Samen ook met de SAP-organisatie, waarmee United VARs op diverse niveaus actief contact onderhoudt. "United VARs is een uitstekende aanvulling op de internationale SAP-partnerships. Dankzij de samenwerking met lokale partners krijgen internationaal opererende middelgrote bedrijven precies wat ze van SAP en haar resellers mogen verwachten: snelle, trefzekere, makkelijk implementeerbare oplossingen en standaarddiensten in elk land," aldus Detlef Mehlmann. ●

Totale follow-up klantaanvragen

Alpha Square implementeert efficiënte Customer Service-oplossing bij Fluxys

De Belgische aardgasvervoerder Fluxys bekleedt een leiderspositie in de geliberaliseerde Europese gasmarkt, met één van de best geïntegreerde pijpleidingnetten in West-Europa. Die integratie ontbrak echter in het systeem voor onderhoudsplanung; een stuk maatwerk en stand-alone bovendien. Sinds Fluxys draait met SAP Customer Service van Alpha Square, verloopt het totale onderhoudsproces een stuk efficiënter – en weet ook de boekhouder van de hoed en de rand.

Sinds de afsplitsing van het vroegere Distrigas in 2001, opereert Fluxys als private operator van het aardgasnet in België. Daartoe beschikt de onderneming over circa 3730 km aan ondergrondse pijpleiding van en naar Frankrijk, Nederland en Duitsland, een gasterminal in de haven van Zeebrugge en diverse opslagcapaciteiten in heel België.

De dienst Kathodische Bescherming van Fluxys beschermt de gasinstallaties via gebruik van elektrische stroom tegen corrosie, en levert ook onderhoudsdiensten aan externe gasdistributeurs. Om het externe aanvraagtraject te optimaliseren stapte Fluxys, geadviseerd door Alpha Square, over op SAP Customer Service, een flexibele oplossing waarin de totale follow-up van klantaanvragen – offerte, contractbepaling, installatie, inspecties, onderhoud en facturatie – geïntegreerd met SAP ISU (Industry Solution Utility) wordt ondersteund.

'Golden match'

Alpha Square heeft het gehele traject intensief begeleid en de bijbehorende opleidingen verzorgd. Op basis van klant-specificaties werd er eerst een prototype ontwikkeld om de mogelijkheden te demonstreren. Gaandeweg het traject kwam hier de definitieve oplossing uit tevoorschijn, die door Alpha Square zorgvuldig is geïmplementeerd.

Het resultaat? Wouter van Beneden, partner van Alpha Square: "De opvolging van klantaanvragen is aanzienlijk vereenvoudigd en gestroomlijnd. Niet alleen laten de interne en externe onderhoudsplanung een betere afstemming zien, ook heeft Kathodische Bescherming haar serviceprocessen nu gekoppeld met onderdelen als inkoop, logistiek en financiële rapportage. Zelfs activiteiten als subcontracting zijn nu efficiënter te organiseren. De basis is gelegd om in de toekomst ook andere services met SAP Customer Service te ondersteunen."

Alpha Square is met name actief in de nutssector en heeft hier veel knowhow opgebouwd. "We kunnen echt branchespecifieke expertise inbrengen en klantgerichte processen optimaliseren. Samen met specialistische kennis van SAP Customer Service bieden we daarmee een golden match," aldus Van Beneden. ●

Yanta gaat partnership aan met portal RFID4U

Yanta Consultancy, de dienstverlener van het Ctac Powerhouse op het gebied van SAP-logistiek in het MKB-segment, heeft zich als logopartner verbonden aan de portal www.rfid4u.nl. Deze portal informeert professionals en eindgebruikers over de praktische toepassing van RFID binnen de bedrijfsprocessen in het algemeen en de integratie met primaire systemen, zoals ERP en WMS, in het bijzonder.

