



R82 i Gedved ved Horsens er én af verdens førende leverandører af hjælpemidler til handicappede børn. Foto: PR



»Mange virksomheder glemmer at tænke over, hvornår et produkt skal af markedet,« mener Lars Frello, projektleder ved Center for Simplimize.

Foto: Teknologisk Institut

HVAD ER SIMPLIMIZE

En fremgangsmåde designet til at forenkle og optimere virksomhedens produktprogram, reducere omkostningerne i alle led og styrke evnen til at udvikle nye markedsrelevante og konkurrencedygtige produkter. Målet er at optimere forretningen til vækst og højere indtjening. Begrebet er en sammentrækning af de engelske ord "simplify" og "optimize".

DTU, konsulentfirmaet Valcon, Industrisamarbejdet og Industriens Fond begyndte udviklingen af Simplimize i 2012 for at samle eksisterende viden om optimering i konkrete værktøjer. Simplimize Academy på Teknologisk Institut underviser virksomheder og konsulenter i metoden.

Er din virksomhed for kompleks?

Fjern en tredjedel af varenumrene og drop specialvarer til standardpris. Så er din virksomhed godt på vej til øget effektivitet og profit, siger simplimize-eksperter samt virksomhed, der har prøvet modellen.

THOMAS BECH HANSEN | temasektion@jp.dk

Hvorfor tilbyde valget mellem bananer, pærer og bær, når kunden bliver lige så glad for en smoothie? Vil du optimere, skal du simplificere – det er budskabet bag forenklingværktøjet Simplimize. Målet er at skabe vækst og højere indtjening ved at forenkle virksomhedens produktudvalg og reducere omkostningerne i alle led.

»Mange virksomheder ender med at ville for meget og bruger tid på specialiserede produkter, som de sælger til standardpriser. Det betaler sig at give kunderne færre valgmuligheder og genbruge flere komponenter i stedet for at bygge hvert eneste produkt op fra bunden. Resultatet bliver bedre service, hurtigere produktionstid, færre varenumre og dermed bedre dækningsbidrag,« siger projektleder ved Center for Simplimize på Teknologisk Institut, Lars Frello.

Glemmer at fjerne produkter

Simplimize består af tre hovedkategorier som afsæt for en dybere analyse af virksomheden: Marked, produktprogram og produktion. Det gælder bl.a. om at have kontrol med sortimentet.

»Bestyrelsen skal kræve, at virksomheden har en ansvarlig for varenumre. Det er alfa og omega. Kommer der nye produkter, skal virksomheden have overblikket til at kunne tage gamle ud, som ikke bidrager længere. Mange virksomheder

glemmer at tænke over, hvornår et produkt skal af markedet. Og vil man endelig fastholde et produkt, er det klogt med mulighed for løbende forbedringer såsom udskiftelige moduler eller softwareopdateringer,« siger Lars Frello.

Alt var meget komplekst

R82 sælger hjælpemidler til børn og unge med fysisk handicap i hele verden og er én af virksomhederne, der har prøvet Simplimize. Varesortimentet var ved at komme ud af kontrol med mange tilpasningsmuligheder i form af forskellige mekaniske komponenter og designprincipper.

»Vi udvidede konstant med nye produkter uden at få has på gamle produkter og uden at genbruge eksisterende komponenter. Vi tænkte nok, at hver gang vi opdagede nye kundebehov, så skulle vi også imødekomme det ved at udvikle noget helt nyt. Der var mange varer på lageret, og oplæring af medarbejdere tog lang tid. Alt var meget komplekst,« fortæller fabrikschef hos R82, Ernst Kildegaard, om erkendelsen, som førte til, at Horsens-virksomheden opsøgte Teknologisk Institut for at tage hul på oprydningen.

Arbejdet fortsatte med hjælp fra en certificeret Simplimize-konsulent, og efter en afklarende fase, hvor virksomheden gennemgik sine produktdata, var konklusionen klar: 200 af i alt 500



Ernst Kildegaard Foto: PR

Det bliver et mareridt om ti år, hvis vi ikke forenkler. Men vi får succes om ti år, hvis vi gør.

Ernst Kildegaard, fabrikschef hos R82

varenumre var reel dødvægt. »Det stod hurtigt klart, hvor tæt på hinanden vores produkter var funktionsmæssigt og æstetisk, men med vidt forskellig bagvedliggende teknologi. Vi kunne dermed afvise tilbehør, der ikke tilførte nævneværdig værdi til kunderne. F.eks. fjernede vi et betræk til hovedstøtter på kørestole, som ikke gjorde andet end de andre betræk. I sådan et tilfælde vælger kunderne tilfældigt, og så kan vi lige så godt indsnævre valgmulighederne,« forklarer Ernst Kildegaard om processen, der foreløbig har varet et år.

Gamle vaner dør langsomt

R82 planlægger at skalere sortimentet med yderligere 20-30 pct., og omsætter for omtrent det samme som før oprydningen. Næste gang, virksomheden ser potentialet i en ny produktlancering, skal udviklingen ske med moduler fra eksisterende produkter. Men gamle vaner dør langsomt.

»Der er rigtig meget kultur i det her. Vi har italesat behovet for forenkling, men det er ikke lært på et år,« siger Ernst Kildegaard.

En pointe hjælper dog ham og resten af de 140 medarbejdere på vej. Han gentager den gerne flere gange:

»Det bliver et mareridt om ti år, hvis vi ikke forenkler. Men vi får succes om ti år, hvis vi gør.«