

AAE en NTS over D&D

OPEN, PROACTIEVE HOUDING GEWAARDEERD

D&D Kunststofbewerking is op veel fronten een proactief bedrijf. De medewerkers geven gevraagd en ongevraagd zinvolle feedback en communiceren alert en open. Daarbij is D&D een zeer flexibele, ontzorgende onderneming. Althans, dat is de beleving van twee grote klanten van het Geldropse bedrijf.



D&D-directeuren Jan van Dijk (links) en Albert Dekkers: 'Vroeger deed je gewoon wat gevraagd werd. Nu is het veel meer een kwestie van nauw samenwerken.' Foto: Bart van Overbeek

door Martin van Zaalen

D&D Kunststofbewerking is sterk gespecialiseerd in – de naam zegt het al – het bewerken van kunststoffen en beheerst daartoe technieken als frezen, draaien en lassen, maar ook buigen en lijmen. Welke bewerking bij welk type kunststof past, daar weten ze alles van in Geldrop, stelt Rob van Zutphen, inkoopmanager bij de bouwer van mechatronische systemen NTS Mechatronics: 'Zij kennen het gedrag van kunststoffen tijdens bewerken. Dat kan voor hoogprecisie-toepassingen cruciaal zijn.'

FEEDBACK

De relatie met D&D is nog niet van die aard dat

NTS de kunststofbewerker al regelmatig betreft bij de productontwikkeling. 'Welke kunststof we gaan gebruiken, bepalen we voornamelijk zelf. Daarvoor hebben we voldoende kennis in huis. Maar we vragen D&D wel altijd om feedback. En anders nemen ze daartoe zelf wel het initiatief.' Om goede terugkoppeling te kunnen geven, komen medewerkers van D&D al in de offertefase kijken bij NTS. Dan kunnen ze zich een zo goed mogelijk beeld vormen van de functie van het onderdeel dat ze mogelijk gaan leveren, ervoert Van Zutphen: 'Daar nemen ze de tijd voor. Ze hebben de deskundigheid om de juiste vragen te stellen, om echt scherp te krijgen waarom het zo op tekening is gezet.'

Inkoopmanager Joost van der Velden van AAE

heeft ook goede ervaringen met de 'feedback-kwaliteiten' van D&D. Hij geeft een voorbeeld: 'Wij gaan bepaalde *assemblies* maken voor een semiconklient. D&D zou die gaan toeleveren als monodeel, maar het bedrijf heeft zelf het initiatief genomen om dat in de vorm van subassemblies te gaan doen. Dat bespaart ons een heleboel logistieke kosten.' Een kwestie van meedenken aan de hand van de tekening. Feedback geven is hun sterke kant, onderstreept zijn inkoopcollega Jos de Groot: 'Als de specificaties het gebruik van een bepaalde lijmsort voorschrijven, weten ze bij D&D wel of die lijm echt houdt en anders komen ze met een alternatief. Mede door die proactieve houding passen ze goed in ons *supply chain*-beleid.'

DÉ PARTIJ

D&D werkt ook voor AAE vrijwel uitsluitend op basis van 'specs'. Zelf mee-engineeren verwacht AAE niet van D&D. 'Wij werken veel met klanten die een compleet tekenpakket aanleveren. Voor onze bedrukkings- en assemblagemachines, die we leveren onder de naam Grauel, en voor onze speciaal machines doen we de complete ontwikkeling zelf. Nee, daar betrekken we D&D niet in een vroeg stadium bij. Dat is ook niet nodig, want wij hebben zelf veel kennis van kunststoffen in huis. Maar hebben we vragen, dan weten we D&D te vinden. Het is voor ons wel dé partij voor kunststoffen.'

