


 Case study

Triumph: Helder en transparant samenwerken

De wens om efficiënter te werken ontstond al jaren eerder. De manier waarop had Juan Breuer, head of IT Northern Europe van Triumph, ook al lang voor ogen; middels een eigen 'Sharepoint-omgeving'. Ondanks dat Triumph internationaal gezien hier technisch nog niet klaar voor was, besloot Juan Breuer zijn idee te gaan verwezenlijken in een testomgeving. Daarvoor was een glasvezelverbinding noodzakelijk waarvoor hij weloverwogen koos voor Managed Service Provider Claranet als partner.

Triumph

Ooit gestart als een kleine korsetfabriek in 1886 in een schuur, nu is Triumph een toonaangevende producent van lingerie en ondermode, bad- en nachtkleding, met de merken Triumph, Sloggi, HOM en Valisère. Triumph International B.V. is een dochteronderneming van het gelijknamige Zwitserse concern. Momenteel bevindt Triumph zich in 120 landen over heel de wereld. Het succes van de producten van Triumph is het gevolg van een perfect samenspel van modische trends, functionaliteit, kwaliteit, comfort en een juiste prijs-kwaliteit verhouding. Dit alles in combinatie met een modern marketingbeleid.

Besparen

We zijn in gesprek met Juan Breuer van Triumph en vragen wat de voornaamste reden was om over te stappen op glasvezel. Juan Breuer: "Als verantwoordelijke voor IT in de Benelux besloot ik in 2007 uit kostenbesparingsoverwegingen de mogelijkheden te onderzoeken om de overstap te maken naar glasvezel. Op dat moment beschikten we over een dure 'koperen' internetverbinding van British Telecom. Door over te stappen op glasvezel zou Triumph Benelux op jaarbasis €14.000,- kunnen besparen. Zouden we in alle 120 Triumph landen over kunnen stappen dan zou dat het concern een enorme besparing opleveren. In de Benelux bleek het mogelijk, maar nog niet alle Triumph landen waren technisch al

zover. Nederland is qua verglazing altijd al een koploper geweest. Toen bleek dat door de overstap naar glasvezel Triumph Benelux de volledige centrale servercapaciteit zou nodig zou hebben en daardoor de andere Triumph landen compleet 'buitenspel' zou zetten, zijn we maar zo verstandig geweest nog even te wachten met een overstap naar glasvezel."

"We zochten een expert in glasvezel, geen leverancier maar een partner"

In 2011 kwam een glasvezelaansluiting toch weer ter sprake. De vooruitstrevende Breuer loopt altijd wat op zijn tijd vooruit en werkte op dat moment aan een nieuw concept met een eigen 'Sharepoint-omgeving'. Juan Breuer: "Sharepoint zou voor Triumph een totaal andere manier van samenwerken mogelijk maken, waarmee we een flinke efficiëntieslag zouden kunnen behalen. Om het platform te kunnen testen, had ik een testomgeving op basis van glasvezel nodig."

Triumph ging op zoek naar een geschikte glasvezelleverancier. Triumph hanteert een aanbestedingsbeleid: aan minstens vier verschillende partijen wordt gevraagd een offerte uit te brengen. Claranet was één van de vier. De meest geschikte kandidaat moest aan de nodige eisen voldoen. Juan Breuer licht ze toe: "We zochten een expert in glasvezel, geen leverancier maar een partner. Een partij die meedenkt en verder denkt dan enkel en alleen 'een aansluiting'. Bij voorkeur een lokale partij met goede leveringscondities, een uitstekende service en een transparante manier van zaken doen. En op zowel zakelijk als persoonlijk vlak moest het klikken, want..." zegt Juan Breuer met een lach: "Je doet geen zaken met een 'tent' maar met een 'vent' m/v."

Op de vraag waarom Juan Breuer uiteindelijk koos voor Claranet antwoordt hij het volgende: "Claranet blonk uit in transparantie en eerlijkheid. De vier verschillende voorstellen hebben ze voor ons objectief geanalyseerd en vergeleken. Ze gaven daarbij heel eerlijk aan wie bij welk onderdeel voordeliger/nadeliger uit de bus kwam. Bovendien was en is er echt sprake van een persoonlijke klik. Dat opgeteld bij Claranet's expertise en de zeer scherpe prijsstelling maakte voor ons de keuze wel heel erg gemakkelijk."

