

ALTIJD EN OVERAL DE JUISTE INFORMATIE

# “4FOOD HEEFT ME VEEL INZICHT OPGELEVERD”

Je waant je er Sjakie in de Chocoladefabriek: grote ketels vloeibare chocolade, bonbons worden voorzien van nootjes, chocoladeflikken mooi gedecoreerd en verpakt. De enorme verscheidenheid ambachtelijke producten van Van Ham brengt bij iedere chocoladeliefhebber het hoofd op hol. Stop. Terug naar de realiteit: hoe automatiseer je een productieproces waar veel handmatig gebeurt?

Toen Patrick van Ham het familiebedrijf overnam van zijn vader, wist hij dat hij wat moest doen om zich steviger te onderscheiden in de branche. “Op prijs wilde ik niet concurreren. De vernieuwing moest onderscheidend zijn en op basis van kwaliteit. We maken nu luxe producten, voor ambachtelijke bakkers en de betere retailer. Als grondstof kiezen we bewust voor chocolade van Callebaut. Zij leveren topkwaliteit en zetten zich actief in voor duurzaamheid, wat wij heel belangrijk vinden. Ze beschermen het milieu, en de cacao-boeren verdienen een billijk inkomen zodat zij hun gezin kunnen onderhouden en gezondheidszorg en onderwijs krijgen.”

## FAMILIEBEDRIJF

Het bedrijf Van Ham kent een rijke historie. Begin 1900 startte de familie met een winkel in koek en banket. Later werd dat een grossierderij en kwam er onder andere de verkoop van chocolade bij. Sinds 1996 staat Patrick van Ham, de vierde generatie, aan het roer. “In 1998 werd ik mede-eigenaar van een chocolade-atelier in Eindhoven, drie jaar later namen we het resterende deel over en werden we ineens ook producent.” Ze vervingen alle lijnen en verhuisden naar een ruimere locatie. Er volgden meer vernieuwingen en een flinke uitbreiding. “Dit jaar hebben we de automatisering grondig aangepakt: met het ERP softwarepakket 4FOOD van Estrategy. Ik ken een



FOTOFERBURO BERT JANSEN

Van Ham maakt 350 verschillende chocolaatjes en wel 40 soorten bonbons

aantal mensen die er al mee werken. Hun ervaringen gaven voor mij de doorslag.”

## VOORRAADBEHEER

Tot vorig jaar werkten ze in de productie nog met Excel. “We liepen steeds vaker tegen problemen aan,” blikt Patrick terug. “We kregen een keer een grote order binnen, hadden voldoende chocolade in huis, en de mensen stonden op de goede plekken. Toen bleek dat er niet genoeg hazelnoten waren! Of we hadden veel te veel van een bepaalde grondstof ingekocht uit angst dat we te kort zouden komen, en moesten vervolgens veel weggooien. We maken 350 verschillende chocolaatjes, 250 daarvan zijn specifiek voor de



Jean-Marc Dagevos (l) en Patrick van Ham in de pilotstore

FOTOFERBURO BERT JANSEN

seizoenen en feestperiodes. Daarnaast maken we wel 40 verschillende bonbons met een grote variatie aan ingrediënten: denk aan pistache-, hazel-, en walnoten, aan amandelen, marsepein, gekleurd musket. De kostprijsbeheersing van al die producten werd steeds lastiger, het was moeilijker om continu up-to-date te blijven. Ik wist wel dat Electronic Data Interchange (EDI) zorgt voor efficiënte, betrouwbare en snelle informatie-uitwisseling met ketenpartners. Maar de tijd was nog niet rijp voor die stap.”

## 4FOOD

Inmiddels is ook Jean-Marc Dagevos van Estrategy aangeschoven. “Timing is belangrijk,” beaamt hij. “Patrick en ik hebben al een jaar of vijf contact. We zagen elkaar op beurzen, en praatte elkaar bij. Altijd had ik het gevoel: dit gaan we doen, hij wacht alleen het goede moment af.” Jean Marc vertelt dat de nieuwe release van 4FOOD uitgebreide mogelijkheden biedt voor EDI data-koppeling, ondersteuning voor uitwisseling van EDI berichten van verkooporders, inkooporders en facturen. “De uitdaging voor ons bij dit bedrijf was de complexiteit van het productieproces. Veel gebeurt handmatig en ambachtelijk. Bovendien is de verscheidenheid aan producten enorm. Hoe brengen we dat in kaart? Maar het is gelukt!” Omdat ze het vanaf de grond moesten opbouwen,

moest Van Ham alle leveranciers, prijzen, handelingen, enzovoort handmatig in het systeem zetten. “Ik heb me daar in vergist,” zegt Patrick. “Dacht, dit doen we er wel ‘even bij’. Om de basis-inrichting van ons complexe proces goed te krijgen, hebben we ook vrij snel besloten iemand van Estrategy hier intern te laten komen. Ze hebben ons goed ondersteund, vanaf het definiëren van onze informatiebehoefte tot en met de technische ontwikkeling en implementatie ervan.”


## INHOUDELIJKE ONDERBOUWING

De automatiseringsslag heeft Van Ham veel opgeleverd, daarover raakt Patrick niet uitgesproken: “Vroeger was de kostprijsberekening vaak natte vingerwerk. We worden groter, exporteren meer en hebben grotere retailers als klant. Tegelijkertijd willen we onze relaties een onderscheidend en kwalitatief hoogstaand assortiment bieden waarmee exclusiviteit gewaarborgd is; ook voor de ambachtelijke bakkers. Daarom is het belangrijk om die kostprijs voor alle producten echt goed te hebben. Nu beschikken we dankzij 4FOOD op het juiste moment over de juiste informatie. De cijfers leveren bovendien een inhoudelijke onderbouwing op in discussies tussen verkoop en productie. We kijken kritischer naar het gebruik van grondstoffen en naar de planning. Leuk om te zien is dat de werkvloer enthousiast

wordt. Sommige medewerkers komen spontaan met slimme oplossingen om ook andere efficiëntiestappen te nemen.” De afgelopen maanden is in aansluiting op de steeds maar toenemende regelgeving rondom traceability een module voor kwaliteitszorg aan het programma toegevoegd. Met deze functionaliteit wordt certificering een stuk eenvoudiger.

## INNOVATIE VOOROP

Patrick is continu bezig met innovatie: op het gebied van verpakkingen, smaak en het uiterlijk. “En binnenkort openen we de webshopformule, ook gebouwd door Estrategy. Die is volledig geïntegreerd met 4FOOD.” Om de nieuwe producten te testen, en contact te houden met de consument, is er naast de productie een eigen pilotstore, waar soms wel 250 betalende klanten op een dag komen. “In iedere stad waar ik loop, kijk ik naar verpakkingen, ben ik alert op nieuwe smaken en vormen,” lacht Patrick. “Dat houdt nooit op, ik heb nog zoveel plannen. 4FOOD heeft me veel inzicht opgeleverd: in de interne processen en wat we nodig hebben voor de toekomst. Dat was precies wat ik wilde bereiken.”

 [www.vanhamchocolaterie.nl](http://www.vanhamchocolaterie.nl)  
[www.estrategy.nl](http://www.estrategy.nl)