

Lessons learned : Present and Post-covid19

Onze economie is duidelijk geïmpacteerd op alle mogelijke niveau's door de huidige situatie naar aanleiding van Covid19.

De huidige situatie zorgt er voor dat we allen eens dieper nadenken. Het zet aan om na te denken over onze bestaande business en hoe deze om te tunen, wat essentieel is voor onze business, en helpt ons om inzichten te verwerven en potentiële risico's beter in te schatten en de nodige acties te nemen. Het doet ons tevens 'out-of-the-box' denken en nieuwe paden in te slaan. Hoe erg de huidige situatie ook is, het zal ons versterken. Dergelijke crisissen zetten ons ertoe aan om onszelf opnieuw uit te vinden.

Wat op heden wereldwijd gebeurt is erg. Hoe een eenvoudig virus maatschappijen, overheden, economiën en bevolking globaal kunnen impacteren. Het doet ons even stilstaan bij wat er nog allemaal kan. De 'science fiction' verhalen die we vroeger afdeden als mogelijks irrealistisch beginnen nu toch werkelijkheid te kunnen worden. Laat ons hierover niet alleen nadenken en bezinnen maar eveneens een strategie/plan uitwerken om toekomstige situaties op te vangen. Het zal vermoedelijk immers niet alleen bij Covid-19 in 2020 blijven. We worden ons op die manier toch heel sterk bewust van de impact van dergelijke rampen op onszelf, onze bedrijven en onze maatschappijen.

Hieronder willen we reeds een aantal eerste elementen aangeven die in een mogelijke strategie, denktank of overweging kunnen worden opgenomen.

1. Nieuwe werk-omgeving

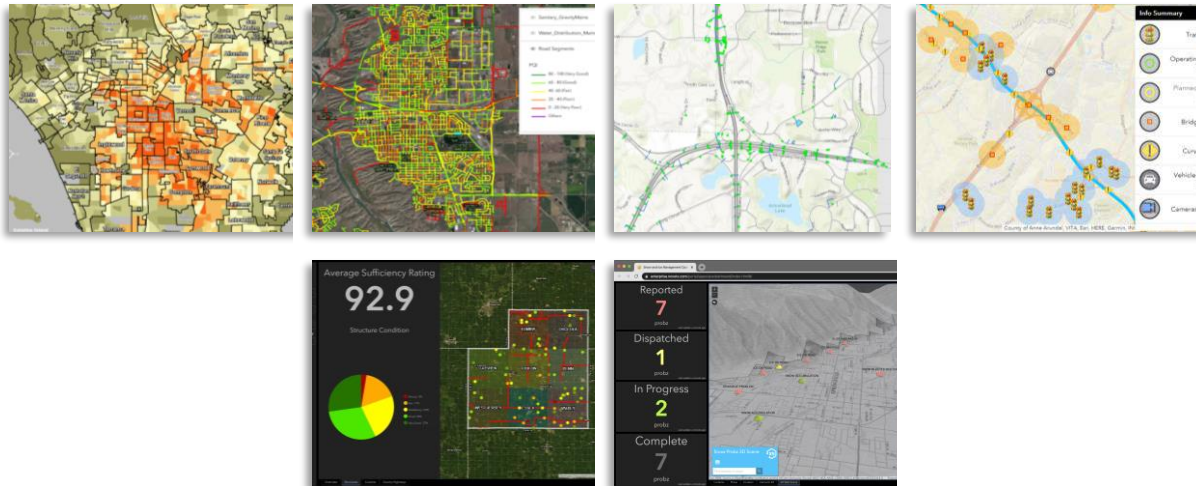
Het is duidelijk dat de nieuwe werk-omgevingen dienen herdacht te worden.

1.1. Teleworking

Teleworking wordt een nieuwe standaard en voor een aantal bedrijven zullen er heel nuttige lessen uit de huidige situatie kunnen worden getrokken: hoe medewerkers te motiveren, hoe het 'sociale' gevoel te blijven nastreven, hoe de teams aan te sturen, hoe toch fysieke meetings te faciliteren, dient alles nog op 1 centrale plaats te gebeuren of gaan we meer naar on-demand werk-locaties, ...

