

REFERENTIE

Data als drijvende kracht: hoe Zeeman de stap zet naar data-gedreven werken met PowerBI en Azure



THE BEST OF ICT WITH A HUMAN TOUCH

Zeeman opende in 1967 zijn winkeldeuren en groeide sindsdien uit tot dé winkel voor kwalitatieve basics en textiel voor het hele gezin. Altijd voor de laagst mogelijke prijs. Nu, 56 jaar later, ontvangt Zeeman jaarlijks 70 miljoen klanten in ruim 1.335 winkels in Nederland, Duitsland, België, Frankrijk, Spanje, Oostenrijk, Luxemburg en Portugal. Zeeman slaagt erin om de prijzen voor goed geproduceerde artikelen laag te houden, door de bedrijfsvoering opmerkelijk eenvoudig te houden.

Wennen aan werken met data

De rol van data is de laatste jaren steeds belangrijker geworden binnen Zeeman, legt Kevin Faas uit. Als Manager Data Competence Center bij Zeeman textielSupers is hij dagelijks bezig om datagedreven werken in te burgeren binnen zijn organisatie. "Dat is een leuke uitdaging. Van oorsprong zijn we een pragmatische organisatie, waar beslissingen veelal op onderbuikgevoel worden gemaakt. Daarnaast zie je dat verschillende afdelingen hun eigen manier van werken hebben. Dat zorgt onderling voor inconsistenties, stroperigheid van processen en incorrecte en onvoldoende informatie om zorgvuldige analyses te maken en inzichten te verkrijgen. Daar valt dus zeker winst te behalen."



Klant in het kort

Bedrijf: Zeeman

Branche: Detailhandel

Feiten & cijfers: Zeeman TextielSupers is een Nederlandse winkelketen die anno 2023 meer dan 1.300 vestigingen heeft in Nederland, België, Luxemburg, Duitsland, Frankrijk, Oostenrijk, Spanje en Portugal.

Website: <https://www.zeeman.com/>

“Onze medewerkers zijn niet gewend om te werken met data. Dat komt deels omdat dit tot nu toe niet de standaard manier van werken is geweest binnen het bedrijf, maar ook omdat ze vaak niet weten wat er al mogelijk is met data. Bovendien hebben we onze medewerkers de afgelopen jaren beperkt kunnen ondersteunen om met data te werken. We hadden een vrij klein BI-team en de tooling die we gebruikten was ook niet heel toegankelijk voor onze business. Het BI-team is mede door de inzet van Axians en de keuze voor PowerBI en Azure Cloud op orde, om de goede stappen richting datagedreven werken binnen Zeeman mogelijk te maken.”

Presteren van organisatie tegen het licht gehouden

De noodzaak om het presteren van Zeeman inzichtelijk te maken ontstond de laatste jaren. “We zien steeds meer concurrentie ontstaan in de markt. Ook van bedrijven waar we in het verleden weinig mee te maken hadden. Het wordt dus steeds belangrijker om ons te onderscheiden. Dat lukt niet door alleen de goedkoopste te zijn. We willen laten zien dat we kwaliteit leveren en omkijken naar mens en milieu. We willen goed doen voor de gehele keten. Van de fabrieken in Azië tot de winkelmedewerkers en onze klanten. Om die ontwikkeling te ondersteunen, hebben we meer inzicht nodig in onze organisatie en de keten. Als je wilt groeien, moet je je eigen presteren beter tegen het licht houden!”, aldus Faas.

“Axians is een gewaardeerde partner die actief meedenkt en meehelpt met Zeeman in de transitie naar een data-gedreven organisatie. Axians beweegt flexibel mee in onze behoeften tijdens deze transitie.”

Kevin Faas, Manager Data Competence Center bij Zeeman

Daarnaast zien we ook dat onze marges onder druk staan. Het wordt dus steeds belangrijker om inzicht te krijgen in de voorkeuren van onze klanten, zoals welke maten en volumes goed verkopen. Soms lag een winterjas die we in Nederland verkopen in dezelfde week in de winkels in Spanje. Maar hebben onze Spaanse klanten daar op dat moment behoefte aan? Dat weten we wel vanuit onderbuikgevoel, maar we hadden geen cijfers om dat gevoel te onderbouwen. Dit gebrek aan inzicht kan leiden tot uitdagingen met voorraadbeheer, inefficiënte processen en belemmeringen voor duurzaamheid.”

Goede ervaring met Axians

“Het wordt steeds belangrijker om onze medewerkers bewust te maken van het belang van data en hen de vaardigheden bij te brengen om effectief met data om te gaan, zodat ook onze medewerkers de juiste inzichten krijgen. Daardoor kunnen ze beter presteren en kan het bedrijf groeien”, legt Faas uit.

Om dat te realiseren, schakelde Zeeman de hulp in van Axians. “We hadden goede ervaringen met Axians, omdat ze in het verleden ook ons data warehouse hebben ontwikkeld. Samen hebben we gekeken naar de best passende oplossing. Door de toenemende hoeveelheid data hebben we voor onze BI en analytics een nieuwe oplossing

gekozen. Daarom hebben we een dataplatform ontwikkeld op Microsoft Azure. Zo zijn we in staat sneller grotere datasets te verwerken en meer databronnen te ontkoppelen. Met PowerBI zetten we vervolgens de geprepareerde data om naar slimme dashboards en rapportages.”

