

Lean als je beste business case

Ruimte voor verbetering door verspillingen weg te werken

Column Performance Management 12 feb 2013



[Philip van Londen](#)

Get Lean

Bedrijven laten nog veel kansen liggen als het op verbeteren aankomt. Hoe werkt dat en waarom is dat eigenlijk zo?

De meeste ondernemers zijn goed met nieuwe uitdagingen. Waarschijnlijk ben je optimistisch en positief ingesteld. Waar een wil is, is een weg. Er zijn weinig problemen waar je geen oplossing voor vindt. Ook nieuwe klanten zoeken is aan de ondernemer welbesteed. Het is immers crisis en dus moet je daar extra moeite voor doen. Wat dan minder aandacht krijgt, is verbeteren binnen je bedrijf door verspillingen weg te werken. Verbeteren met behulp van Lean. Bedrijven die hier nog niet mee zijn begonnen, missen veel.

Waarom werken aan verspillingen?

Een mooi voorbeeld is een productiebedrijf dat ik hielp. Als ik daar in één uur 10 keer naar de werkvloer keek, zag ik 9 keer dat iemand bezig was met iets anders dan de wat klant echt wil: gereedschap zoeken, lopen van A naar B, iets versjouden, iets herstellen, iets verplaatsen, een formulier invullen enz. Dus maar 1 van de 10 keer zag je echte toegevoegde waarde voor de klant. En dit is toch echt een heel normaal bedrijf met hardwerkende mensen.

Gemiddeld blijken medewerkers slechts 30 tot 40 procent van de tijd bezig met werk waar de klant echt op zit te wachten. Mensen kijken me regelmatig ongelovig aan als ik dat zeg en dat is ook heel begrijpelijk. We doen immers allemaal onze uiterste best. Vaak ook om efficiënt te werken. Onze dagelijkse activiteiten zijn echter vaak gewoontes. Veel moet je doen vanwege regelgeving. Veel doe je ook omdat je denkt dat je klanten dat belangrijk

vinden. Dat doe je al jaren zo.

En hier liggen je kansen. Als je aan je klant gaat vragen waar hij nou echt op zit te wachten, blijkt dat vaak anders te liggen dan je denkt. En als jij het al weet omdat je veel contact hebt met je klanten dan is het nog niet gezegd dat iedereen in het bedrijf dat zo goed weet.

Een verhelderend plaatje over verspillingen en waardevolle activiteiten:



Wat werkt niet?

Als je meer gaat doen waar je goed in bent, loop je onmiddellijk vast omdat je daar de tijd niet voor hebt. Dat werkt als volgt. Stel je wilt effectiever werken. Dan ga je meestal proberen om datgene meer te doen waar je goed in bent. Als je echter direct begint met meer nuttige dingen doen, zonder oog te hebben voor verspillingen, dan neemt je werkdruk natuurlijk toe. Het probleem is dat je hier, zonder verspillingen weg te werken, de tijd of ruimte (nog) niet voor hebt. In dat geval moet mensen dan gaan overwerken en dat kost linksom of rechtsom geld. Kosten voor overwerk of mensen raken door de werkdruk opgebrand of minder gemotiveerd. En dat is nog veel kostbaarder.

Wat werkt wel?

Als je eerst verspillingen weg gaat werken ontstaat tijd en ruimte. Kijk maar naar het plaatje hiervoor. En dan ga je vanzelf meer zinvol werk doen. Werk waar je klant op zit wachten en meer nuttig werk. Dat is de kern van Lean: ruimte maken om te verbeteren voor je klant.

Lean is geen quick cheap trick

Hoewel een Lean traject op zich meestal al tot een cultuurverandering leidt, werkt het niet overal. Je moet je als bedrijf dus goed afvragen of het bij je past. En of je als management en directie écht Lean wilt zijn. In de afbeelding geeft het LinkedIn survey onder 695 professionals aan dat gebrek aan management "buy-in" verreweg de grootste oorzaak van het mislukken van een Lean traject is:



De voordelen: sneller, goedkoper en beter

Succesvol zijn met Lean betekent onder andere het krijgen van meer rust. Dat is vaak net waar het van te voren aan ontbreekt. Wanneer men met Lean start als instant oplossing kun je er rustig van uitgaan dat dit zal falen. Om met Lean rust te krijgen, zul je eerst rust moeten nemen.

Het grootste voordeel is dat klantgerichtheid en besparen hand in hand gaan. Dus niet botweg meer snijden in kosten waardoor klanten slechtere service en kwaliteit krijgen, maar juist daar besparen (lees verspillingen wegwerken) waar de klant een sneller een beter product door krijgt.

Waarom juist nu Lean?

Dit een manier om relatief snel te verbeteren. Zonder dat je daar extra voor hoeft te investeren in nieuwe machines of dure ontwikkeltrajecten. Want daar hebben bedrijven nu vaak geen middelen voor. Lean levert meestal meer op dan heel hard aan nieuwe business gaan trekken. Je krijgt als je dit doet vanzelf meer ruimte en tijd in je bedrijf om aan nieuwe business te werken.

Succes, Philip van Londen

Deze column werd ingezonden door [Philip van Londen](#). Heeft u ook iets wat u bezig houdt? [Plaats uw eigen column](#) >