Een aantal pistes die je hier in je analyse zou kunnen opnemen zijn bijvoorbeeld :

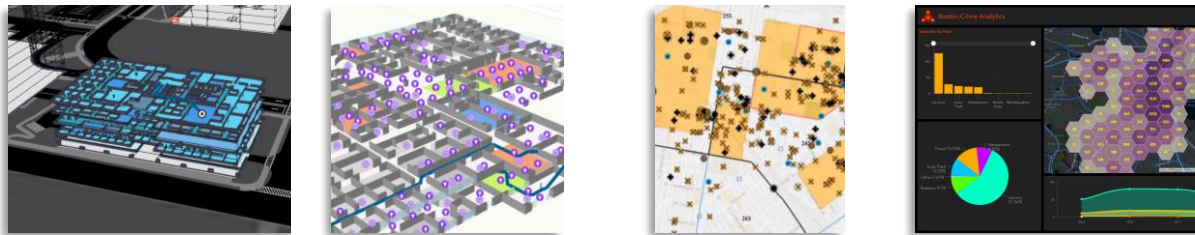
- Waar bevinden zich mijn medewerkers ? Waar wonen mijn medewerkers?
- Wat is de impact van de kantoor/bedrijven locaties en zijn deze ideaal gelegen?
- Wat zijn mogelijke Team-Hubs en waar best te plaatsen?
- Hoeveel tijd wordt er 'verloren' met verplaatsingen ? Wat zijn de rijtijden naar mijn locaties?
- ...



1.2. Veilige werkomgeving

Veiligheid wordt eveneens een nog belangrijker standaard. Zowel het toepassen van social distancing en hygiëne maatregelen, het beschikbaar stellen van veiligheidsmateriaal, ... zullen zowel door de bedrijven als regel dienen toegepast te worden, maar zullen ook door de werknemers gevraagd worden. Een aantal vragen die je je kunt stellen :

- Wat is de capaciteit (bezetting) voor de verschillende locaties?
- Wat is de planning van de burelen zodat een te grote dichtheid wordt vermeden?
- Wat is de minimum stock van veiligheidsmateriaal die in elke vestiging dient aanwezig te zijn ? Hoe kan ik deze dagelijks monitoren en pro-actief bestellen?
- Bij optreden van een infectie: wie was op het bureel aanwezig in de risico-periode?
- Welke vestigingen heeft deze persoon bezocht?



1.3. Overheidsrapportering

Een aantal onder ons dienen aan de inspecterende instanties te kunnen aantonen dat de nodige maatregelen zijn getroffen en eveneens aan te geven dat men als bedrijf/sector ook klaar is om volgens nieuwe regels te kunnen openen. Het is dus belangrijk dat men hier beschikt over de nodige gegevens, tools en inzichten om duidelijk te laten zien dat men zich optimaal heeft voorbereid. Hier is ook een belangrijke rol weggelegd voor onze preventie-adviseurs die nu ook een rapport kunnen/moeten opstellen over hoe het bedrijf 'Covid19' proof kan gemaakt worden.

- Is er een degelijk overzicht van de nodige maatregelen (hygiëne, oppervlakte/medewerker, locaties, veiligheidsmateriaal, rampenplan, ...)?

- Monitort men wel degelijk de toepassing van de maatregelen? Heeft men dashboards die deze evaluatie mogelijk maken ?



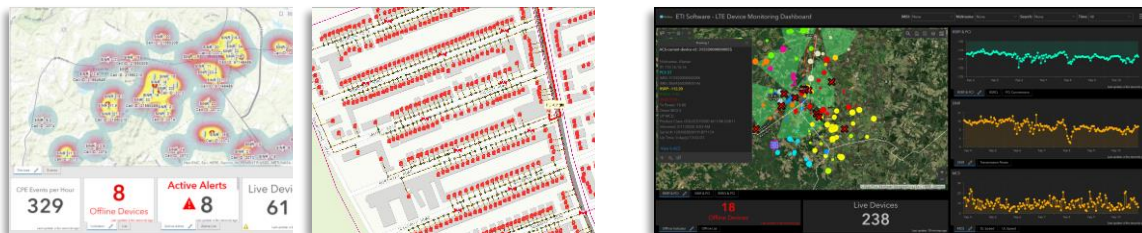
2. Klanten

Gezien elke business begint met klanten is het uiterst belangrijk in deze tijden om een betrouwbaar inzicht te kunnen krijgen in zijn klanten, bestelgedrag, producten, depots, ... Dit laat niet enkel toe om de nodige bijstellingen te kunnen doen, maar tevens ook op een meer strategisch niveau na te denken over alternatieven, upselling, optimalisatie, ...

