



WE DOEN HET SAMEN: DE VOORDELEN VAN SAMENWERKEN

Een nieuwe manier van denken

Canon

GEMEENSCHAPPEN DIE SAMENKOMEN

Nu allerlei organisaties hun herstel na COVID-19 voortzetten, is het duidelijk dat de crisis een negatieve impact heeft gehad op veel grafische ondernemingen. Printwerk is in hoge mate afhankelijk van de zwaarst getroffen sectoren – van horeca en toerisme tot detailhandel en vrije tijd – waardoor de printvolumes voor velen afnemen. Anderen gedijen omdat ze specifieke markten of klanten bedienen die in deze buitengewone tijden konden blijven werken en zelfs groeien. Sommige grafische ondernemingen zijn flexibel genoeg geweest om hun aanbod te veranderen, terwijl anderen niet die mogelijkheid – of investeringsmogelijkheden – hebben gehad om hun aanbod uit te breiden om te voldoen aan nieuwe en veranderende eisen.

Succes in moeilijke tijden vraagt om de flexibiliteit om je aan te passen aan veranderende marktomstandigheden. Dit zal met name het geval zijn in de komende maanden, met onzekerheid over de hoeveelheid personeel, de uitdagingen van social distancing op de werkplek, een grillige heropleving van de klantvraag en de mogelijkheid om lokale lockdowns op te leggen die plotselinge tijdelijke sluitingen of problemen met personeelscontinuïteit veroorzaken.



Samenwerken

Net als in eerdere recessies is er tijd, energie en motivatie nodig om te herstellen van de impact van COVID-19, om activiteiten weer voort te zetten, vooruitgang te boeken, te innoveren en groei te stimuleren. Maar er is hulp beschikbaar. Het belangrijkste is dat u om u heen kijkt voor ondersteuning en openstaat om te werken met mensen en organisaties die u vertrouwt.

Tijdens vrijwel elke crisis worden organisaties gemotiveerd door de noodzaak om op nieuwe en creatieve manieren samen te werken. Tot de voordelen van het uitwisselen van informatie, netwerken en expertise met collega's kunnen niet alleen nieuwe commerciële mogelijkheden behoren, maar ook lagere kosten en een grotere veerkracht. De basis voor een goede samenwerking is communicatie. Het openlijk delen van uw visie en het onderhouden van een voortdurende dialoog is van fundamenteel belang voor succes.

Neem even de tijd om een stap terug te nemen en uw onderneming te zien als een schakel in een onderling verbonden waardeketen, waar uw succes verbonden is met dat van uw leveranciers en partners, de organisaties die uw diensten kopen, en hun eindklanten. COVID-19 heeft het landschap voor hen allemaal veranderd, dus u kunt profiteren van transparantere gesprekken om te begrijpen wat dat voor ieder van u betekent, en hoe u zich kunt aanpassen aan het 'nieuwe normaal' en elkaar kunt helpen om succesvol te zijn.



Vraag uw leveranciers om ondersteuning

Een goede plek om te beginnen is om te praten met uw leveranciers om te zien hoe ze u kunnen helpen met uw plannen voor bedrijfsontwikkeling. Ze kunnen innovatieve producten en diensten hebben die u kunnen helpen uw portfolio uit te breiden of oplossingen te bieden die kunnen bijdragen aan een verbeterde procesefficiëntie die personeelsproblemen mogelijk kunnen oplossen.

Praat met uw leveranciers over hun producten en diensten, de manier waarop ze deze leveren, en hun toekomstige plannen en innovaties. U heeft de mogelijkheid om het kapitaal dat u van ze hebt te gebruiken om de manier waarop ze met u werken vorm te geven. Overweeg dit: begrijpt u de richting waarin uw leveranciers gaan? Als u dat niet doet, of als u niet weet hoe hun ambities aansluiten bij die van u, zult u waarschijnlijk niet alle mogelijke waarde uit de relatie kunnen halen.

Het is natuurlijk om te werken volgens de mantra 'als het niet stuk is, repareer het dan niet', maar nu is het tijd om die koopatronen nogmaals te bekijken, uit uw comfortzone te stappen en te praten met uw leveranciers over hoe zij een **actieve rol kunnen spelen in uw bedrijfsherstel en u kunnen helpen uw concurrentievoordeel te vergroten**.

