

# BEPAAAL JE IDEALE PRODUCTIESTRATEGIE

Om je productieproces zo efficiënt mogelijk aan te sturen heb je een bepaalde productiestrategie nodig. Die bepaalt wat, wanneer en hoeveel je produceert. Typisch onderscheiden we twee soorten, elk met hun specifieke kenmerken:

- De **push-strategie** is gestuurd door het aanbod, waarbij je je product doorheen je productieproces naar de eindklant 'duwt'.
- De **pull-strategie** is gestuurd door de vraag, waarbij de eindklant je product doorheen je proces 'trekt'.

Bij een push-strategie bouw je systematisch voorraad op om je klanten te belevaren. Je garandeert zo een korte levertijd, maar je kan weinig flexibel inspelen op onverwachte vraagveranderingen. Bovendien heb je hogere voorraadkosten. Door te kiezen voor een pull-strategie stem je je productiesysteem af op de vraag van je klant en produceer je op basis van je actuele omzetcijfers. Als de omstandigheden het toelaten, is pull meestal de beste keuze.



Win-win voor jou en de klant  
bij het kiezen van de juiste  
strategie:



- Tevreden klanten door aanvaardbare levertermijnen.
- Minder voorraden of overschotten.
- Minimaal omzetverlies door te lage voorraden.

## tips & tricks

### 1 Bestellen je klanten uit een vast gamma?

Wanneer je voornamelijk een vast productgamma verkoopt op een redelijk voorspelbare manier, dan is de **push-strategie** een geschikte keuze. Hierbij lever je producten uit voorraad. Bijvoorbeeld voor een bakkerij, een teeltplan, ...

- Je maakt een voorspelling van de vraag op basis van historische data.
- Je stemt je productieplanning en de hoeveelheden hierop af.
- Je bouwt zo een bepaalde voorraad op.
- De productie vult de voorraad – dagelijks of wekelijks – terug aan.
- Je weegt efficiëntie (minder ombouwen) en houdbaarheid / voorraadkost tegen elkaar af tijdens je productieproces.

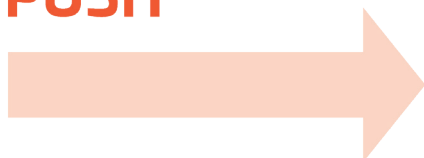
De **voordelen** van deze manier van werken zijn:

- Je levertijd is sneller.
- Je anticipeert de vraag door op voorhand te produceren.
- Je kan dagproductie vrijhouden voor speciale aanvragen, die geen deel uitmaken van het vast gamma.
- Je kan je voorraad aanvullen op een kalmer moment.

Toch zijn er een aantal **aandachtspunten**:

- Je hebt hoge voorraadniveaus met bijhorende voorraadkosten.
- Je produceert niet op basis van de effectieve huidige klantvraag. Hierdoor weet je niet of je klant effectief je producten zal aankopen in de geschatte hoeveelheid.
- Je opgebouwde voorraad kan dus te hoog zijn, omdat de vraag niet volgt, of te laag zijn omdat klanten meer vragen dan je geproduceerd hebt.
- Bij te hoge voorraad zit je met kosten om overschotten te vernietigen of met extra voorraadkosten.
- Bij te lage voorraad verlies je inkomsten.
- Je productieproces kan zich niet onmiddellijk aanpassen aan grote, onverwachte fluctuaties in de vraag.

**PUSH**



## 2 Bestellen je klanten producten op maat?

Vragen je klanten specifieke producten op maat, bijvoorbeeld volgens een eigen recept of samenstelling (bv. een streekmand), of kopen ze producten eenmalig of sporadisch aan, dan is **pull-productie** interessant. Voor deze producten wil je namelijk geen voorraad opbouwen. Je produceert dus op order. De strategie biedt een antwoord op de tekortkomingen van de push-methode.