Opdrachtgevers in het logistieke segment eisen van hun leveranciers steeds vaker het gebruik van RFID als identificatietechniek, voor een snelle en gestroomlijnde keten. Voor bedrijven die in de business willen blijven, is het daarom raadzaam zich op korte termijn te oriënteren op toepassingen van RFID. Dat geldt ook voor het MKB, zeker wanneer het levert aan grote klanten en supermarktgiganten, die veelal fungeren als 'ketenregisseur'. Uit recent onderzoek blijkt dat 20 procent van de bedrijven die RFID gaan toepassen dit doet vanwege het mandaat van de klant. Maar de toepassing van RFID biedt tal van voordelen en

kansen die het overwegen meer dan waard zijn. De portal RFID4U is hiervoor het ideale vertrekpunt.

Radio Frequency Identification

RFID staat voor Radio Frequency Identification en is een technologie om objecten te identificeren door via radiosignalen gegevens uit te wisselen tussen een tag (chip) en een reader. De RFID-reader 'leest' de tag, waarop een computer de gelezen data verwerkt. Geen handwerk, dus geen fouten. RFID is één van die ultramoderne technologieën die de ketenlogistiek een enorme impuls kunnen geven in termen van snelheid, betrouw-

baarheid en kostenbesparing. Niet alleen tussen de vier muren van het magazijn, maar ook bij het transport van goederen. Met de intrede van RFID is de werkvloer echt bereikbaar geworden. Veel magazijn- en transportomgevingen maken er al gebruik van, met aanlokkelijke resultaten: een hogere productiviteit, een minimale retourstroom, meer flexibiliteit en een betere informatievoorziening voor managers, leveranciers en klanten.

Yanta is als SAP-specialist in RFID-oplossingen op de portal aanwezig en geeft uitleg over de inzet van RFID in zowel logistieke ketens als interne bedrijfsprocessen. Ook aanverwante technologieën als barcodescanning en voicepicking komen hier aan de orde. ●

Voor meer informatie: www.rfid4u.nl

Door offshoring in India:

Snelle en kostenefficiënte upgrade bij Ray Technology Group

De Ray Technology Group (RTG) omvat twee werkmaatschappijen, Supertape NL en Raytec, en produceert verpakkingsmateriaal in Nederland, Frankrijk, Duitsland, Groot Brittannië, Polen en Singapore. RTG wilde haar SAP-systeemlandschap upgraden naar mySAP ERP 2004. Om deze klus binnen de gestelde condities van budget, tijd en kwaliteit te klaren, bediende Ctac Application Management & Improvements (Ctac AMI) zich van een nieuwe procesaanpak: offshoring.

Onderdeel van de upgrade naar SAP ERP 2004 was de ontwikkeling van 21 formulieren in SAP Smartform en SAP-script, voorheen ondersteund in StreamServe. Aangezien deze non-SAP-applicatie is uitgefaseerd moesten de formulieren rechtstreeks uit SAP komen, wat ontwikkelaars met hoogwaardige kennis van SAP Smartform en SAP-script vraagt. Tevens waren er ontwikkelaars benodigd om mogelijke (maatwerk)problemen in SAP-functionaliteit op te lossen. En dat alles in de kortst mogelijke tijd, tegen zo laag mogelijke kosten.

Offshoring

Op grond van deze vraagstelling zocht Ctac in het verre buitenland ('offshore') naar een hoogwaardige partij die, in onderaannemerschap, hetzelfde werk tegen een lagere prijs kon leveren. In India vond het de partner die aan deze eisen voldeed. Deze partner verleent IT-diensten in Noord-Amerika, Europa en Japan en heeft wereldwijd ruim 5200 mensen operationeel waaronder 250 SAP-specialisten en 600 ERP-specialisten. RTG ging met deze opdracht akkoord mits Ctac AMI garant zou staan voor de kwaliteit en de tijdsplanning.

