

Case Study

Leo Burnett (Mellemøsten/ Nordafrika)



Gearet til vækst med lave omkostninger

Med Maconomys Agency Solution har Leo Burnett fået bedre styr på sin stadigt udviklende og komplekse kommunikationsvirksomhed og er begyndt at høste fortjenesten af at have strømlinet sine processer.

Leo Burnett (Mellemøsten/Nordafrika) er en del af den verdensomspændende organisation Leo Burnett og ejes af Publicis Groupe. Leo Burnett har hovedkontor i Dubai, som også er centrum for virksomhedens aktiviteter i regionen.

I de sidste 5 år har Leo Burnett oplevet en kraftig vækst. Antallet af medarbejdere i Dubai alene er tredoblet til 180, og i andre lande er der blevet oprettet flere kontorer. Kontoret i Dubai er blevet udvidet fra 1 til 7 forretningsenheder, der dækker reklame, PR, digitale ydelser, CRM, Tv-redigering og efter-synkronisering.

På grund af denne hurtige vækst besluttede Leo Burnett at lede efter en passende ERP-løsning til understøttelse af følgende områder:

- Vækst og væksthåndtering
- Strømlining af processer på tværs af forskellige forretningstyper
- Større forretningsforståelse for medarbejdere uden for økonomiafdelingen med henblik på at forbedre sags- og kundereabilitet
- Bedre værktøjer til styring af hele organisationen

En løsning gearet til bureauer

Valget faldt hurtigt på Maconomy, da Leo Burnett i Skandinavien og UK allerede benyttede Maconomy.

”Det var faktisk en nem beslutning at vælge Maconomy, fordi Maconomys Agency Solution er skræddersyet til reklamebureauer og er rig på funktionalitet til vores virksomhed. Derudover tog implementeringen kortere tid end for en traditionel forretningsløsning, da der ikke skulle bruges meget tid på tilretninger”, udtaler Bassem Aboukhater, IT-chef hos Leo Burnett Dubai.



Accept fra hele organisationen

Leo Burnett gik i luften med deres Maconomy-system i marts 2004 på tværs af alle forretningsenheder i Dubai og med en forretningsmodel, der var gearet til at få flere lande om bord i fremtiden.

“Vi sparer mange administrative timer hver måned, får vores penge fra kunderne meget hurtigere og har færre nedskrivninger på kunder som følge af forbedringerne i vores faktureringsprocesser.”

”Det var vigtigt for os at have vores medarbejders tillid og accept i forbindelse med de ændringer, der lå forude, og derfor var alle afdelingerne repræsenteret i implementeringsteamet”, forklarer Aboukhater og fortsætter: “Det betød også, at vi dækkede alle behovene inden for vores forskellige forretningsområder”. På den måde kunne tilretningerne holdes på et minimum.

Plads til vækst og bedre væksthåndtering

Leo Burnett har nu et solidt grundlag for at håndtere organisk vækst samt vækst gennem overtagelser. Aboukhater forklarer: “I takt med at vi vokser, er det en kæmpe fordel at have en skalerbar løsning, der gør det muligt hurtigt at oprette en ny forretningsenhed og indføre den eksisterende forretningsstruktur”. Louis Trad, regional økonomidirektør for Leo Burnett (Mellemøsten/Nordafrika), tilføjer: “Vi vil kunne håndtere meget mere arbejde med vores nuværende ressourcer, fordi vi bruger mindre tid på administration. Dette skyldes hovedsageligt, at vi nu har alle de relevante kundeplysninger samlet ét sted og et system, der kan håndtere godkendelser online”.

Indførelse af ”best practice”

Leo Burnett ønskede, at de bedste innovationer fra forskellige forretningssegmenter blev anvendt globalt i virksomheden. Maconomy gjorde det muligt at realisere

dette ønske. Nu er der kun én måde at aflevere time- og udgiftssedler på og få sidstnævnte refunderet. Standardprocedurer for fakturering, håndtering af udeståender og opnåelse af godkendelse på forskellige sagsniveauer sikrer en vellykket sagsgennemførelse, en positiv likviditet, intern kontrol osv.

Forbedrede faktureringsprocesser

Faktureringsprocessen var et af de områder til forbedring, der var særligt fokus på. Leo Burnett ønskede at reducere den tid, der blev brugt på at forberede fakturaer, og nedbringe forsinkelser i faktureringen, der til tider gjorde det vanskeligt at opkræve betaling. I dag faktureres sager, så snart de lukkes eller på månedsbasis. Hvis der ikke er faktureret på en sag i et stykke tid, kan kontaktdirektøren se det og spørge hvorfor.

