



DACAPO BUSINESS INTELLIGENCE UNDERSTØTTER VIRKSOMHEDENS AMBITIØSE MÅL

Dacapo er en relativ ung stålvirksomhed med store ambitioner og en årlig omsætning på små 600 mio. kroner. Den 100 % danskejede virksomhed blev etableret i 2003 og fordoblede via opkøb i 2008 medarbejderstaben til 80 medarbejdere og fik ved samme lejlighed en ny højere gearing med nye markeder og håndtering af væsentlig flere tons stål.

“Jo mere kompleks en virksomhed bliver, desto vigtigere er det med intelligente tal bag målingerne,” siger CFO, Jesper Christensen, der til daglig sidder med ansvaret for Dacapos økonomi styring.

Stålgrossisten tog således parallelt med virksomhedsopkøb initiativet til at implementere solide Business Intelligence(BI)-værktøjer, bundet op på virksomhedens erklærede mål; at blive en af Europas mest profitable stålgrossister ved hjælp af:

- at lagerføre det bredeste og bedste udvalg af rustfrie stålprodukter
- at være let at handle med, blandt andet ved at sælge via en nyetableret webshop
- at være konkurrencedygtig via skarpe priser

Med 2.500 til 3.000 købende kunder om året og 10.000 varenumre på webshoppen og i alt 13.000 varenumre på lagret, kræver det en del rapporter at kunne tilfredsstille bestyrelsens spørgsmål til forretningens helbred.

Hvilke varer tjener vi penge på?

Hvilket land har bedst indtjening?

Er dækningsbidraget på fittings det sammen i Danmark som i Holland?

Disse spørgsmål kunne med stor sandsynlighed blive stillet Jesper Christensen under et bestyrelsesmøde, vel at mærke uden, at han ville blive voldsom arbejdsramt. Det kræver nemlig blot nogle få handlinger, og de relevante rapporter er genereret.



“Det er let at lave en rapport, fx omsætning, per år, per selskab med meget få klik. Uden vores BI-system ville vi skulle bruge lang tid på at fremstille de forskellige rapporter. Det er i mange tilfælde generelt økonomiafdelingens præmis – at rapportgenerering fra økonomisystemet er tidskrævende,” fortæller CFO'en og fortsætter:

“Vi har nu seks års erfaring med Business Intelligence-værktøjet Targit og fortsætter med at anvende det netop på grund af brugervenligheden.” Jesper Christensen kalder det desuden et stærkt ledelsesværktøj, hvormed man kan synliggøre strategien og lede medarbejderne i den rigtige retning.

Et hverdagsnært eksempel er en dagsrapport over antal ordrer fordelt på såkaldte almindelige ordrer samt web-bestillinger, der giver et klart og brugbart overblik over, hvem der gør det godt, og hvor der er plads til forbedring.

Et andet eksempel er rapporten på omsætning på dags-/ugebasis, som bliver autogenereret og sendt, ligeledes automatisk, til udvalgte mailadresser - “Når først dataene er lagt ind, bliver alt opdateret og trukket ud af økonomisystemet i samme sekund, du rekvirerer rapporten. Det sparer os oceaner af tid,” fastslår Jesper Christensen.

Dacapo er dagligt opdateret på alle tal. Månedresultatet er kendt i det øjeblik, sidste tal er tikket ind, og direktøren kan begynde at kommunikere resultaterne ud i det samme minut. “Vi plejer at sige, at månedsrapporten er gammelt nyt – vi er allerede videre,” lyder det fra økonomidirektøren.



DACAPOS STRATEGI I OVERSKRIFTER:

- > **FÆRRE FOLK**
- > **STØRRE ORDRE**
- > **LAVERE PRODUKTIONSOMKOSTNINGER**
- > **LAVERE FRAGTOMKOSTNINGER**

