



# WEET U **ZEKER** DAT U KOSTENDEKKEND ÉN MARKTCONFORM BENT?

Naast alle goede redenen om een centrale repro in huis te hebben – databeveiliging, gebruiksgemak en efficiëntie – kan deze afdeling de organisatie ook geld besparen. Maar hoe goed de printkwaliteit of de klantenservice ook is, als de centrale repro's meer geld kost dan dat er aan waarde wordt toegevoegd, is de toekomst ervan onzeker.

**Canon**

---

See the bigger picture



Als manager hebt u er waarschijnlijk alle vertrouwen in dat de centrale repro de 'waar-voor-je-geld'-test met goed gevolg doorstaat. Maar als het hogere management u morgen onder de loep neemt en om feiten en cijfers vraagt om dit te bewijzen, hebt u die dan bij de hand? **Kunt u bijvoorbeeld aantonen dat u uw (interne) klanten minder in rekening brengt dan een externe drukkerij zou doen? Ten tweede, dat de prijzen die u rekent voldoende zijn om de exploitatiekosten van de centrale repro te dekken?** Als u deze vragen niet vol vertrouwen met 'ja' kunt beantwoorden, dan is het nu tijd om te beginnen met benchmarking.

**Benchmarking** – volgens de definitie in het woordenboek is het 'iets evalueren in vergelijking met een norm' – behandelt beide vraagstukken. Door de kosten van de centrale repro te vergelijken met die van externe leveranciers, kunt u aantonen dat u voldoende van uw directe kosten terugverdient om de activiteit te financieren en desgewenst bij te dragen aan de overhead van de organisatie. Of niet.

Het kennen van deze antwoorden rechtvaardigt niet alleen uw bestaan; de informatie die u verkrijgt uit benchmarking helpt u ook bij het vaststellen van cruciale prestatie afspraken zoals Service Level Agreements (SLA's) en Key Performance Indicators (KPI's). Positieve bevindingen onderstrepen uw argumenten wanneer u met het hogere management onderhandelt over nieuwe investeringen in zowel apparatuur als mensen.

Dit alles is logisch, maar onder alle druk van het voldoen aan de dagelijkse eisen van klanten is het vaak moeilijk om benchmarking in te passen in een drukke agenda. En als u een van de centrale repro's bent die nog nooit goed heeft gebenchmarkt, denkt u misschien 'Waar begin ik?' en 'Hoe doe ik dat?'

Dit vooruitzicht kan ontmoedigend zijn, maar er zijn een paar eenvoudig te volgen regels om aan de slag te gaan. De eerste is om rekening te houden met het oude gezegde uit de IT-wereld: 'slechte input is slechte output' – met andere woorden, hoe beter de gegevens zijn die u gebruikt voor benchmarking, des te beter de resultaten ervan. Het kost tijd om de juiste gegevens boven tafel te krijgen, maar het is de moeite waard.

Hoe zien die 'juiste gegevens' eruit? Hier volgen een paar voorbeelden, beginnend op 'macro-niveau', met managementinformatie over het beheer van een centrale repro. Denk hierbij aan: **jaarlijkse totale oplage aan A4-equivalent prints in zwart/wit en kleur met nabewerking, de kosten van de consumables, de eigendoms- en onderhoudskosten van de apparatuur en de directe personele kosten.**

Vervolgens gaat u naar het 'micro-niveau', naar de individuele opdrachten die representatief zijn voor de jaarlijkse productie van de centrale repro. **Stel een 'mandje' samen van maximaal 10 opdrachten die de basis vormen voor vergelijking met zowel externe prijzen als de totale kosten voor het runnen van de centrale repro.** En opnieuw dient u voor elke taak te beschikken over een A4-equivalent aan prints in zwart/wit en kleur met nabewerking, plus bedragen zoals de interne prijs (per eenheid) en het totale aantal eenheden dat per jaar is geproduceerd.

Dit geeft u een soort munteenheid die vergelijkingen mogelijk maakt, omdat u weet dat u appels met appels vergelijkt. U kunt in allerlei problemen komen als u hier een ander pad kiest.

Het verzamelen van gegevens is één ding, de volgende stap – het analyseren ervan – is iets heel anders. We hebben hier niet de ruimte om dat tot in detail uit te leggen, maar u vindt alles wat u moet weten in **Canon's Handleiding voor vergelijken van interne en externe printkosten**. Dit document leidt u stap voor stap door het proces om vervolgens bij alle resultaten uit te komen – de vergelijking van interne kosten tegen interne doorbelasting ervan en een goede indicatie van de totale kostenbesparingen of meerkosten versus inkoop bij externe partijen. Neem voor uw exemplaar van deze handleiding contact op met uw Canon-accountmanager en ga aan de slag met de benchmarking van uw centrale repro.