Het begint met een degelijk inzicht te bekomen van de klanten, producten en bestellingen. Door deze overzichtelijk te stellen, inzichten te verwerven, clustering toe te passen, ... zullen er ook nieuwe visies naar voor komen en pistes die mogelijks kunnen leiden tot nieuwe business.

Tevens laat dit inzicht ook toe om de impact van een crisis beter te kunnen inschatten en hier snel en resoluut op te reageren.

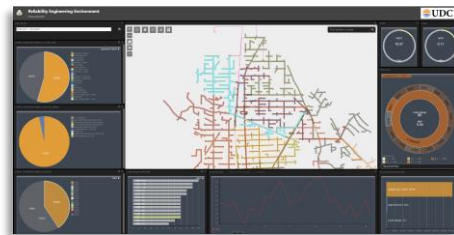
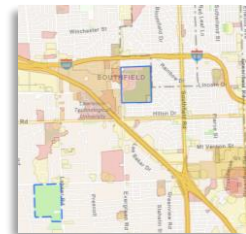
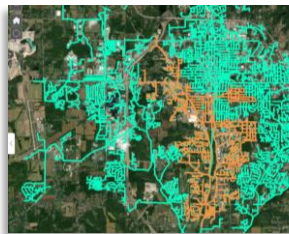
- Welke klanten worden geïmpacteerd door een verminderde bereikbaarheid?
- Welke klanten zijn in welke sectoren en wat is de impact op het bestelgedrag?
- Welk potentieel van nieuwe klanten zijn er in de nabijheid van de bestaande klanten?
- Kunnen klanten ook onderling met elkaar samenwerken (centraal depot, uitwisseling, ...)?
- Welk (financieel) risico wordt in welke sectoren, zones, klanten gelopen?



3. Logistieke keten

We zien reeds op heden een shift naar het bestelgedrag van klanten. Meer en meer wordt er vanop afstand besteld. Zodoende wordt het klassieke gedrag van de levering vanuit het bedrijf naar de distributeur en dan naar de eindklant gewijzigd. Dit betekent dat de logistieke keten van een bedrijf tevens ook wordt geïmpacteerd. Het is hierbij opnieuw belangrijk om een betrouwbaar inzicht te verwerven in zowel de huidige situatie als de mogelijke impact van dergelijke wijzigingen in het model.

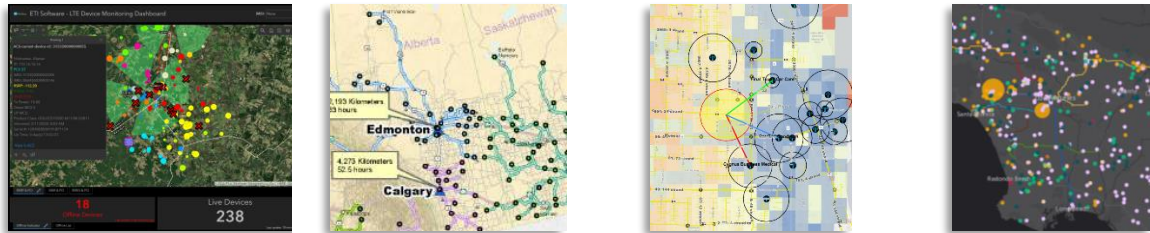
- Waar bevinden zich mijn klanten (en wat wijzigt er in dit gedrag) en welke logistieke keten is reeds aanwezig ?
- Waar zijn mijn depots aanwezig? Waar zijn mogelijke partners voor depots ? Dienen er nieuwe depots te worden opgezet ?
- Wat is de impact op mijn SLA's met klanten? Kan ik binnen de afgesproken tijd mijn klanten beleveren ?
- ...



4. Leveranciers

Het risico bestaat dat wanneer een leverancier in gebreke blijft, de gehele productieketen dan in het gedrang kan komen. Bijgevolg is een degelijke risico-analyse in dit geval ook sterk aan te raden. Dit slaat zowel op de risico's van de locatie van de leverancier (bv. transport problemen, afsluiten van routes, containment in het land zelf, rampen, ...) als op de capaciteit van deze leverancier. En als je kijkt voor alternatieven analyseer je best welke de risico-parameters zijn om te vermijden dat je bij alle leveranciers dezelfde problemen krijgt; is de spreuk immers niet dat je best je eieren niet in dezelfde mand legt ...