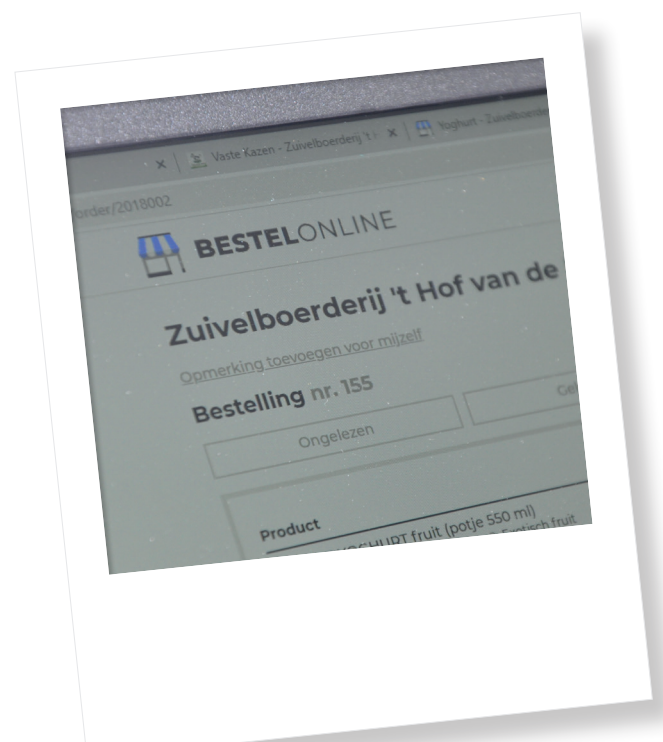
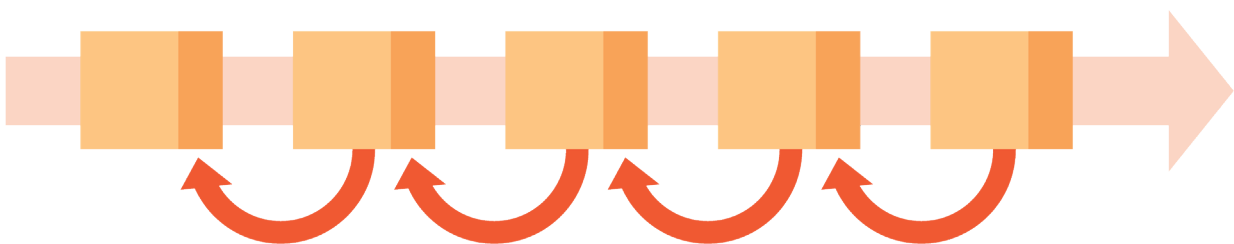
- Je verkoopt eerst je producten aan je klant.
- Als de klantbestelling binnen is, start je met productie.
- Zo produceer je enkel wat, hoeveel en wanneer iets nodig is.
- Je produceert net genoeg om aan de klantvraag te voldoen en bouwt geen voorraad op.

**Aandachtspunten** bij pull-productie:

- Je hebt alle details van de bestelling nodig om de productie te starten (smaak, type, vorm, ...).
- Je zit met een langere doorlooptijd want je begint pas als de bestelling binnenkomt.

De processtap die dichterbij de klant staat, geeft een signaal aan de voorgaande stap om in actie te schieten.

## PULL



### 3 Bestellen je klanten producten op maat?

Het is niet voor elk bedrijf mogelijk of opportuun om volledig pull-georiënteerd te werken.

- Sommige organisaties moeten in vaste batches produceren.
- Niet alle klanten kunnen op voorhand bestellen.
  - Denk aan een bakkerij waar je spontaan een brood of koffiekoek koopt.
  - Of neem nu een hoevewinkel, waar je op een warme dag à la minute met je gezin een ijsje haalt.

Een combinatie van een push- en pull-productie biedt dan een uitkomst. Zo kan je als kleinschalig voedingsbedrijf voor je b2b-klanten pull-georiënteerd werken, dus op basis van vooraf binnengekregen bestellingen, en tegelijk rechtstreeks voor de consument werken, op basis van voorspelde verkoophoeveelheden. Zo geniet je van de voordelen van beide strategieën.



Win tijd door generieke voorbereiding: bouw voorraad op uit **half-afgewerkte producten** die je tot verschillende eindproducten kan afwerken. Zo moet je niet van nul beginnen als een bestelling binnenkomt en kan je voorraad flexibel aanvullen op een moment naar keuze. Bv. taartbodems om diverse soorten taarten te maken.

B2B op bestelling



B2C in de winkel



FOTOGRAFIE Beeldmagie • ILLUSTRATIES Blue Fury

Het plattelandsontwikkelingsproject SPRONG (Stroomlijnen Processen & Rendement Optimalisatie leidt tot beter Netwerk & Groei) kwam tot stand met steun van VLM, de Provincie West-Vlaanderen en het ELFP0, Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland.