



Interview en
Referentiecase

Inzicht in efficiëntie

Hoe AH Asten de winkelprestaties
optimaliseert met R&R Insights.



plan
people
smarter

Inleiding

Bij Albert Heijn Asten draait alles om efficiëntie. Supermarktmanager Luc Verberne staat al sinds 2016 aan het roer van deze drukbezochte winkel. Met zijn achtergrond in bedrijfseconomie en jarenlange ervaring op de werkvloer weet hij als geen ander hoe belangrijk het is om data en praktijk met elkaar te verbinden.



*Luc Verberne
Supermarkt-
manager
AH Asten*

“Je moet keuzes maken op basis van feiten, niet op gevoel,” vertelt Luc. Dit inzicht leidde ertoe dat AH Asten jaren geleden koos voor R&R, en later ook voor R&R Insights – een tool die data omzet in actiegericht inzicht.



Van Excel naar inzicht

“Zes jaar geleden zaten we nog vast aan spreadsheets,” vertelt Luc. “De planning was omslachtig en inefficiënt. We wisten dat het anders moest.” Na een selectieperiode waarin verschillende WFM-tools werden vergeleken, koos AH Asten voor R&R. Toen R&R Insights werd geïntroduceerd, bracht dit een nieuwe dimensie aan de bedrijfsvoering.

“Met één druk op de knop zie ik de verwachte resultaten.”



Met R&R Insights beschikt Luc over actuele data waarmee hij razendsnel kan schakelen. “Met één druk op de knop zie ik de verwachte resultaten. Dat maakt alles zoveel eenvoudiger.” Dit helpt niet alleen bij het plannen van uren, maar ook bij grotere strategische beslissingen. “Toen we stopten met de verkoop van tabak, wisten we natuurlijk dat dat wat zou doen met de omzet en met de productiviteit. Door Insights te gebruiken kun je precies zien wat de gevolgen zullen zijn. Hiermee kun je ook kijken aan welke knoppen je kan draaien om het gewenste resultaat te behalen.”





Beslissingen die ertoe doen

Luc gebruikt R&R Insights om beslissingen te nemen op basis van feiten in plaats van gevoel. “Voorheen zagen we pas achteraf wat de impact was van het inzetten van meer of minder uren. Nu kunnen we tijdig extra uren inplannen om de drukte op te vangen en zien we direct de gevolgen.” Tijdens het wekelijkse overleg bespreekt hij met de managers waar de knelpunten van afgelopen week zaten, zoals drukte op vrijdagavond of zaterdagochtend. Met R&R Insights kan berekend worden wat extra uren inzetten op die momenten kan opleveren. Op basis daarvan wordt besloten om 10 of 20 extra uren in te zetten. Dit geeft de managers meer verantwoordelijkheid en maakt beslissingen minder afhankelijk van Luc's directe input.

“

We hebben onze productiviteit met 2% weten te verhogen. Dat lijkt misschien klein, maar op jaarbasis is dat enorm.

”

“We hebben in de winkel ook het afgelopen jaar veel aanpassingen gedaan en een winkerverbouwing gehad. Daarnaast gaf R&R Insights ons inzicht in welke uren verloren gingen en wat de impact daarvan was op het resultaat. Het liet ook zien hoe het stond met de productieve uren en waar nog verbeterkansen lagen. Door hieraan te sleutelen en in combinatie met de winkelaanpassingen zagen we via Insights direct effect op de productiviteit. “We hebben onze productiviteit met 2% weten te verhogen. Dat lijkt misschien klein, maar op jaarbasis is dat enorm.”

Sturen op Rendement

Luc legt uit dat de stap naar een meer datagedreven aanpak niet alleen de efficiëntie, maar ook het financiële resultaat verbetert. “Vroeger stuurden we op omzet, maar nu kijken we naar rendement. Waar voegen uren écht waarde toe? Insights maakt dat zichtbaar.”



“ Vroeger stuurden we op omzet, maar nu kijken we naar rendement. Waar voegen uren écht waarde toe? Insights maakt dat zichtbaar. ”

Dit stelt AH Asten in staat om ook in uitdagende tijden, zoals personeels-tekorten, slimme keuzes te maken. Door historische data weet Luc dat bepaalde doelen haalbaar zijn met een bepaald aantal uren. “Als er minder mensen beschikbaar zijn, kunnen we prioriteiten stellen zonder dat de kwaliteit van onze dienstverlening hieronder lijdt.” Minder urgente taken worden een week vooruitgeschoven, terwijl het rendement behouden blijft.



“ Als je twijfelt, probeer het gewoon. Je zult zien hoeveel inzicht je wint en hoeveel rust dat brengt in je planning. ”

De toekomst van efficiëntie

Voor Luc is het duidelijk: R&R Insights is onmisbaar geworden. “Het biedt overzicht, bespaart tijd en helpt ons betere beslissingen te nemen. Het is gewoon heel fijn om met feiten en data onderbouwd je beslissingen te kunnen nemen,” zegt hij. Zijn advies aan andere supermarktmanagers? “Als je twijfelt, probeer het gewoon. Je zult zien hoeveel inzicht je wint en hoeveel rust dat brengt in je planning.”

Luc benadrukt dat ondernemers die Insights overwegen, hiermee een grote stap vooruit kunnen zetten. “De informatie moet naar je toe komen, in plaats van dat je ernaar moet zoeken. Als je informatie moet opzoeken, is er een risico dat je daar geen tijd voor hebt en keuzes maakt op gevoel. Natuurlijk speelt gevoel ook mee, maar met feiten en data kun je of achteraf bevestiging krijgen of vooraf al beter anticiperen. Zo weet je wat je te wachten staat en wat de impact is van de keuzes die je nu maakt.”

Volgens Luc biedt Insights voor elk vraagstuk een oplossing: “Iedere supermarkt heeft wel zijn eigen uitdagingen, of dat nu hoge ziektekosten zijn of lage productiviteit. Insights laat precies zien aan welke knoppen je kunt draaien om die problemen aan te pakken. Het geeft je inzicht en kansen; wat je ermee doet, bepaal je zelf.”

Met een scherp oog voor cijfers en een praktische benadering bewijst Luc dat technologie een gamechanger kan zijn – niet alleen op het hoofdkantoor, maar vooral ook op de winkelvloer.



Wil je meer weten over deze interessante case?

Ben je benieuwd hoe je dit kan inzetten binnen jouw organisatie?
Neem dan contact met ons op.

R&R Workforce Management

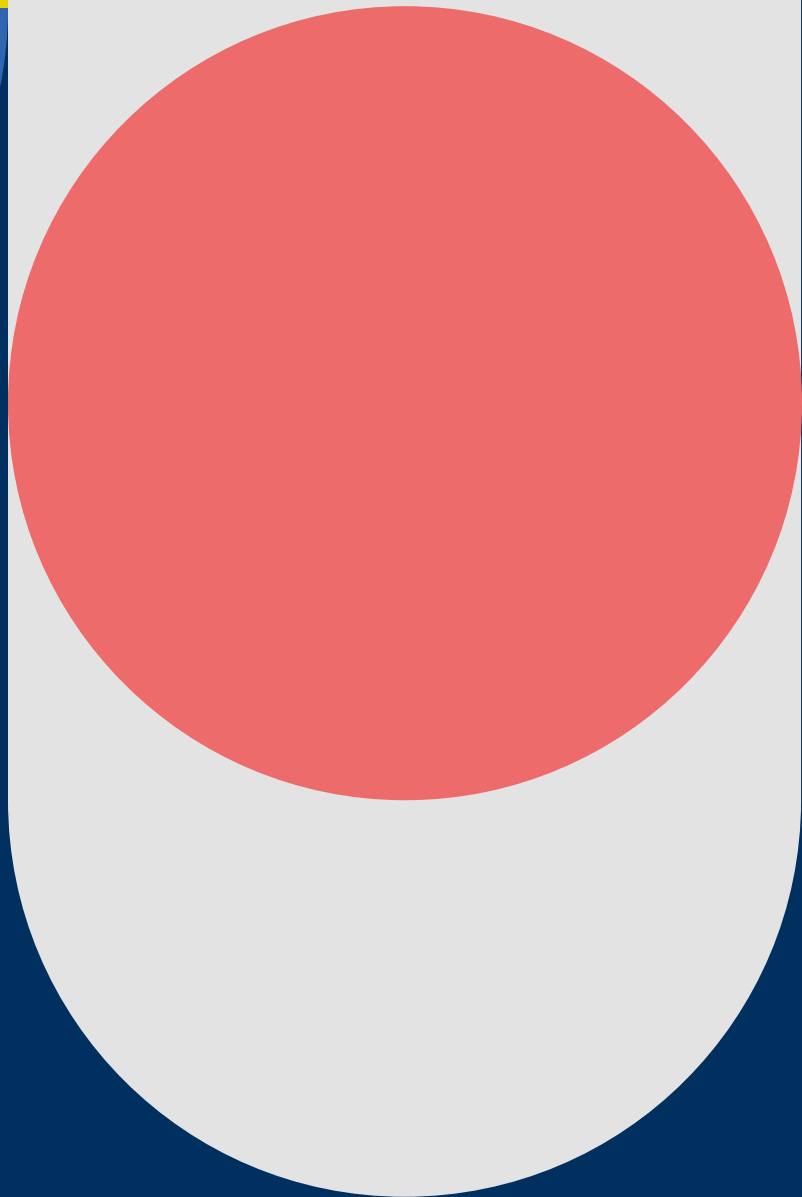
De Smalle Zijde 39
3903 LM Veenendaal

T +31 (0)318 58 28 28

E info@rr-wfm.com

www.rr-wfm.com





plan
people
smarter

www.rr-wfm.com