



Signature Foods°

“Ze dachten dat er geen oplossing was, maar die mensen kenden SyncForce nog niet.”

Al sinds Lars Jansen bij Signature Foods kwam werken, had hij het idee om de (grote) stroom aan productinformatie te automatiseren. Maar niemand dacht dat er voor Signature Foods een passende oplossing zou bestaan - tot SyncForce in beeld kwam.

Signature Foods is in Nederland vooral bekend door Johma Salades, maar het assortiment gaat verder dan dat. “Als je mij vraagt wat we precies doen, dan zeg ik altijd, het produceren én verkopen van maaltijdcomponenten en koelverse producten voor bij de borrel” vertelt Lars Jansen, Product & Business Development Manager Foodservice. Zo’n achtehalf jaar geleden kwam hij werken bij Signature Foods, en vanaf het begin zag hij een uitdaging voor het stroomlijnen van de productinformatie.

Ingewikkeld betekent niet dat het onmogelijk is

“Ik mopperde regelmatig dat we onze productinformatie nog op een ouderwetse manier deelden met GS1. Bij het vorige bedrijf waar ik werkte, was daarvoor een basale softwareoplossing, bij Signature Foods werd alles nog ‘met de hand gedaan’ en in Excel. Maar een volledig geautomatiseerde oplossing zou niet mogelijk zijn.”

In 2019 startte binnen Signature Foods de werkgroep ‘Efficiënter en effectiever Werken’. Daaruit bleek dat er op dat moment een te lage datakwaliteit was om aan alle GS1-eisen te voldoen. Grote afnemers zoals Albert Heijn en andere supermarktketens hadden hier last van. Zelfs zoveel last dat ze dreigden boetes uit te delen of zelfs Signature Foods producten niet meer op te nemen.

“Zover wilden we het natuurlijk niet laten komen,” vertelt Jansen. “Ik haalde mijn oude idee voor de automatisering van dit proces weer uit de kast en we gingen op zoek naar een oplossing die wél zou passen.”

Dit kun je niet even googelen

Een passend systeem vinden voor de verwerking van je productinformatie is niet alleen ‘een kwestie van googelen’ volgens Jansen. “Toch hadden we redelijk snel een idee van wat we nodig hadden. Eén van onze collega’s bracht ons in contact met Zwanenberg Food Group dat het Product Success Platform van SyncForce gebruikt. En dat systeem kan precies dat, waarvan zoveel mensen dachten dat het niet mogelijk was.”

Al snel besloot Signature Foods dat SyncForce de partij was waar ze mee in zee wilden. “Wat me bijblijft, is de eerste kennismaking met SyncForce. Er waren allemaal mensen uit de praktijk betrokken bij ons project, die zich enorm goed konden inleven in onze situatie. Ze kwamen zeker niet alleen een softwarepakket verkopen.”

De eerste workshops met Signature Foods en SyncForce implementatie partner Acterus waren er vooral op gericht om te kijken welke oplossing het beste zou passen. “Dat was heel open, het was niet direct gericht op verkoop van het systeem, maar wel op alles heel goed inzichtelijk krijgen.”

Een nieuw snelheidsrecord?!

Vlak voor de coronapandemie begon, zijn Signature Foods en SyncForce samen aan de slag gegaan. “Ik had het idee opgevat om een nieuw record te vestigen met deze implementatie,” vertelt Jansen lachend. “Maar dat is dus niet helemaal gelukt.” Eerst moest de interne data van Signature Foods helemaal op orde gebracht worden en al snel konden we alleen nog werken op afstand vanwege de coronamaatregelen.

“Ik vind SyncForce een bijzonder mooi platform waarmee je een groot deel van je productontwikkelingsproces kunt stroomlijnen. Van een eerste idee, tot en met de introductie in de markt.”

Lars Jansen
Product & Business Development Manager Foodservice

“Ook al hebben we geen snelheidsrecord gebroken en konden we elkaar niet fysiek ontmoeten, we hebben wél erg prettig kunnen samenwerken,” vindt Jansen. “Trello en Zoom of Teams zijn uitstekende tools om ook dit soort complexe trajecten in goede banen te leiden. Tel daarbij op dat bij beide organisaties mensen zaten die heel gedreven waren om dit project af te ronden – en je ziet dat je ondanks wat obstakels samen hard door kunt werken.”

Het resultaat gaat (veel) verder dan alleen efficiency

Op dit moment wordt productinformatie vanuit SyncForce volledig automatisch uitgewisseld met twee databases: GS1 en PS in Foodservice. Daarbij zijn ook twee interne outputs gecreëerd. Eén voor het automatisch printen van de productinformatie op de etiketten, zo zijn die altijd actueel. En een output voor een speciale productwerkinstructie voor de fabriek.

“Een volstrekt andere aanpak dan vroeger dus,” vertelt Jansen. “Alleen al voor het verwerken van de productinformatie hadden we voorheen iemand die daar de hele dag mee bezig was. Diegene was natuurlijk onmisbaar, want dit is niet een traject dat je zomaar even overneemt. Onze “productinformatieverwerker” staat betrekkelijk kort voor zijn pensioen, dat is nu gelukkig ook mogelijk.”

Voor ongeveer 500 verschillende producten van Signature Foods wordt de productinformatie nu verwerkt met het Product Success Platform van SyncForce. Het maatwerk dat er binnen deze standaardoplossing alsnog mogelijk is, vindt Jansen ook een grote pré: “Veel productinformatie wordt door SyncForce ook gebruikt voor de speciale werkinstructies voor de fabriek. Dat is erg slim en goed gemaakt, het levert ons ontzettend veel uniformiteit in communicatie en efficiency op.”

Een aanrader voor andere bedrijven binnen de Food sector?

Op de vraag of hij SyncForce ook zou aanbevelen aan anderen, komt een overtuigend “ja, natuurlijk!”

“Ik vind SyncForce een bijzonder mooi platform waarmee je een groot deel van je productont-

wikkelingsproces kunt stroomlijnen. Van een eerste idee, tot en met de introductie in de markt. Uiteindelijk willen we wellicht ook andere onderdelen van het systeem gaan gebruiken zoals de Project Management module.”

Los van het platform is Jansen ook onder de indruk van de mensen van SyncForce en Acterus: “Beide bedrijven hebben veel ervaring in de food sector. Ze hebben precies de specialistische kennis die nodig is om dit soort projecten te kunnen oppakken. Het zijn natuurlijk commerciële bedrijven, maar iedereen is zo betrokken en oprecht geïnteresseerd. We zijn bij hen in goede handen.”