Doelstellingen

- ▶ Datagedreven werken inburgeren binnen de organisatie.
- ▶ Meer inzicht krijgen in de organisatie en de keten.
- ▶ Verbetering van prestaties en groei in het bedrijf

Oplossing

- ▶ Implementatie van PowerBI voor het ontwikkelen van dashboards en rapportages.
- ▶ Ontwikkeling van een dataplatform op Azure Cloud voor het verwerken van grotere datasets en het ontkoppelen van (nieuwe) databronnen.
- ▶ Samenwerking met Axians voor het opstellen van een roadmap, trainingen en specialisten op verschillende afdelingen.



Voordelen voor de klant

- ▶ Verbeterde prestaties en groei van het bedrijf door datagedreven werken.
- ▶ Meer inzicht in o.a. winst- en verliesposten, koopgedrag van klanten en voorraadbeheer.
- ▶ Betere besluitvorming en holistisch beeld van de activiteiten door nauwere samenwerking tussen afdelingen.

Van statische naar dynamische dashboards

In de praktijk komen medewerkers van Zeeman vooral in aanraking met PowerBI. “We zijn gestart om bestaande rapportages over te zetten naar PowerBI. En we hebben een aantal waardevolle use cases uitgewerkt om tot dashboards te komen. Dat hebben we gedaan met de afdelingen waar de meeste waarde te halen is en waar ze al graag met data willen werken. Die dashboards zijn nog vrij statisch en verrijken we stapsgewijs met meer geavanceerde functionaliteiten om ze steeds dynamischer te maken. Zo creëren we dashboards waarbij je in één oogopslag meerdere inzichten combineert.”

“Een mooi voorbeeld is het P&M-dashboard waarbij we in één overzicht het verloop van verkopen, marges, afprijzingen en voorraden door de tijd heen zien. Ieder onderdeel van het dashboard kun je aanklikken, om meer gedetailleerde informatie te krijgen en het verhaal achter de cijfers te doorgronden. Voorheen kostte het veel tijd om die informatie boven tafel te krijgen en daar

conclusies uit te trekken. Nu hebben we die informatie direct paraat en kunnen we op basis daarvan meteen de vervolgstappen bepalen”, zegt Faas.

Aanjagen en stappen zetten

Om het datagedreven werken aan te jagen in de organisatie, stelde Zeeman samen met Axians een roadmap op waarin we de benodigde stappen werden beschreven om het doel te bereiken. Faas: “De experts van Axians zijn daarin van cruciaal belang. Ze voegen waarde toe door kritische vragen te stellen, advies te geven, kennis te delen en mee te denken hoe we onze organisatie meer datagedreven kunnen maken.”

“Zo ontwikkelden we samen ons leer- en ontwikkelplatform Learn@Zeeman, waar regio- en landenmanagers trainingen volgen om met PowerBI te werken. Daarin leren ze omgaan met de tooling, maar ook welke mogelijkheden data biedt en welke waarde het toevoegt in hun dagelijkse werkzaamheden. De bedoeling is dat op termijn steeds meer mensen in de organisatie gebruikmaken van dit platform. We zetten daarnaast organisatorische stappen. Zo willen we op iedere afdeling specialisten positioneren die affiniteit hebben met analytics en de operationele processen op de afdeling doorgronden. Zij duiken met de gebruikers het proces in, om continu te kijken waar ruimte ligt voor verbetering met data. Door dit soort initiatieven zetten we flinke stappen om onze business te enthousiasmeren voor het werken met data.”

Slimmer omgaan met data

Faas ziet dat bepaalde afdelingen binnen Zeeman nu op een slimme manier omgaan met data. “De

vraag naar data binnen onze organisatie neemt toe. Mensen weten ons beter te vinden. De eerste concrete resultaten zien we ook. We hebben meer inzicht in onze winst- en verliesposten. Waar verliezen we veel geld en waar verdienen we aan? En we hebben meer grip op het koopgedrag van onze klanten. Welke kleuren en maten verkopen goed in welke landen en wat blijft er precies liggen? Dit helpt ons om slimmer in te kopen en de voorraad efficiënter te beheren.”

“Daarnaast zetten we stappen om het effect van onze webshops beter te begrijpen. We meten en analyseren hoe onze online kanalen presteren en welke invloed dit heeft op onze verkoop. Naast online verkoop besteden we ook aandacht aan transport en logistiek, evenals de efficiëntie van het verpakken en stapelen van goederen op pallets. We hebben meer inzicht in waar onze voorraden zich bevinden. Zo kunnen we de voorraad beter afstemmen op de vraag.”

“Daarnaast zien we dat verschillende afdelingen steeds dichter bij elkaar komen. We krijgen zo steeds meer een holistisch beeld van onze activiteiten om betere beslissingen te kunnen nemen.”

Sparringpartner bij complexe vraagstukken

“De invloed van Axians op onze transitie is erg positief. Ik merk dat ze met hun vakinhoudelijke kennis veel waarde toevoegen voor onze organisatie. Ze zijn veel meer dan een leverancier. Ze zijn een belangrijke sparringpartner voor de meest complexe vraagstukken. We hebben een goede klik en ik hoop dat we op deze manier samen blijven werken”, besluit Faas.