Den nye faktureringsproces har også nedbragt genindtastninger af data og manuelt arbejde. Førhen indtastede account managere en masse tekst i forbindelse med et tilbud, som så igen blev indtastet på faktureringstidspunktet. Og projektlederne afleverede faktureringsgrundlaget til økonomi-



afdelingen på papir, som nemt kunne ende i cirkulation mellem projektlederne og personalet i økonomiafdelingen.

Nu forbereder projektlederne faktura-kladder direkte i systemet. Økonomiafdelingen checker kun, at leverandørfakturaerne modsvarer kundefakturaerne og sender dem derefter ud. "Vi sparer mange administrative timer hver måned, får vores penge fra kunderne meget hurtigere og har færre nedskrivninger på kunder som følge af forbedringerne i vores faktureringsprocesser", konkluderer Trad.

Bedre forretningsforståelse

I dag har ikke blot ledelsen, men også account managere og andre medarbejdere en meget bedre forståelse af virksomheden og den positive indflydelse de kan have. "De af vores medarbejdere, der er ude hos kunderne, har nu rent faktisk styr på, hvilke sager og kunder der er rentable og urentable, og modsat tidligere er dette ikke baseret på en fornemmelse men på fakta. Vi forstår nu, hvor det er pengene tjenes – hvilken branche og kunde samt hvilket område og marked", udtaler Trad.

Bedre kunderentabilitet og -service

Leo Burnett har nu fuld indsigt i, hvor meget tid der bliver brugt – ikke kun på kundeniveau, men også på bestemte kundesager og ikke-fakturerbare aktiviteter. Aboukhater forklarer: "Dette hjælper os ikke kun til at bestemme, om vi har det rette kapacitetsniveau og anvender vores ressourcer optimalt, men også til bedre at forstå hvad gentagende eller lignende projekter koster os. Det kan for eksempel hjælpe os med at retfærdiggøre en stigning i udfaktureringer".

Account managere kan nu proaktivt undgå potentielle budgetoverskridelser og har mulighed for at afvise timer, hvis de ikke kan begrundes. Førhen var det ikke muligt at dykke ned i detaljer om, hvorvidt registrerede timer for arbejde på et brand var rimelige. Aboukhater forklarer, "Account managere kan yde bedre service til kunderne – i forbindelse med genbestillinger kan de se, hvilken leverandør der blev brugt, hvad de betalte, og hvad der blev bestilt".

Bedre og hurtigere rapportering

I dag kan Leo Burnett se detaljerede oplysninger på brand- og produktniveau samt oplysninger om kontraktspesifikationer, indkøb, leverandørfakturaer, budgetter og de faktiske omkostninger for bestemte sager.

På samme måde er det blevet meget lettere at generere rapporter, fordi alle tallene for forretningsenhederne er i det samme system og er baseret på en konsekvent datamodel. "Førhen tog det en halv dag at trække rapporter ud. Nu tager det kun 10 minutter, og det er selvfølgelig også blevet nemmere at svare på opfølgningsspørgsmål", siger Bassel Kakish, økonomidirektør.

Kort tilbagebetalingstid

Som i ethvert andet firma skal IT-investeringer af en vis størrelse begrundes. "Vi forventer en tilbagebetalingstid på ca. to år, og det inkluderer vores investering i forberedelsen af vores Maconomy-løsning til anvendelse i andre lande", konkluderer Aboukhater.

Opnåede fordele fra Maconomy

- Kortere administrationstid i forbindelse med tilbud og fakturering som følge af, at genindtastninger af data og manuelt arbejde er reduceret
- Likviditeten er forbedret takket være hurtigere fakturering
- Færre nedskrivninger på kunder som følge af hurtigere fakturering og bedre dokumentation af aktiviteter
- Understøttelse til fremtidige implementeringer takket være systemets skalerbare infrastruktur
- Der bruges kortere tid på rapporter og grupperapportering
- Ensretning af processer på tværs af forretningsenheder
- Basis for bedre sagsrentabilitet
- Bedre kundeservice med færre omkostninger
- Bedre intern kontrol over de forskellige processer i et reklamebureau

Om Leo Burnett:

Leo Burnett (Mellemøsten/Nordafrika) er en del af den verdensomspændende organisation Leo Burnett, som ejes af Publicis Groupe og er blandt de ti største i det globale reklamenetværk. Leo Burnett har hovedkontor i Dubai, De forenede arabiske Emirater og desuden kontorer i Saudi-Arabien, Libanon, Kuwait, Egypten og Marokko.

Louis Trad,
Regional økonomidirektør
Leo Burnett (Mellemøsten/Nordafrika)



Bassem Aboukhater,
IT-chef
Leo Burnett Dubai

