

De ervaring van Brabant Alucast

Brabant Alucast legt de nadruk op het activeren van kennis.

Als toeleverancier aan de automotive-industrie heeft Brabant Alucast een kritische klantenportefolio. Snel wisselende vragen van klanten en de continuedruk, levertijden en kwaliteit eisen een hoge mate van flexibiliteit van het personeel. Daardoor is het vasthouden én uitwisselen van kennis eveneens een continue prioriteit.

"Het opbouwen en borgen van kennis bij professionele operators op de vloer is een belangrijk speerpunt. Pas dan kunnen we de kwaliteit en levertijden realiseren die onze klanten, world class automotive bedrijven, van ons eisen.", zegt Patrick Kemps, bedrijfsleider van de afdeling bewerking.

De afdeling bewerking is gestart met de aanpak van Frankler onder de noemener 'het activeren van kennis op de vloer'. Kemps hierover: "Wij hebben scherp wat elke operator kan op welke machine en wat hij nog moet leren. Daar wordt capaciteit en begeleiding op de werkplek op ingeroosterd. Groepsleiders en productie-engineers coachen nu kennisopbouw én kennisuitwisseling door collega's. Dat is een nieuwe rol voor hen. En die is onontbeerlijk! Voor mij als leidinggevende van 130 mensen ook. Wat mij het meeste opviel was dat operators al snel vragen begonnen te stellen en aandacht te besteden aan wat ze leerden." De doelstelling die was geformuleerd bleek een belangrijke aanjager hiervoor. Gaat het dan toch behaald worden? "Binnen 14 weken concrete resultaten in wat mensen kunnen en last but not least een zichtbaar effect op productieresultaten. En... we starten daarna met een Leanprogramma. De Frankleraanpak maakt ons actiever en effectiever!"

De ervaring van CNC

*CNC grondstoffen
wereldwijd leidend
in kennis over
de productie van
champignonsubstraten.*

“Stabiele en betrouwbare compost en dekaarde van hoge kwaliteit realiseren we alleen maar door continu te verbeteren van onze productieprocessen en het vernieuwen van onze producten. Om dat te kunnen is bij ons nog vaak verborgen kennis een essentiële grondstof.”, zegt Mirjam Klein Rot, locatiemanager van de productiesite in Milsbeek.

Mirjam gaat verder: “Wij zijn een coöperatie van en voor champignonkwekers met 350 medewerkers. Onze klanten zijn dus ook onze eigenaren. Als er iets niet goed is duurt het niet lang voordat we dat horen. En dat is een positief punt, want zo blijven we alert in ons verbeterproces.

Toen ik met Ad Reijbroek van Frankler sprak over wat ik zag in onze productie en technische dienst zaten we snel op een lijn en zo kwamen we ook snel tot een belangrijk inzicht. Er blijkt veel kennis bij de operators op de vloer, daar wordt te weinig beroep op gedaan. En tussen afdelingen loopt de samenwerking niet optimaal, misschien ook wel doordat er in het verleden teveel leidinggevende niveau’s gecreëerd zijn.”

Op de achtergrond zijn de overlegsituaties waarin gestuurd werd onder de loep genomen. Ook zijn de capaciteiten van leidinggevendenden tegen het licht gehouden. Hoewel de 100 dagen die hiervoor gepland waren overschreden zijn, is er een ervaringsgerichte aanpak van doelen gerealiseerd. Medewerkers regelen meer zelf en de teamleiders zijn gegaan van ‘zelf doen’ naar ‘sturen’ en ‘goeie vragen’ stellen.

De ervaring van Van Gansewinkel

'Afval bestaat niet' vraagt om kennis om van afvalstromen grondstoffen te maken.

"Die kennis hebben we wel.", zei Roger Beuting regiodirecteur, "Het is de kunst om dit actief te maken! De kennis zit bij klanten, onze productspecialisten op de diverse afvalstromen en natuurlijk bij operations. Samen moeten we het doen en dan graag zo efficiënt mogelijk! En daarbij is geen tijd te verliezen."

"We zijn met de 'Frankler-aanpak' van Ad Reijbroek begonnen met een bedrijfssimulatie waarin duidelijk werd hoe individuen in het werk kunnen groeien tot een team. Het '123 van natuurlijke ontwikkeling' vergeten we niet meer. Met die ervaring zijn we in verschillende afdelingen aan de slag gegaan: verkoop, productspecialisten, assetmanagement en operations. Doordat we samen een sterk beeld hadden opgedaan in de workshop en de praktische coaching van Ad, zijn we erg tevreden over de resultaten. Met name het inzichtelijk maken van wie welke kennis had en wat we daarmee konden leiden direct al tot verbeteringen."

De ervaring van UWV

Frankler heeft in een aantal workshops voor onze adviseurs, HBO'ers, hun ervaringskennis in beeld gebracht. 'Op jacht naar eigen kwaliteiten in plaats van alleen verzamelen van ervaringen.' Hierbij enkele reacties van de deelnemers.

- Ik dacht dat het een saai proces zou worden. Deze eerste bijeenkomst zorgt voor een goede basis om samen verder te gaan.
- Compleet andere kijk op waar ik mee bezig ben.
- Ik krijg veel ideeën; heel zinvol deze bijeenkomst.
- Nooit zo naar loopbaanpaden gekeken. Interessant.
- Leuk om met een korte simulatie 'Geloofwaardigheid' concreter te maken.
- Eindelijk een visie op netwerken die niet de aantallen centraal stelt.
- Er ontstaat een beeld ook doordat ik anderen hoor welke koers ik kan gaan varen.
- Delen van ervaringen bij de eerste levensloopoefening: emotioneel.
- Woorden geven aan wat ik gedaan heb.
- Je hoort ook van anderen hun worsteling. Motiveert om verder te gaan.
- Als we deze opzet bij de voorlichting hadden geweten hadden meer mensen zich aangemeld.
- Bedankt voor jullie enthousiasme.

De ervaring van Legrand Nederland

Legrand Nederland erkent de waarde van kennisdelen in de keten.

Legrand Nederland bedient de woning- en utiliteitsbouw, machine-en paneelbouwers en industrie met schakel- en verdeelinrichtingen, kabeldraadsystemen, domotica etc. De systemen zijn optimaal op elkaar afgestemd. Dat levert een eenvoudige, veilige en snelle montage op.

'Wij zijn met Action Learning door Frankler al enige tijd geleden begonnen. Onze gedachte was', zegt Gert Schrovenwever commercieel directeur, 'als we aan onze klanten beloven dat onze systemen optimaal op elkaar zijn afgestemd, is dat ook leidend voor het gedrag van onze mensen. Pas dan kunnen we kennis delen met onze klanten en leveranciers en in de hele keten verbeteren.'

'We hebben veel baat gehad bij de aanpak van Frankler. Daarbij zijn we uitgekomen op duo's tussen accountmanagers en productspecialisten. In eerste instantie ging dat vooral over technische kennis delen tussen productspecialist en klant om technische vragen op te lossen vlak voor en direct na het sluiten van een order. De succesvolle duo's gingen echter verder. Door de klantenkennis van de accountmanager en de technische kennis van de specialist beter te delen creëren ze voor de klant onverwachte meerwaarde doordat ze veel beter zijn gaan zien waar het bij de klant eigenlijk om gaat. En dat levert langdurige rendabele relaties op, partners in de keten, dat is wat we willen.'