

Orla bestiller tilbehør til svinestien på nettet

Selvom man er et svin, kan man godt gå endog rigtig meget op i hygiejne og praktisk indretning af de daglige omgivelser. Det ved Orla alt om som landmand med en svinebesætning på 2600 grise. Modsat den generelle opfattelse blandt lægfolk, så ved Orla at grisen, på ingen måde er et svin, men faktisk et af de mest renlige dyr. Det stiller store krav til indretning af såvel stald som udearealer, hvis grisene skal have god livskvalitet.

Sammen med Vilofarm har Navtilus gjort det meget lettere for Orla at sørge godt for sine grise. Inventar til deres hjem bestilles på nettet, akkurat som hvis han shoppede boligindretning til stuehuset. Det sparer masser af tid og besvær og er desuden meget billigere.

I sidste ende giver det krølle på halen for både Orla og hans 2600 grise.



Livskvalitet gennem it

“Vi er gået fra underskud til overskud, og selvom vi med effektivisering og selvbetjening har fjernet manuelt arbejde, så har vi fået flere medarbejdere, og vi har flyttet ressourcer til mere værdiskabende aktiviteter”

Vilofarm har på kun godt to år fuldstændigt ændret salgsstrategi, så 70% af omsætningen nu kommer via webshoppen, hvor det tidligere var under 10%. Virksomhedens økonomi er vendt fra underskud til overskud og omsætningen oplever nu kraftig fremgang, endda i et faldende marked. Vilofarms webshop, der især er rettet mod de danske landmænd, har været udnævnt til årets B2B website af FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel. Det skete med den begrundelse, “at man har vist, hvordan man skaber en bedre og mere profitabel forretning ved at foretage et målrettet skifte af den primære salgskanal fra offline til online handel.”

Bag denne succes på nettet ligger en konstruktiv, dedikeret og idérig indsats fra tre virksomheder, nemlig foruden fra Vilofarm selv også fra webfirmaet LandIT og fra Microsoft Dynamics NAV leverandøren Navtilus, fortæller Henrik Knudsen, direktør i Vilofarm.

“Jeg har lige fra dag ét opfordret alle medarbejderne til at arbejde med hovedet og ikke med armene, og alle er blevet opfordret til at komme med idéer til, hvordan vi kan gøre tingene smartere. Og det budskab har de taget til sig, fordi de jo dermed også er med til at sikre deres job, når vores virksomhed fornyer sig og er progressiv.”

Den største ændring er sket på salgssiden, hvor Vilofarms webshop er i konstant videreudvikling og er blevet en så massiv succes, at man nu har opbygget i alt 20 internet-butikker i fire lande på den samme tekniske grundplatform. vilofarm.dk er den største af disse internet-butikker, og det er dér, man går forrest med nye funktioner. Blandt de funktioner, som kunderne og medarbejderne er mest glade for, nævner Henrik Knudsen:

“Al produktinformation med fotos er lagt ind som et elektronisk katalog, som man kan søge i. Alle varer kan købes online og på konto. Kunderne har individuel adgangskode og får rabat efter, hvor meget de køber. Kunderne kan lægge faste ordrer ind, som Microsoft Dynamics NAV holder styr på og danner nye ordrer, når kunden skal bruge nye varer. Stamoplysninger udlæses fra Vilofarms Dynamics NAV løsning hver nat og sendes til webserveren, der fordele dem rundt til de forskellige webshops. Stamoplysningerne er data om produkter, debitorer og fragtrater osv. Når data er indlæst i databasen og priser er konverteret til lokal valuta for de udenlandske webshops vedkommende, så dannes der filer med prislistes, som ligger klar til download til de kunder, der ønsker det. Der er på alle måder en meget tæt integration mellem de to systemer.”

“Vi har fået flere medarbejdere, og vi har kunnet flytte ressourcer til mere værdiskabende aktiviteter.”

Ekspllosion i websalget

Hvor der før var 8-9 medarbejdere beskæftiget med at modtage ordrer pr. telefon og telefax, så er det nu kun 2 eller 3, og de tager sig næsten kun af den slags ordrer, hvor kunderne skal have eksperthjælp til at vælge de rigtige varer. Så man har fjernet en masse manuelt arbejde og lavet det om til selvbetjening på nettet. Og det er sket uden at fyre nogen, understreger Henrik Knudsen: “Vi har fået flere medarbejdere, og vi har kunnet flytte ressourcer til mere værdiskabende aktiviteter.”

Som ekstra gevinst med webshoppen, ikke mindst for kunderne, nævner Henrik Knudsen, at den altid er åben, hvor telefonsalget kun var åbent fra 7.30 til 15.30 fem dage om ugen.

Totalleverandør

“En anden stor gevinst er, at vi i højere grad er blevet totalleverandør”, tilføjer Henrik Knudsen: “Vi har jo flere store konkurrenter, og mange af vores kunder handler også hos dem. Men vores webshops – med deres mange servicetilbud til kunderne – har betydet, at vi i højere grad er blevet totalleverandør, hvor landmændene køber det hele hos os. Dels fordi de så får større rabat, men også fordi det er nemmere for dem.”

Den hovedansvarlige for opbygningen af webshoppen har været LandIT, der er specialist i webløsninger til dansk landbrug. De har skabt webbshoppen og, i tæt samarbejde med Navtilus, integreret dem med Vilofarms Microsoft Dynamics NAV løsning. En indsats, som Henrik Knudsen har været meget tilfreds med.

“Vi har fået skabt en ånd, hvor alle tænker smartere. Ikke kun på it-området, men med alt. Vores succes med webshoppen har betydet, at afsætningen stiger med 15% om året og det endda i et vigende marked.”

Kunde	Vilofarm
Benytter NAV-version	NAV 2009
Antal medarb./NAV-brugere	17/31
Benytter bl.a. følgende moduler	Automatisk pluk efter udløb, automatisk afsendelse af dokumenter, direkte levering, webshop styret fra NAV, håndscannerløsning, integration til consignor, Navtilus PDF modul.
Virksomhedsoplysninger	Vilofarm er en betydelig leverandør til det professionelle landbrug, ligesom også fritidslandmænd og heste- og hobbydyrsbutikker er blandt kunderne.