

DUURZAAM BEST VALUE BIJ CANON & METRICS

Wout Groeneveld
Haiko Brinkers



AGENDA

VOORSTELLEN

CANON

BIDCENTER

CANON
& BEST VALUE

METRICS

EVEN VOORSTELLEN.....

Wout	Haiko
Manager Bidcenter	Manager Bid Excellence/Project Manager
A+ Certificering sinds 2014	A+ Certificering sinds 2015
16 Best Value Sales trajecten, 4 als Bid Manager Hitrate: 80% Gemiddelde score kwaliteit 7,38	16 Best Value Sales trajecten, 9 als Project Manager. Hitrate: 83% Gemiddelde score kwaliteit: 7,81
2 Best Value inkooptrajecten	3 Best Value inkooptrajecten
3 maal sleutelfunctionaris, gemiddelde score 8,0 Gem. score getrainde sleutelfunctionarissen 7,9	6 maal sleutelfunctionaris, gemiddelde score 8,2 Gem. score getrainde sleutelfunctionarissen 7,9 Gem. klantbeoordeling uitvoering project: 8,9
>200 mensen getraind en > 35 externe presentaties gegeven. Beoordeling interne training 8,1/9,3 externe training 9,1	>200 mensen getraind, gemiddelde beoordeling 8,1/9,3 en >20 externe presentaties gegeven
Lid van Best Value Board Nederland	Lid van Best Value Europe

CANON INC.

Een wereldwijde leverancier van digitale imaging technologieën voor consumenten, bedrijven en industrie.

Meer dan 190.000 medewerkers wereldwijd.

Onze activiteiten omvatten een breed scala aan bedrijfstakken:

- Commercial Printing
- Office Imaging
- Netwerkcamera's
- Professional Imaging
- Consumer Imaging
- Medical Systems
- Industrial Products

Netto-omzet in 2016
\$ 29,3 miljard / € 25,3 miljard*

Canon in Europa, het Midden-Oosten en Afrika

Opgericht in **1957** als de **EMEA-regio** van **Canon Inc.**

Canon Europe, met haar hoofdkantoor in Londen, heeft **19.000 personen** in dienst in geheel EMEA en is actief in zo'n **120 landen** in de regio.

Canon Europe draagt jaarlijks voor een derde bij aan Canon's wereldwijde omzet.

Netto-omzet in Europa in 2016:
\$ 7,9 miljard / € 6,8 miljard*

Canon

We investeren in nieuwe business

Bij acquisities richten we ons op bedrijven die ons **versterken** en **aanvullen**. Recente voorbeelden zijn:



Specialist in document- en business process outsourcing



Producent van open platform video management software



Wereldwijde leverancier van diagnostische medische imaging systemen



Leverancier van maatwerkoplossingen voor technische documentatie



Specialist in security en video surveillance



Photo-sharing app voor families



Leverancier van document management solutions



Leverancier van information management solutions



Specialist in medische oplossingen



Leverancier van systemen en diensten voor document management



ERKEND DOOR ANDEREN

Interbrand

Best Global Brands 2015
Wereldwijde positie: 42^e



2017 Global RepTrak 100 –
The Most Reputable
Companies: 4^e plaats



92% van onze klanten
zou ons aanraden bij
anderen*

FINANCIAL TIMES

World's Largest Companies 2015
Sector Technology, Hardware
and Equipment: 9^e plaats