Haal het beste uit uw technologische investeringen

Uw leveranciers van digitale printtechnologie, waaronder Canon, kunnen u de komende maanden waardevolle ondersteuning bieden. Canon kan bijvoorbeeld een duidelijke leidraad bieden als u **met uw onderneming online wilt gaan met web-to-print of om meer processen te automatiseren** om de efficiëntie te verbeteren en de continuïteit van de productie te waarborgen.

Het handhaven van de status quo kan worden beschouwd als de veiligste en meest comfortabele optie als het gaat om leveranciers, waardoor het risico van verdere verandering en onzekerheid wordt beperkt. Het is ook niet ongebruikelijk dat een grafische onderneming de volledige mogelijkheden van alle productietechnologieën waarin ze al hebben geïnvesteerd niet benut.

Praat met uw accountmanager over uw productiemiddelen en kom te weten welk advies ze kunnen geven over het optimaliseren van uw workflow om u aan te passen aan de gewijzigde omstandigheden, opdrachtvolumes, opdrachten-mix, enzovoort.

Bedenk of er mogelijkheden zijn om uw bestaande apparatuur te gebruiken om te diversifiëren naar andere toepassingen die kunnen voldoen aan de nieuwe behoeften van klanten die u in uw gesprekken met hen identificeert. Is het nu tijd om bijvoorbeeld eindelijk **het werkelijke potentieel van personalisering** te onderzoeken en dit te ontwikkelen als onderdeel van uw aanbod aan klanten?

Uw beproefde bedrijfsmodellen moeten zich mogelijk aanpassen aan het nieuwe landschap. Canon kan u ideeën geven voor alternatieve benaderingen die het potentieel van uw digitale productie-mogelijkheden maximaliseren en u inspireren met positieve verhalen van klanten die hun organisatie succesvol ontwikkelen.

Accepteer deskundige ondersteuning

Naast Canon's eigen expertise op het gebied van producten en oplossingen, kunt u via het **Canon Ascent Programme** ook in contact worden gebracht met een aantal onafhankelijke bedrijfsconsultants in Europa die advies kunnen geven over onderwerpen zoals het implementeren van web-to-print, het beheren van de cashflow, bedrijfsplanning, marketingstrategie, inzicht in de klant en value based selling. Veel van deze experts hebben grafische ondernemingen zelf gerund en hebben eerdere recessies doorstaan, dus ze zijn goed gekwalificeerd om u te adviseren.

U hebt toegang tot hun diepgaande kennis en ervaring via een-op-een begeleiding, workshops, webinars of via een reeks praktische artikelen die in samenwerking met Canon zijn opgesteld. Samen met hen kan Canon u helpen oplossingen te vinden voor uw meest urgente zakelijke uitdagingen en vol vertrouwen vooruitgang te boeken.

Canon werkt nauw samen met organisaties om de bedrijfsgroei te stimuleren door hun aanbod te verbreden en hun gesprekken met hun klanten uit te breiden, om zo een adviserende waarde toe te voegen.

Dit is het moment om proactief te zijn en de samenwerking met uw klanten te verbeteren. Zij zullen zeer waarschijnlijk openstaan voor uw professionele expertise over het gebruik van printwerk voor de communicatie met hun klanten. Canon kan u helpen om gebruik te maken van deze kans, uw vraagtechnieken te verbeteren, uw volledige capaciteiten te laten zien en uw waarde te tonen.

De kracht van samenwerken na COVID-19

COVID-19 heeft ons allemaal een reden gegeven om opnieuw te kijken naar veel aspecten van ons dagelijks leven. Voor velen is het een enorm positieve ervaring om te zien hoe bureaus, gemeenschappen en zelfs concurrenten elkaar hebben geholpen met morele steun en praktische hulp om elkaar door het ergste van de crisis heen te loodsen. We hebben geleerd om openlijk om hulp te vragen en deze genereus aan te bieden.

Als u uw activiteiten weer voortzet, zal die geest van gemeenschap, samenwerking en heldere communicatie samen met een positieve instelling cruciaal zijn voor het herstel. Door gebruik te maken van dit moment om hechtere en meer open relaties op te bouwen met klanten en leveranciers en om creatief te denken over hoe u uw ambities kunt realiseren, heeft u de kans om een veerkrachtiger bedrijf op te bouwen en een sterke basis te leggen voor succes op de lange termijn.

Tijd voor 'co-opetition'?

Misschien werkt een deel van uw team nog steeds minder uren als onderdeel van een programma voor het behoud van banen door de overheid of hebt u de moeilijke beslissing moeten nemen om uw personeelsbestand terug te brengen. Dat kan druk uitoefenen op bepaalde onderdelen van uw bedrijf, waardoor uw vermogen om te voldoen aan klantverwachtingen in gevaar komt.

Of misschien hebt u een duidelijk bedrijfsplan waarvan u zeker weet dat het groei kan opleveren, maar beschikt u momenteel niet over de expertise of capaciteit om deze te realiseren. En u wilt geen investeringsrisico nemen zonder uw concept te bewijzen.

Het lijkt tegenstrijdig in een sector die de neiging heeft om andere grafische ondernemingen als rivalen voor elke bestelling te zien, maar uw concurrentie kan mogelijk de oplossing zijn om van uw idee een succes te maken. Co-opetition wordt in de zakelijke wereld gebruikt om de combinatie van 'competition' (concurrentie) en 'cooperation' (samenwerking) te beschrijven. Het is een gebruikelijk concept in andere technologiesectoren, waar bedrijven gedijen door elkaars expertise te benutten, inzichten te delen en oplossingen voor samenwerking te ontwikkelen.

Hoewel een andere grafische onderneming een vergelijkbaar productaanbod kan hebben, kunnen ze verschillende klanten bedienen en beschikken over mogelijkheden die de uwe aanvullen. Zou u zowel uw productiecapaciteit als uw personeel effectiever kunnen gebruiken door samen te werken voor het leveren van opdrachten? Zou u kunnen fungeren als wederzijdse handelspartners om elkaars productiecapaciteiten te maximaliseren? Zou dit kunnen leiden tot mogelijkheden om echt samen te werken om de gaten in elkaars aanbod te dichten en beide klantbases te bedienen met een uitgebreidere productportefolio?

U heeft het potentieel om te zorgen voor een win-winoplossing die de kosten voor beide partijen verlaagt en schaalvoordelen realiseert. Wat nóg belangrijker is, is dat u door samen te werken nooit een klant hoeft af te zeggen en dat u zelfs bepaalde toepassingen kunt upsellen.

Uw brancheorganisatie of de Kamer van Koophandel zou een waardevolle tussenpersoon kunnen zijn om dit soort gesprekken te faciliteren. Toen COVID-19 ontstond, heeft de Britse Independent Print Industries Association (IPIA) Sourcing Bridge opgezet, een op de gemeenschap gebaseerd platform dat grafische ondernemingen in staat stelt om aanvragen in te dienen als ze ondersteuning nodig hebben voor middelen of productie. De IPIA fungeert in principe als tussenpersoon, waardoor samenwerking met andere vertrouwde grafische ondernemingen kunnen worden aangegaan.

IPIA General Manager Brendan Perring vertelde Canon: "Als je te maken krijgt met een crisis, moeten mensen samenwerken. En veel grafische ondernemingen bevinden zich nu in een positie waar ze liever klanten met andere grafische ondernemingen willen delen dan dat ze elkaar als concurrenten zien. Met teruggelopen klantengroepen is het belangrijk dat iedereen met elkaar deelt." Via Sourcing Bridge kunnen leden vertrouwelijk een verzoek om ondersteuning plaatsen of bij het uitgebreidere lidmaatschap van lid naar lid en van collega naar collega. Ze kunnen elkaar om ondersteuning vragen, zakelijke samenwerking aangaan en zelfs potentiële overnames overwegen. Perring vat de waarde van deze oorspronkelijke benadering samen: "We bevorderen een gemeenschap die grafische ondernemingen helpt om in leven te blijven en ervoor te zorgen dat ze overleven."

Canon Belgium s.a
Berkenlaan 3
B-1831 Diegem
www.canon.be
© Canon Belgium s.a.