

Cijfers uit het verleden zijn lessen voor de toekomst

31-08-2016 00:04



“Benchmarken is een term vanuit de landmetingen. Ze sloegen spijkers in de grond die het referentiepunt vormden. Dat doen wij met cijfers. Wij verzamelen cijfers van bedrijven binnen een branche en verwerken die zo dat ze onderling vergelijkbaar zijn. Denk bijvoorbeeld aan omzet ontwikkeling, loonkosten, netto resultaat en kosten. Dit zijn indicatoren voor zaken als rentabiliteit en liquiditeit. We berekenen het gemiddelde en zetten daar individuele winkels tegen af. Op die manier zien we waar verbetering mogelijk is. Als die eendimensionale bedrijfsvergelijking er is, ga je met een benchmark de diepte in. Die is meerdimensionaal en er worden meerdere aspecten meegenomen. Stel: jouw gemiddelde omzetaandeel op verf is 18%, terwijl een andere ondernemer 26% aandeel heeft. Wij onderzoeken hoe dat kan. Heeft die ondernemer verf op een bepaalde plek in de winkel staan, stuurt hij zijn personeel anders aan of adverteert hij bovengemiddeld veel met verf? Door te achterhalen wat drijvers van succes zijn, kunnen andere ondernemers daar hun voordeel mee doen. Zij kunnen die drijvers toepassen in hun winkel om zo het omzetaandeel te verhogen.”

Bedrijfsvoering verbeteren

Schaap vertelt verder: “Een benchmark kun je uitvoeren op de operationele variabelen, zoals omzet, marge en loonkosten. Ons advies is om dat per periode te doen. Hoe vaker je cijfers onder ogen krijgt, hoe beter je er zicht op houdt en kunt bijsturen. Zeker bij bouwmarkten die te maken hebben met seizoenproducten is dat belangrijk. Voor overige kosten, zoals verzekeringen, onderhoudskosten en algemene kosten is een keer per jaar voldoende. Een benchmark laten uitvoeren, kost geld. Maar zo’n onderzoek verdient zich zeker terug. Het

is een hulpmiddel om te kijken waar verbeterpotentieel zit in de exploitatie. Een benchmark geeft je handvatten om je bedrijfsvoering daadwerkelijk te verbeteren. De verzekeringspost van een van onze klanten bleek bijvoorbeeld het dubbele te zijn van wat collega's betaalden. Door simpelweg een vergelijkende offerte op te vragen, bespaarde hij veel geld."

Praktische adviezen

"Streven naar het beste resultaat is de missie van onze adviseurs. Zij vergelijken de cijfers, kijken welke verbeterpunten er zijn en geven praktische adviezen. Voorraadbeheer is zo'n voorbeeld", legt Schaap uit. "Bouwmarkten zijn vaak grote winkels die veel voorraad hebben, dat betekent 'rente, ruimte en risico'. Maar wat is de ideale voorraad? Een te hoge of te lage voorraad kost de ondernemer in beide gevallen geld, want een leeg schap betekent gemiste omzet. Wij kijken of er afwijkingen tussen de normvoorraad en de werkelijke voorraad zijn en adviseren hoe een ondernemer dat kan veranderen. Worden de juiste bestellingen gedaan of moet oude voorraad afgeprijsd worden? Soms moet je een verlies pakken en je voorraad verkopen om de ruimte weer optimaal te kunnen gebruiken."

Verbanden leggen

"Marshoek gaat veel verder dan een gewone boekhouder. Wij benchmarken voor meerdere franchiseorganisaties in de retail en streven daarbij altijd naar rendementsverbetering", zegt Schaap. "Rapporten maken we winkel-specifiek en we geven ondernemers concrete tips en tools waar ze direct iets mee kunnen. Verder doen we onderzoek door meerdere databronnen te combineren. Voorbeelden hiervan zijn onderzoek naar de kwaliteit van een vestigingspunt of specifieke kenmerken van een marktgebied in relatie tot het rendement van een winkel. We ontdekten onder andere dat winkels die meer borden plaatsen met wegwijzers richting hun winkel, gemiddeld een hogere omzet hebben. Dankzij cijfers uit het verleden leren we lessen voor de toekomst. Die concrete inzichten delen we met onze klanten, zodat zij daar hun voordeel mee kunnen doen met het eindelijke doel: rendementsverbetering."