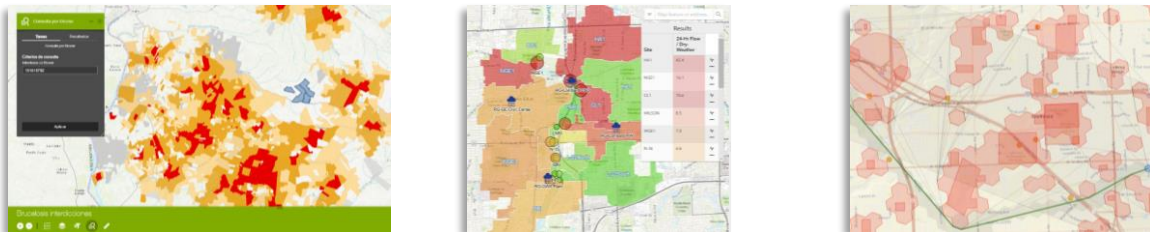
- Welke producten bestel ik bij welke leveranciers ? Welke zijn mijn alternatieven?
- Waar zijn mijn leveranciers gevestigd? Wat zijn mogelijke risico's ?
- Wat zijn de SLA (Service Level Agreements) met mijn leveranciers en waardoor kunnen deze worden geïmpacteerd?



5. Risk awareness

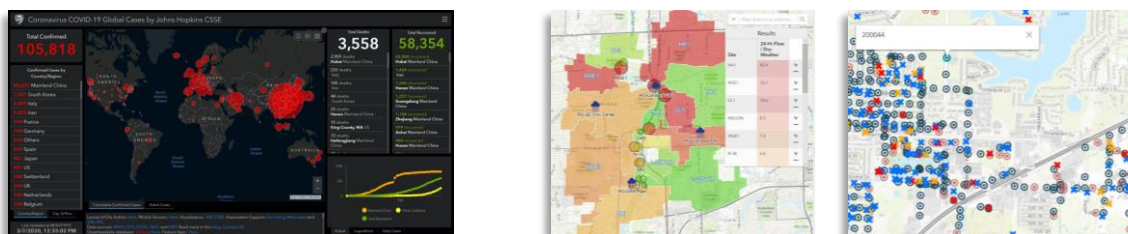
Covid19 leert ons dat onze businesses door diverse elementen kunnen worden geïmpacteerd. En het zal niet de enige keer zijn dat er een groot risico ontstaat waar we snel en efficiënt beslissingen moeten nemen. Hier opnieuw is een betrouwbaar inzicht in deze impact en risico's belangrijk. Deze risico's kunnen heel divers van aard zijn : natuurrampen, logistieke problemen, verkeersproblemen, wijzigingen in mobiliteit, ...

- Welke zijn de mogelijke risico's die in de productie en leveringsketen kunnen optreden ?
- Wat is de impact van een situatie (inclusief regionaal gebonden situaties)?
- Wat is de kans dat deze impact zich voordoet ?



6. Maatschappelijke impact

Als bedrijf zijn er zowel de klanten, de consumenten, de leverancier, de medewerkers, hun familie, ... die geïmpacteerd kunnen worden door beslissingen van het bedrijf. Het in beeld brengen van de invloedssfeer van het bedrijf draagt dan ook bij tot het degelijk kunnen evalueren en inschatten van de impact van beslissingen.



7. Stakeholder communicatie

Veel problemen kunnen worden voorkomen of gereduceerd door een degelijke (pro-actieve) communicatie. Dit kan zowel gaan over het visueel voorstellen van deze data (en deze te situeren en duidelijk te omschrijven) als over het bekomen van feedback vanuit verschillende hoeken die kunnen leiden tot verbetering van processen, beslissingstrajecten, creatie van draagvlak, ...

- Kan de perceptie worden veranderd door het publiceren en communiceren van beslissingen en hun impact ?
- Kan het vertrouwen in het bedrijf worden verhoogd door te communiceren over maatregelen, risico-analyses, geplande acties ?



De huidige situatie met Covid19 heeft ons nieuwe inzichten geleverd over hoe we slimmer kunnen omgaan met dergelijke situaties. Het zal ons tevens toelaten om onszelf te versterken en te verbeteren voor een duurzamer toekomst.

Vragen of opmerkingen

Esri BeLux kan u helpen om oplossingen uit te werken voor bovenstaande aandachtspunten.

Mocht u vragen hebben hierover of opmerkingen contacteer ons via volgende contactgegevens:

Esri BeLux NV
Nerviërslaan 54
1780 Wemmel

T: 02 460 74 80

E: info@esribelux.com

W: <https://esribelux.com>