Aansluiten

Het aansluiten van Triumph op het glasvezelnet heeft al met al zo'n 10 weken geduurd. "Het had zelfs sneller gekund maar toen de schop de grond in ging was het begin december. Een periode van stevige vorst heeft de werkzaamheden flink vertraagd. Maar dat is overmacht, en dat hadden we ook ingecalculeerd. Uiteindelijk was het toch nog sneller voor elkaar dan ik ingeschat had."

Enthousiast vertelt Juan Breuer verder: "Toen die glasvezelverbinding er eenmaal lag kon ik aan de slag met het bouwen en inrichten van onze Sharepoint-omgeving. Sharepoint is gebaseerd op een '1'-documentbeleid. Dat wil zeggen dat er in plaats van 60 van elkaar verschillende kopieën van 1 document binnen een organisatie rondzwerven, er van ieder document maar 1 is, waaraan verschillende medewerkers tegelijkertijd kunnen werken. Dat wil zeggen dat je nooit meer werkt met een document met verouderde informatie. Op die manier voorkom je actualiteitsfouten én dubbel werk. Sharepoint gaat er ook vanuit dat iedereen verantwoordelijk is voor zijn eigen dagelijkse prestaties. De medewerkers die het daadwerkelijke werk doen zijn leidend, zij bepalen het succes."

"Sharepoint heeft een enorme positieve impact gehad op onze medewerkers."

Tegen de tijd dat we Sharepoint 'up and running' hadden in de testomgeving was Triumph Northern Europe klaar voor glasvezel. Omdat het management erg enthousiast was over het platform hebben we Sharepoint direct geïmplementeerd in de noordelijke Triumph-regio (Benelux, Nordics en Frankrijk). Het centrale platform van onze Sharepoint-omgeving bevindt zich in Denemarken."

Bottom-up

Door de invoer van Sharepoint is er veel veranderd binnen de Triumph-organisatie. Het management is hierdoor afgeslankt. Juan Breuer: "Sharepoint keerde de top-down structuur van onze organisatie 180 graden om en maakt bottom-up sturing mogelijk. Deze manier van aansturen begint bij effectieve en geïnformeerde betrokkenheid van alle medewerkers. Heeft iedereen toegang tot de informatie die hij nodig heeft om zijn werk te kunnen doen? Het gaat daarbij niet alleen om formele toegang (mag hij het zien?), maar ook om feitelijke voorzieningen die de informatie eenvoudig, compleet en overzichtelijk beschikbaar maken (kan hij er makkelijk bij?). Sharepoint is hét antwoord op al die vragen."

Dat de overstap van de oude situatie op 'Sharepoint' nogal wat heeft geveerd van de flexibiliteit van de medewerkers van Triumph zal duidelijk zijn. Juan Breuer: "we gingen zeker niet over één nacht ijs. Het is een intensief traject geweest waarin het IT-team nauw heeft samengewerkt met onze HR-afdeling. Samen hebben we iedere medewerker intensief klaargestoomd voor de nieuwe situatie. We hebben uitleg gegeven over de werking en het belang van Sharepoint. Want hoe goed een concept technisch ook in elkaar steekt, het succes ervan valt of staat bij de acceptatie van de medewerkers."



Sharepoint biedt enorm veel voordelen voor onze organisatie. Om een paar sprekende voorbeelden te noemen: We hebben geen gedrukte versie van het collectieboek meer nodig. De collectie is online in te zien en ook altijd up-to-date. Daarnaast maakt Sharepoint bijvoorbeeld in één oogopslag inzichtelijk of een afdeling nog financiële ruimte heeft om een nieuwe medewerker aan te nemen, mocht dat wenselijk zijn. Sharepoint heeft een enorme (positieve) impact gehad op onze organisatie. De betrokkenheid van al onze medewerkers is enorm gestegen. En de gehele organisatie is veel efficiënter ingericht. Maar hoe goed Sharepoint ook functioneert, het was nooit mogelijk geweest zonder glasvezel. Alhoewel het wellicht niet persé nodig is om veel bandbreedte te hebben, verbetert het de gebruikerservaring en zorgt ervoor dat dit project een enorm succes is geworden. Dus Claranet bedankt!"

Samenwerken met Claranet

"Ik werk ontzettend graag met Claranet. Het is een fijne club, open en eerlijk; en deskundig en vaardig in hun vak. Ze komen altijd hun afspraken na, echt een betrouwbare partij waarop je kunt rekenen."