Om behalve de efficiency en voortgang ook de deugdelijkheid van het project te borgen, heeft Ctac AMI een ervaren coördinator ingezet uit eigen gelederen die rechtstreeks contact onderhield met het offshore-team en RTG. De projectleider reisde

naar India om gedetailleerde afspraken te maken en het projectteam te voorzien van de benodigde informatie en materialen. De communicatie is verder opgezet via e-mail, telefoon en de Ctac-upgrade-administratietool voor de vastlegging van issues.

Missie geslaagd

De bulk van het werk bestond onder meer uit het één-op-één omzetten van de bestaande formulieren, het werkend maken van maatwerk, rapportages, user-exits en het toepassen van notes. Ter voorbereiding heeft Ctac AMI de lay-outs van de formulieren en de bijhorende StreamServe-logica verzameld. Op grond van layout en verzamelde logica moesten de ontwikkelaars in India de formulieren direct in SAP ontwikkelen. Een lastige opgave die, onder supervisie van Ctac AMI, naar een succesvolle uitkomst werd getild. In slechts 90 dagen zijn de 21 formulieren ontwikkeld. Snel, efficiënt en tegen de lage kosten – zoals gevraagd.

De 'Indian connection' komt niet alleen RTG ten goede. Door strategische samenwerking met offshorepartners kan Ctac AMI ook andere opdrachtgevers sneller en goedkoper van dienst zijn op het gebied van maatwerkontwikkeling, functionele consultancy en inrichting van autorisaties – tegen dezelfde kwaliteit, maar lagere kosten. ●

Ctac AMI opent tweede datacenter

In samenwerking met Easynet heeft Ctac AMI een tweede datacenter in Amsterdam geopend. Dit datacenter stelt Ctac AMI in staat meer faciliteiten te bieden bij haar hosting. Er kunnen meer kritische systemen worden ondergebracht en er kan nog flexibeler en sneller gehandeld worden. Bovendien biedt een tweede datacenter mogelijkheden voor disaster recovery waardoor de veiligheid van de activiteiten optimaal gewaarborgd is.

Ctac beschikt met datacentra in Amsterdam en 's-Hertogenbosch over alle middelen om een betrouwbare werking van SAP-systemen veilig te stellen. "Waar men bij remote beheer nog te maken heeft met eigen huisvesting van servers, staat bij hosting alle benodigde hardware op het Ctac Computercentrum. De gebruikers zijn via datacommunicatieverbindingen met ons verbonden," aldus Henny Hilgerdenaar, Director Ctac AMI. "Samen met Easynet zal Ctac AMI de markt voor SAP hosting verder kunnen bewerken."

"Om te profiteren van globalisering en supply chain visibility stellen bedrijven steeds hogere eisen aan de hosting van hun bedrijfskritische oplossingen. Beschikbaarheid, veiligheid en snelheid zijn voor de eindgebruiker van essentieel belang", aldus Arjen Berendsen, Algemeen Directeur van Easynet B.V. "We zien Ctac AMI dan ook niet alleen als een belangrijke klant, maar vooral als een partner. In nauwe samenspraak hebben we een maatwerkoplossing ontworpen en geïmplementeerd, en hebben we strikte garanties afgegeven over de levering van de hostingdienst. Easynet staat zo borg voor een belangrijk onderdeel van de hosted SAP-oplossingen die Ctac AMI aan haar klanten levert." ●

Ctac GOLD partner van SAP Nederland

Ctac heeft de status "GOLD-partner" van SAP Nederland verkregen. Dit is gebaseerd op het aantal nieuwe klanten/implementaties, uitbreidingen bij bestaande klanten, aantal certificeringen, trackrecord en marketing activiteiten.

Ctac is erg trots dat het hoogste haalbare partnership is verkregen. Er zijn in Nederland momenteel slechts twee partners die deze status hebben. Dit bevestigt de leidende positie van Ctac in de samenwerking met SAP om de MKB-markt te bewerken. ●

SAPience succesvol voor Ctac in België

Ctac heeft 14 september jl. deelgenomen aan SAPience, de Belgische SAP gebruikersdag. Tijdens deze gebruikersdag staan ontwikkelingen en prestaties van SAP-systemen centraal en wordt de focus gelegd op de participatie van de SAP Users Community. Ctac heeft door deelname haar activiteiten in België verder onder de aandacht kunnen brengen en haar contacten binnen de markt kunnen bestendigen.