FORTUNE

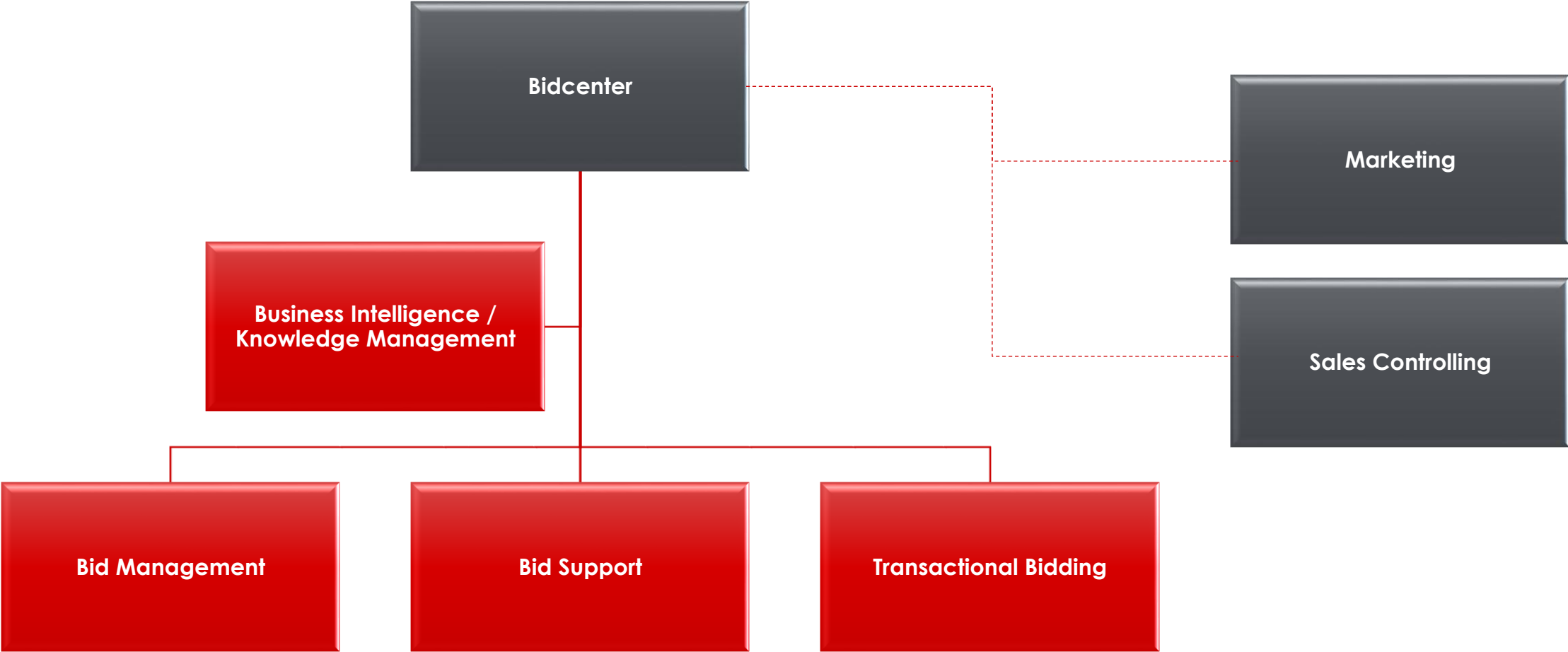
World's Most Admired
Companies Top 100
2016 – 'Computers':
8^e plaats

Reader's digest

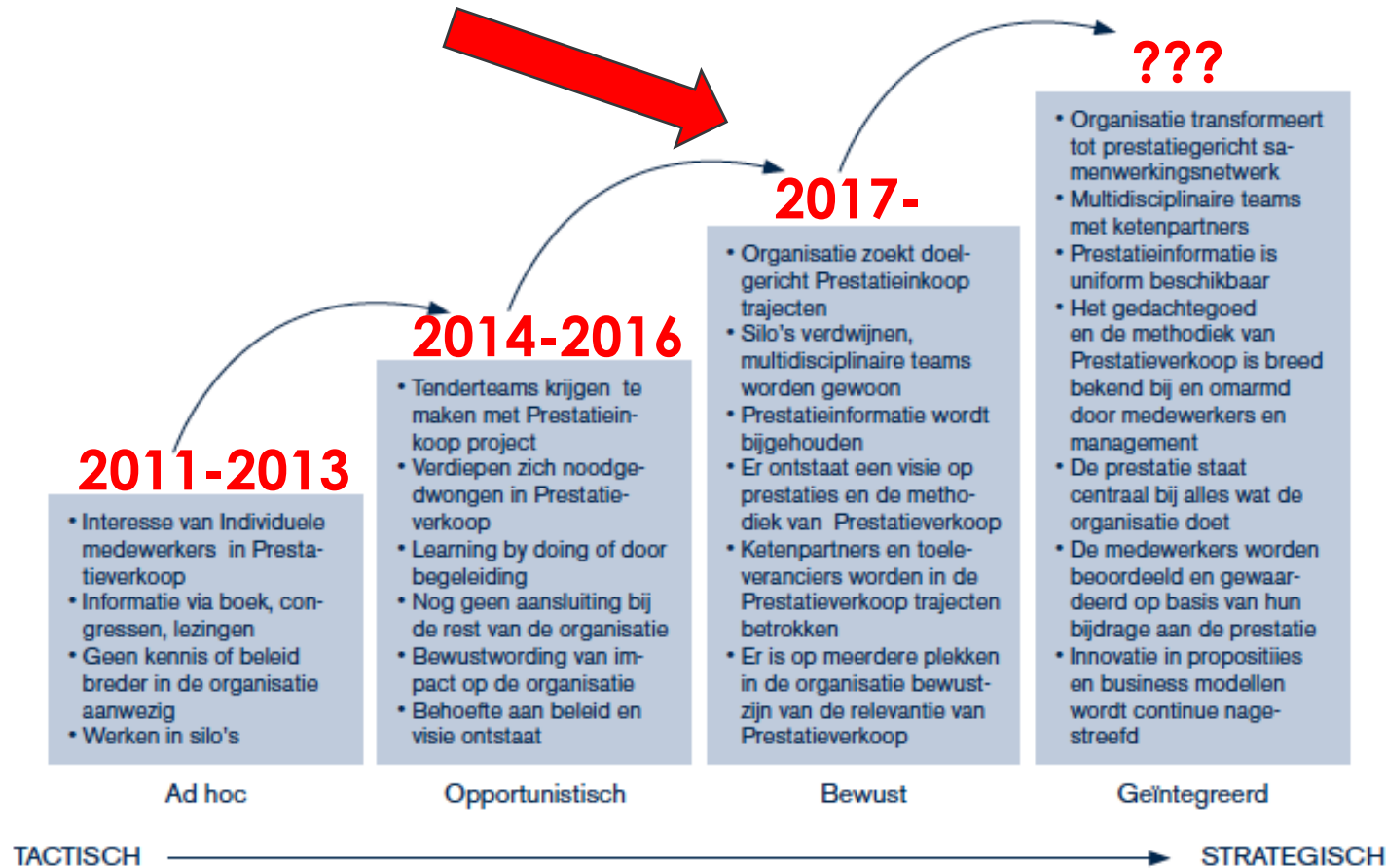
Reader's Digest Trusted
Brands 2015
Most trusted camera
brand in Europe
(15 jaar op rij)

The Canon logo, consisting of the word "Canon" in its signature font.

CANON BIDCENTER



CANON & BEST VALUE



Afbeelding 1 Best Value groeimodel (uit: Verheul, Rydell en Santema, 2013)

DE INKOOP KANT



- In 2015 eerste Best Value inkooptraject Catering
- Vervolg Catering 2016 bij Océ
- Inmiddels 7 inkoop collega's gecertificeerd
- Next steps: hoofdkantoor & inktfabriek

DUURZAAM BEST VALUE

- Stempel Best Value verdwijnt
- Logica onderdeel van dagelijkse business
- Bidcenter acteert silo overstijgend
- Integratie van de “concretiseringsfase” in traditionele trajecten

- Metrics → meten = weten → Business Intelligence



CANON & METRICS

Canon

CANON & METRICS

- Noodzaak van metrics ontstond door Best Value
- Toegevoegde waarde gaat veel verder dan Best Value
- Onderzoek in 2016 naar metrics binnen de organisatie

WAT ZIJN METRICS?

Simpel gezegd: *“a verifiable measure that communicates performance information in simple, non-technical, and dominant terms.”*

De volgende eigenschappen van een metric zijn belangrijk:

1. Doelgericht
2. Betekenisvol
3. Simpel
4. Meetbaar
5. Kosten efficiënt



WAAROM ZIJN METRICS NODIG?

- “YOU CAN’T MANAGE WHAT YOU DON’T MEASURE” -

7 van de 10 IT projecten falen (Kerzner, 2011).

Dit kost de maatschappij 1 tot 5 miljard euro (Commissie Elias, 2015).

- Metrics maken informatie voor iedereen begrijpelijk
- Metrics verminderen de noodzaak van controle en transactie kosten
- Metrics creëren transparantie in performance
- Metrics zorgen voor een “strategic fit”
- Metrics verbeteren het delen van informatie

WELKE METRICS ZIJN BELANGRIJK?

