

Big data plus ERP is een optimaal proces

Twee bedrijven: de één vanuit ERP en de ander vanuit big data. Hoe 1 plus 1 inderdaad 3 kan zijn. René Oosterhoff (Syntri ERP) en Kjeld van der Schaaf (KxA Software Innovations) bespreken de meerwaarde van hun samenwerking.

Hoe komt een samenwerking tussen jullie bedrijven tot stand en wat betekent het?

Oosterhoff: “Bedrijven streven tegenwoordig steeds meer naar voorspelbare kwaliteit. Vanuit de gedachte ‘meten is weten’ wordt op steeds meer plekken in het proces steeds vaker statusvoortgang, doorlooptijden, kosten, voorraden, kwaliteit, etcetera gemeten. Dat proces van meten wordt steeds meer verfijnd. Met big data kun je die verfijning nog veel verder doorzetten.”

VanderSchaaf: “Als je weet wat er in je proces gebeurt, kun je beter in kaart brengen waar eventueel zaken niet optimaal gaan. Zo



Kjeld van der Schaaf, directeur (KxA.nl)

kun je productieprocessen verbeteren. Dat zou uiteindelijk geautomatiseerd kunnen worden, maar in eerste instantie kijk je naar de engineers rondom een productielijn om ze goede, voorgeanalyseerde informatie te geven.”

Oosterhoff: “Dus: veel meer meten. Er zijn daarbij ook processen die over de grens

van het bedrijf heen gaan, zoals naar toeleveranciers. Het is goed om te weten of onderdelen op voorraad zijn en wat de kwaliteit is. De resultaten van die metingen kunnen ingezet worden om via het ERP-systeem voorspelbaar te produceren. Alles bij elkaar ontstaat een netwerk van metingen. ERP en big data komen bij elkaar. En dat werkt kwaliteitverhogend; daar zit de meerwaarde van onze samenwerking in.”

Voor welke doelgroep is een dergelijke samenwerking interessant?

Van der Schaaf: “Internationale nichemarkten: maakindustrie, machinebouw en apparatenbouw in het MKB. Het uiteindelijke doel is om de klanttevredenheid te verhogen door in te steken op innovatie, flexibiliteit, kwaliteit en efficiëntie. Door een goede, gestroomlijnde workflow te garanderen, stellen we onze klanten in staat ICT-processen als profit in plaats van als



René Oosterhoff, directeur (syntri.nl)

kostenpost te zien. Op het segment waar we een gezamenlijke toegevoegde waarde zien, zullen we ons dan ook als zodanig presenteren.”