Patrick Carmans, mede-zaakvoerder Ctac België: "Diverse marktontwikkelingen zoals globalisering, toename van concurrentie en vereiste snelheid van handelen, hebben een directe weerslag op de bedrijfsprocessen van ondernemingen. Deze moeten effectief verlopen om slagvaardig te zijn en efficiënt om de kosten beheersbaar te houden. SAP-systemen, geïmplementeerd vanuit een business perspectief en in samenwerking met een implementatie partner die naast productkennis ook belangrijke marktkennis kan voorleggen, sluiten naadloos aan bij deze vereisten. Uit de contacten tijdens SAPience blijkt wederom de waardering voor onze oplossingen en dienstverlening. Een bevestiging van onze kracht binnen de markt." ●

KlantBelevings-Programma Ctac AMI

"Ctac streeft ernaar oplossingen te leveren met een duurzame toegevoegde waarde en kenmerkt zich hierbij door ondernemerschap te combineren met markt- en productspecialisme."

Dit is het uitgangspunt van Ctac. Dagelijks zijn we er alert op of dit in de praktijk ook zo wordt ervaren. Ctac AMI is al enige tijd bezig met een KlantBelevingsProgramma. Verdere verbeteringen van de dienstverlening worden zodoende gerealiseerd. Binnen de businessunit is een medewerker aangewezen om de opvolging van resultaten uit het programma te garanderen. Ctac AMI hecht grote waarde aan de suggesties uit het programma en werkt structureel aan optimalisering van dienstverlening.

Rob Brosens, directeur van TwoWayContent, het CRM consultancy bureau dat Ctac AMI met dit programma ondersteunt, geeft het belang hiervan aan: "Klantbeleving is de beste basis voor een goede relatie. Uitgevoerde verbeteringen leveren de klantrelatie wederzijds plezier en succes op door de natuurlijke klantgerichte werkwijze van de eigen medewerkers." ●

Wilt u meer informatie over het programma of wilt u úw mening geven dan kunt contact opnemen met ruud.adriaans@ctac.nl

Ctac continueert groei in het derde kwartaal

Ctac heeft in het derde kwartaal van 2006 de sterke groei in de eerste helft van 2006 voortgezet. De omzet in het derde kwartaal bedroeg EUR 9,5 miljoen (2005: EUR 5,6 miljoen), een stijging van 71%. De autonome groei in het derde kwartaal kwam uit op 52%. De nettowinst in het derde kwartaal bedroeg EUR 0,6 miljoen (2005: EUR 0,1 miljoen). De omzet nam tot en met het derde kwartaal 2006 toe met 78% naar EUR 27,5 miljoen. De nettowinst tot en met het derde kwartaal 2006 kwam uit op EUR 1,6 miljoen, wat zich vertaalt in een nettowinst per aandeel van EUR 0,18. ●

CONTACTUEEL

CTAC

GOUDSBLOEMVALLEI 30
5237 MJ 'S-HERTOGENBOSCH
T. +31 (0)73 692 06 92 F. +31 (0)73 692 06 88
E. INFO@CTAC.NL I. WWW.CTAC.NL
SALES SUPPORT T. +31 (0)73 692 07 00

CTAC

NOORDERLAAN 101/3
2030 ANTWERPEN
T. +32 (0)3 542 00 86 F. +32 (0)3 542 00 67
E. INFO@CTAC.BE I. WWW.CTAC.BE

REDACTIE CTAC, SUSAN VAN DE SANDEN

TEKST VINCENT PEETERS

VORMGEVING AMBITIONS CREATIVE COMMUNICATION® 'S-HERTOGENBOSCH