- Metrics moeten doelgericht zijn
- Goal-Question-Metric model
- Outside-in benadering

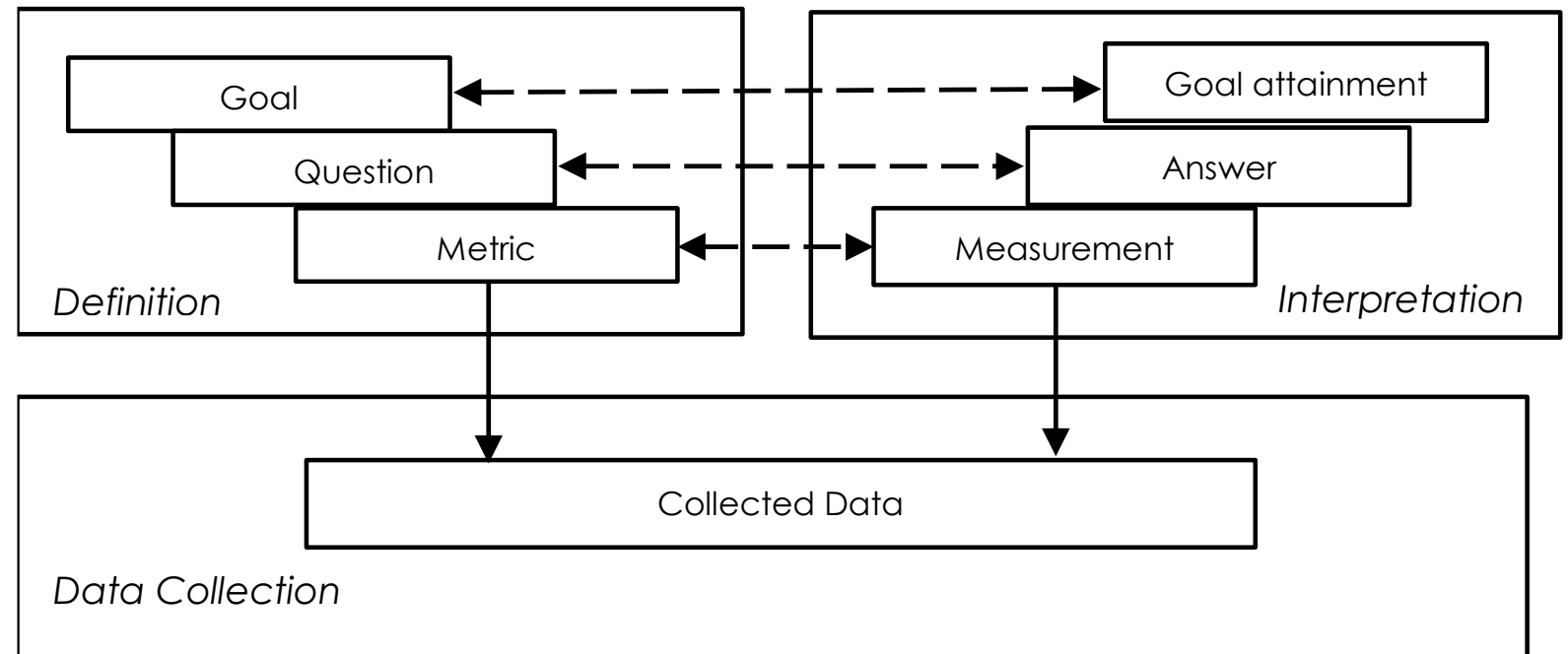
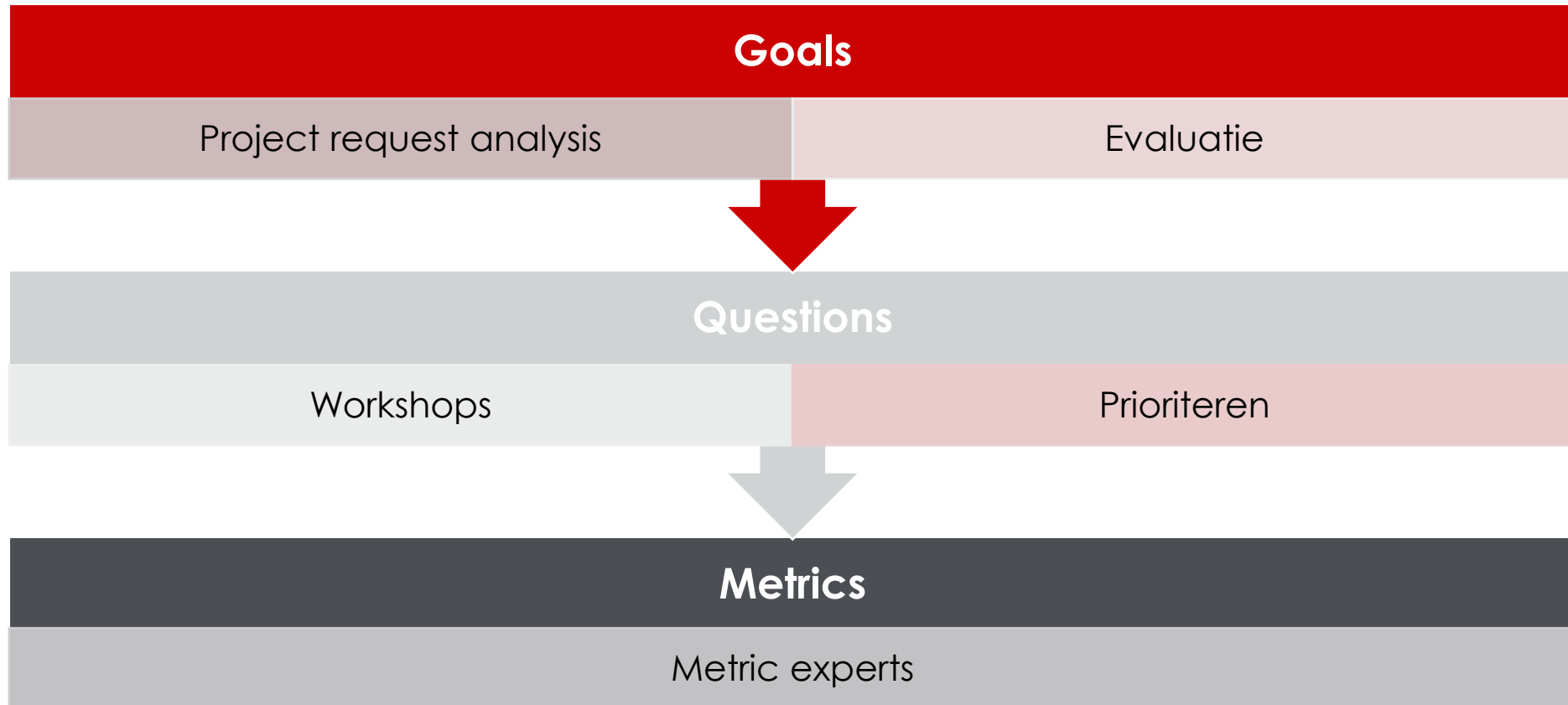


