

‘Quick scan’ levert u meteen essentiële informatie op

Hoe gezond is uw bedrijf?

Toen onze zoon geboren was, herinner ik me dat mijn echtgenote op de ziekenhuiskamer lag. Ze was uitgeput, aan het herstellen. Er kwam een verpleegster binnen. Ze nam de bloeddruk. Heel geconcentreerd. En ze was snel weer weg. We konden ons beiden niet ontdoen van de indruk dat ze naast de bloeddruk helemaal niets had opgemerkt. Nada! Nothing! Mocht mijn echtgenote een ernstige ontsteking aan het oplopen zijn, of in een postnatale depressie aan het sukkelen zijn, of zelfs op sterven na dood zijn geweest, maar met een correcte bloeddruk, dan zou die dame het nooit hebben gezien. Zo gefocust was ze.

Dat doet me denken aan de bedrijfsleider die enkel naar zijn omzet en winst kijkt om te zien of zijn bedrijf gezond is. Het bedrijf kan een goede operationele winst hebben en een mooi financieel resultaat, en toch bijzonder ongezond zijn omdat de grote meerderheid van zijn klanten ontevreden is. Of de klanten kunnen wel tevreden zijn, maar intern kan het een puinhoop zijn. Of enkele sleutelmedewerkers die het bedrijf net hebben verlaten? Of misschien is de markt zo aan het veranderen dat er binnen enkele jaren helemaal geen behoefte meer is aan wat u maakt? Denk maar aan asbestproducten, floppy disks of filmrolletjes. Niet gezond allemaal, toch? En daarop snel een goed zicht krijgen? Kan dat wel?

Wij voeren op vraag van bedrijfsleiders regelmatig een ‘doorlichting’ van het bedrijf uit. Het doel daarvan is om de gezondheid in kaart te brengen en om de belangrijkste hefbomen voor betere resultaten te detecteren. Heel dikwijls gebruiken wij hierbij als kapstok onderstaand model. Het kan u misschien ook helpen.



2. Operationeel

- Voor productiebedrijven: als uw bedrijf een eigen productieafdeling heeft, kunt u natuurlijk nagaan of de productieruimte proper ligt en hoe het gesteld is met het percentage afval. Het is ook meestal heel interessant even uw voorraad te delen door de omzet of de brutomarge en die te vergelijken door de jaren heen en met de concurrentie. Het geeft u een belangrijke indicatie van uw efficiëntie.
- 'Productiviteit': u kunt in de boekhouding ook nagaan of uw 'Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen' (uit de resultatenrekening) in procent stijgen ten opzichte van de omzet of de brutomarge door de jaren heen. U kunt dit ook weer vergelijken met de concurrentie. Voor uw eigen bedrijf kunt u mooi de interimkosten meerekenen.

Zoals gezegd gaat het over een 'quick scan'.

3. Marketing

- 'Media Check': even de website en de brochures en folders bekijken. Staat er heel duidelijk in waarom klanten in godsnaam bij dit bedrijf iets zouden moeten kopen? Wordt telkens dezelfde boodschap herhaald? Zou nee en ja, dan is er meestal veel werk aan de winkel.
- 'Cost of Sales/Omzet': als het uw eigen bedrijf is, kunt u natuurlijk de 'Cost of Sales' (marketingkost en personeelskost sales) vergelijken door de jaren heen in functie van bijvoorbeeld de omzet.

4. Strategie, missie, waarden

Ieder bedrijf heeft een strategie. De vraag is of het een goede is, en of ze duidelijk is voor de medewerkers én de klanten. Is dit bedrijf duidelijk een 'kostenleider' (de goedkoopste)? Of geeft het zijn klanten het meest innovatieve product? Of biedt het een heel duidelijk en belangrijk voordeel voor een bepaalde groep klanten? U ziet het snel op de site. En als u aan vijf werknemers vraagt waarin het bedrijf uniek is, en u vijf verschillende antwoorden krijgt, dan weet u dat dit bedrijf strategisch niet sterk staat.

5. Omgeving

Het zou niet het eerste bedrijf zijn dat in zijn bestaan bedreigd wordt omdat de buurt vindt dat er te veel geurhinder is, of omdat een pressiegroep het imago besmeurt, of omdat de wetgeving verandert. Of misschien zijn er zware controles op til die een hypotheek op de toekomst leggen? Of heersen er familieruzies binnen de Raad van Bestuur? Al deze omgevingsfactoren kunnen een belangrijk effect op de gezondheid hebben. Er bestaan verschillende 'frameworks' voor om dit te analyseren, maar in een 'quick scan' geraakt u dikwijls al heel ver met wat gezond verstand.

Meer informatie over dit onderwerp vindt u op
www.4BetterResults.be/Doorlichting.php.

Kurt Vandewalle
4BetterResults.be helpt KMO's
hun resultaten te verbeteren.
www.4BetterResults.be