GROOTSTE KRACHT

D&D's grootste kracht ligt in het verlagen van de kosten van de uitbesteder, vinden de inkopers van NTS en AAE. De NTS-inkoper: 'Daarmee lopen ze voor op veel andere kunststofbewerker.' Door de platte organisatiestructuur, analyseert hij, is de lijn tussen directie en werkvloer zeer kort. Zo kunnen problemen flexibel worden opgelost. 'Ze denken in oplossingen. Als ik op vrijdag bel dat we een fout hebben gemaakt, maar dat we bepaalde componenten echt op maandag nodig

hebben, dan zeggen ze nooit 'kan niet'. Ze gaan altijd op zoek naar een oplossing met overwerk in het weekend. Door de grote betrokkenheid van het personeel lukt dat vrijwel altijd. Als klant sta je echt voorop.'

Initiatiefrijk in het verkorten van doorlooptijden is D&D niet, maar desgevraagd komen ze altijd met goede oplossingen. 'Een semiconklant van ons kon twee machines verkopen, maar die moesten dan wel binnen acht in plaats van achttien weken worden geleverd. Die omzet wil je, zeker in deze tijd, niet missen. D&D ook niet,

'Ze denken in oplossingen'

want ze hebben het opgelost.' En, afspraak is afspraak in Geldrop. 'Het is een heel open communicerend bedrijf. Bij problemen informeren ze je ruim op tijd, niet als het al te laat is', is de ervaring van De Groot.

NIET DUUR

Volgens NTS'er Van Zutphen is het ook geen duur bedrijf: 'En als je erom vraagt, komen ze met goede voorstellen om bijvoorbeeld bepaalde functies te saneren of met andere materialen te gaan werken om de kosten verder omlaag te

brenge.' Dat D&D niet zelf het initiatief neemt om prijzen te verlagen, nemen de twee klantbedrijven hun toeleverancier niet kwalijk. Van der Velden: 'Als ik aangeef dat ik de indruk heb dat ze aan de dure kant zijn, dan reageren ze heel open. Vaak zit het 'm in hun eigen inkoopkosten. Door de recessie hebben wij onze prijzen naar beneden moeten bijstellen en zij zijn daar in meegegaan.'

VEEL ERVARING

D&D-directeur Jan van Dijk verklaart de diepgaande kennis van kunststoffen en het bewerken

daarvan uit decennia aan ervaring van hemzelf en zijn compagnon Albert Dekkers. 'En we hebben weinig last van verloop, dus ook bij ons personeel zit veel ervaring en kennis.' Dat stelt D&D in staat feedback te geven op specificaties van de klant, een kwaliteit die tegenwoordig onontbeerlijk is. 'Vroeger deed je gewoon wat gevraagd werd. Nu is het veel meer een kwestie van nauw samenwerken. Zo geef je sturing aan het ontwerp en voorkom je dat er later in het proces problemen ontstaan. Want daar is tegenwoordig geen tijd meer voor en ook zijn de producten er te

complex voor geworden.'

Dat zijn onderneming geroemd wordt voor haar flexibiliteit, is te danken aan de omvang en het platte karakter van de organisatie. 'Het gaat erom dat je medewerkers dezelfde beleving hebben bij een opdracht als jij. Daardoor kunnen we snel reageren op vragen van de klant. Natuurlijk moeten dat niet altijd ad-hocvragen zijn, maar als het echt cruciaal is, ook voor onszelf, dan zorgen we gewoon dat er een oplossing komt', aldus Van Dijk, die beseft dat de korte lijnen binnen D&D ook zijn kosten laag houden: 'Bureaucratie kost tijd en geld.'

SCOREN

'Open communiceren' is voor hem een vanzelfsprekendheid. 'Je moet altijd doen wat je belooft. Lukt dat niet en zijn er problemen, dan moet je daar open over zijn. Dat zit denk ik gewoon in mijn karakter.' Zo probeert D&D ervoor te zorgen dat de klant op het juiste moment en tegen de juiste prijs het juiste product op de markt kan brengen. 'Want alleen dan kan de klant scoren. En alleen als hij scoort, kunnen wij scoren.' ●

links

www.nts-group.nl

www.aeebv.com

www.dd-kunststoffen.nl