Figure 1. Goal-Question-Metric model

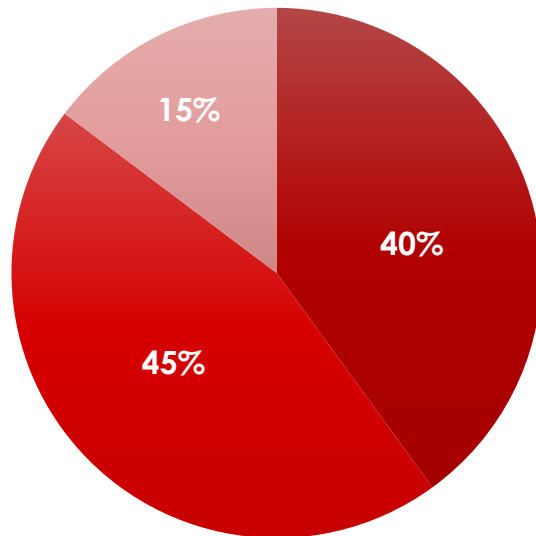
ONDERZOEKSOPZET



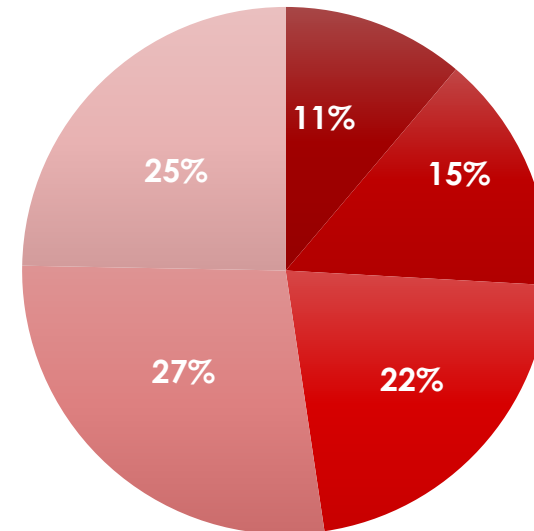
RESULTATEN: (2) VRAGEN

- Bidcenter: 90 vragen
- Sales & Marketing: 108 vragen
- 14,7% overlap (veel overlap *flexibiliteit*, weinig *kwaliteit*)

