

COLUMNS | 19 MAART 2021

DO IT YOURSELF IN TOGETHERNESS...

Auteur: Ronald Jansen

Leestijd: 3 min

Oranje. De pandemie heeft niet alleen ons land in de greep, maar kleurt de hele wereld oranje. En helaas niet omdat Nederland het WK voetbal zou hebben gewonnen. Ook bij IKEA maken we ons ernstige zorgen over de situatie in de wereld, aangezien wij onze activiteiten in 32 landen ontplooiën. Business continuity houdt velen van ons meer dan ooit bezig. De winkels zijn in veel landen gesloten en we proberen alle zeilen bij te zetten om de online bestellingen op acceptabele wijze bij de klanten te krijgen. Dat gaat gepaard met veel kunst- en vliegwerk en het maakt nieuwe bottlenecks in de keten duidelijk.

Wapen. We schieten niet in een paniekmodus, maar bespreken hoe we de uitdagingen op een creatieve wijze het hoofd kunnen bieden, met onze waarden als centraal uitgangspunt. Als ik daar langer over nadenk, realiseer ik mij dat de IKEA-waarden eigenlijk ons belangrijkste wapen zijn in de strijd om business continuity te realiseren. Waar ik de laatste jaren ook kwam – in verband met onze audits – altijd trof ik collega's die onze gemeenschappelijke taal spreken en die staan voor dezelfde acht IKEA-waarden: 1) togetherness, 2) caring for people and planet, 3) cost-consciousness, 4) simplicity, 5) renew and improve, 6) different with a meaning, 7) give and take responsibility, 8) lead by example.

Veerkracht. De pandemie is voor ons – net als voor elke andere organisatie – een gegeven, maar we kunnen wel een verschil maken om onze organisatie zo goed mogelijk operationeel te houden, met minimale verstoringen voor onze klanten. En als ik spreek over 'onze organisatie', dan bedoel ik eigenlijk de continuïteit van onze hele supply chain. We spreken ons weerstandsvermogen en veerkracht aan, nodig om op een snelle en doeltreffende wijze te reageren op de covid-19-pandemie. Alle 166.000 medewerkers dragen hieraan bij, want we doen het in 'togetherness'.

Vertrouwen. We zijn eigenlijk nog niet klaar om onze klanten online te bedienen zoals momenteel gevraagd wordt in de verschillende landen. Ten opzichte van het vorige boekjaar realiseren we desondanks in FY-2020 ruim 60% meer omzet via onze online kanalen. Naast deze enorme stijging online hebben we nu ook te maken met productie- en distributieproblemen. Kortom, de hele supply chain piept en kraakt een aardig deuntje. Maar met onze waarden houden we de keten in de lucht: we steunen onze suppliers en distributeurs en bijvoorbeeld ook de tenants in onze shopping centres die het soms moeilijk hebben om het hoofd boven water te houden. Vertrouwen in de keten betekent dat je er niet alleen in goede tijden, maar ook in slechte tijden voor elkaar bent. Dat zorgt er ook voor dat op andere momenten net even een stapje extra voor ons wordt gezet.

Moreel kompas. Onze CEO, Jesper Brodin, heeft het vaak over dit morele kompas. We zijn een beetje wars van uitgebreide en gedetailleerde regels of richtlijnen. Liever houden we het simpel en zoeken elkaar op om uitdagingen op onze IKEA-manier aan te pakken. In een retailomgeving betekent dit samen de schouders eronder zetten en buffelen! Niet alleen tijdens de lockdown maar ook na de heropening van de winkels. Zeker geen sinecure en zonder de inzet van onze mensen was het niet gelukt. We geloven dat we onze problemen aankunnen door de inzet van (relatief) simpele oplossingen en door echt samen te werken. En het werkt! We hebben over FY-2020 zwarte cijfers kunnen schrijven terwijl een groot deel van de winkels enkele maanden gesloten was. Deze buitengewone inspanning is te danken aan

AUDIT

MAGAZINE

de inzet en bereidheid van onze medewerkers.

Zouden we voor andere vraagstukken in de wereld elkaar ook maar zo goed kunnen steunen en kunnen samenwerken...

Over

Ronald Jansen is manager Internal Audit Ingka Services bv.

Tags: Ronald Jansen

Bron url: <https://auditmagazine.nl/columns/do-it-yourself-in-togetherness/>