Geïdentificeerde vragen



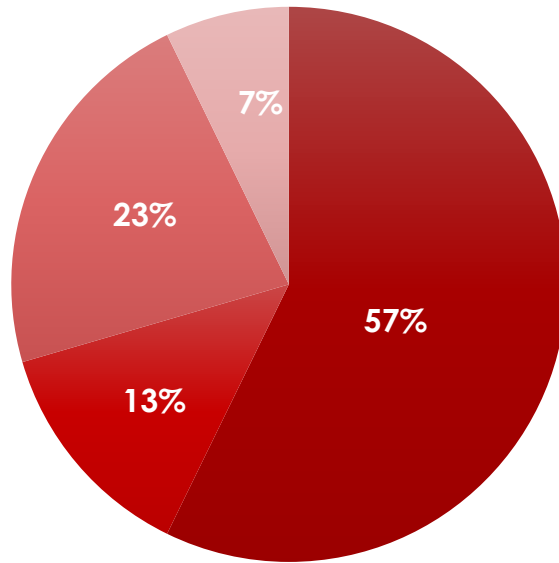
Prioriteiten van vragen



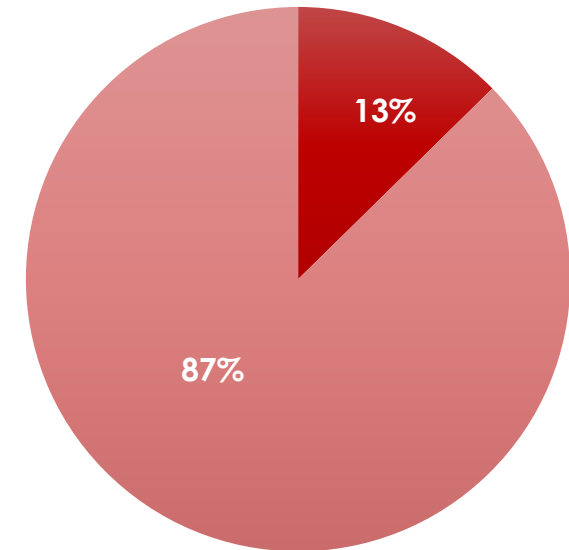
RESULTATEN: (3) METRICS

- 90.1% van alle vragen konden gelinkt worden aan een metric
- Totaal van 332 metrics geïdentificeerd
- Meer dan de helft beschikbaar, maar weinig toegankelijk

Beschikbaarheid



Toegankelijkheid



Canon ■ Beschikbaar ■ Deels beschikbaar ■ Onbeschikbaar ■ Onbekend

■ Toegankelijk ■ Tussenpersoon

NEXT STEPS...

- Niet meer ad hoc maar structureel
- Silo overstijgend, continue prestatie metingen
- Bidcenter vervult centrale rol in bijeenbrengen data vanuit verschillende silo's
- Van data naar intelligence

Data

- What happened?

Informatie

- Why did it happen?

Kennis

- What is happening?

Intelligence

- What is likely to happen?

BUSINESS INTELLIGENCE

- Opbouw van metrics → Business Intelligence
- Onderbouwing en prestatieinformatie...
 - Competitief voordeel creëren middels prestatieinformatie/onderbouwing (SMART....)
 - Inzicht creëren in waar zijn we goed in...en waar minder...?
- Voorspelbaarheid en strategiebepaling...
 - Verhogen voorspelbaarheid winkans
 - Ondersteuning kwalificatie, op feiten ipv “onderbuikgevoel”
 - Bijdragen aan strategiebepaling: Op welke business focussen?

An aerial photograph of a wide, multi-lane city street during sunset. The sky is a vibrant orange and yellow, with the sun low on the horizon. Buildings line both sides of the street, and traffic is visible in the distance. The word "VRAGEN?" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters in the center of the image. The overall atmosphere is warm and urban.

VRAGEN?