

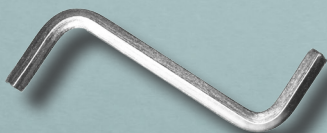


Kompleksitet smitter!

6 gratis værktøjer,
der forenkler dit
produktprogram

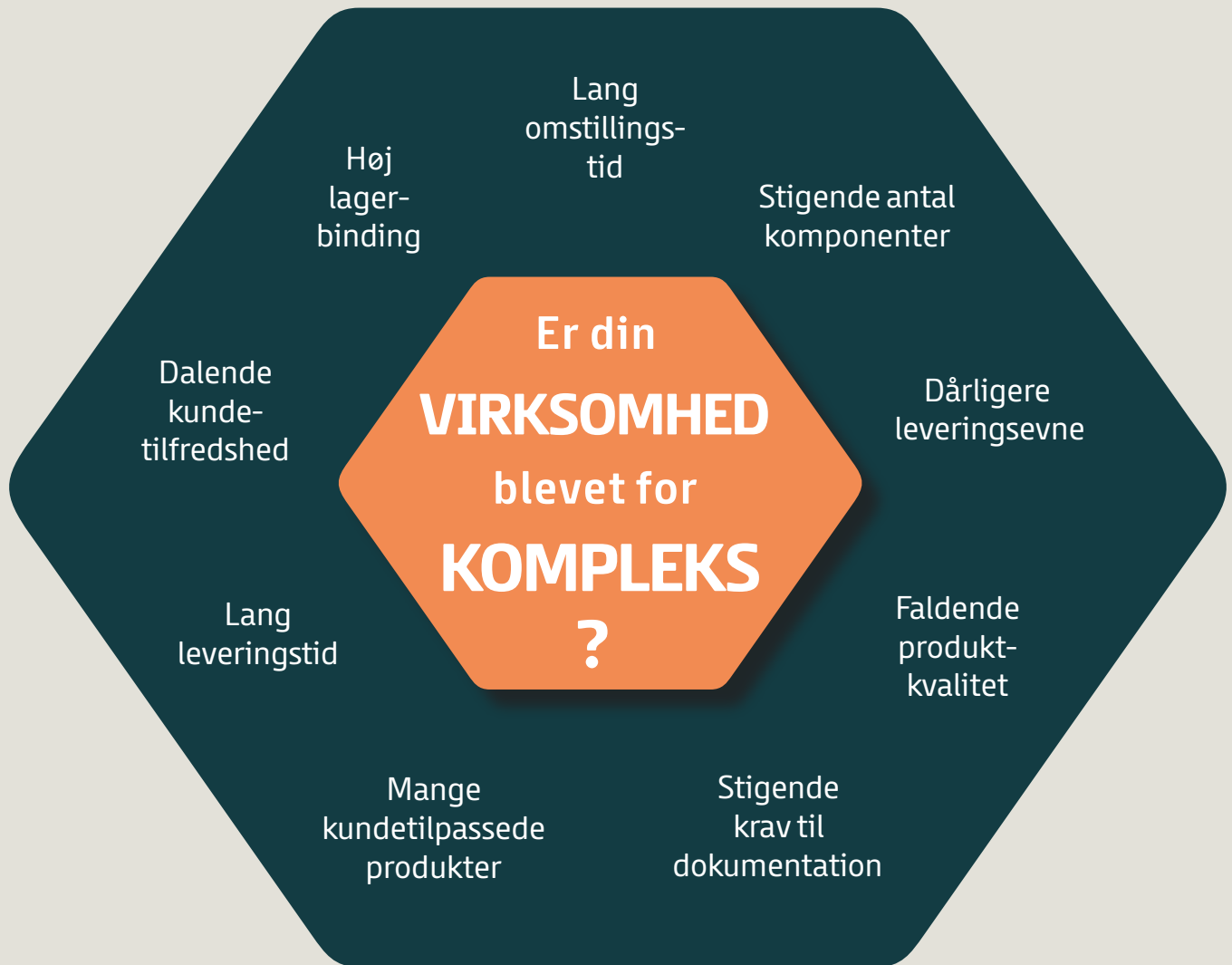


**Lær dem
her!**





Nævn bare én virksomhed,
som har opnået succes
ved at *komplicere* tingene.





Al optimering starter med
forenkling.
Så enkelt er det.

01



Overvej du, hvordan din virksomheds salg, produktudvikling og produktion kan optimeres og spille bedre sammen? Så er Simplimize relevant for din virksomhed.

Tror du på os, hvis vi fortæller dig...

... at du kan fjerne 1/3 af dine varenumre? Øge profitten? Komme hurtigere på markedet med nye produkter? Og tjene investeringen hjem på under et år?

Fremgangsmåden hedder Simplimize og er afprøvet hos mere end 40 virksomheder. De er glade for bedre dækningsbidrag, lavere kapitalbinding og hurtigere levering - men det bedste er, at de nu udvikler og lancerer nye produkter med en uhørt træfsikkerhed i markedet og med en hastighed, de ikke havde turdet drømme om.

Hvad er Simplimize?

Simplimize er en systematisk og operationel fremgangsmåde, der forenkler og optimerer din virksomheds produktprogram, reducerer omkostningerne i alle led og styrker evnen til at udvikle nye markedsrelevante og konkurrencedygtige produkter. Målet er at optimere din forretning til vækst og højere indtjening.

En konkret værktøjskasse

Simplimize består af 6 sammenhængende værktøjer, som tilsammen giver dig et samlet overblik over dit marked, forenkler dit produktprogram og optimerer din produktion.

Tanken bag Simplimize er i sig selv ikke ny. Men ved at samle kendt viden i en operationel tilgang med konkrete værktøjer fungerer Simplimize som den røde tråd, der optimerer og strømliner din forretning.

Her får du en introduktion til Simplimize, en gennemgang af de 6 værktøjer og vores bedste tips og tricks til at komme godt i gang.

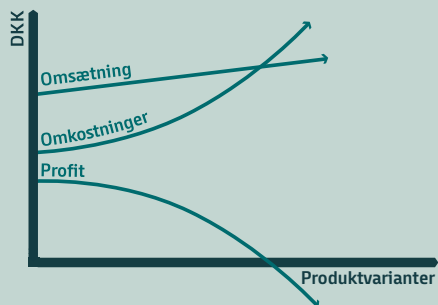
God læselyst!

02

Sælger du også specialprodukter til standardpris?

Din virksomhed vokser og får flere og flere produktvarianter og kundetilpassede løsninger. Det betyder øgede omkostninger, øget kompleksitet og en nedadgående profit.

I en global konkurrence lader virksomheder ofte produktprogrammet variere efter kundernes behov. Når antallet af produktvarianter stiger, stiger omkostningerne og kompleksiteten også. Men profitten? Den falder. Og det er der ikke meget forretning i.



Forskningen viser, at din virksomhed opnår betydelige gevinster ved at forenkle produktprogrammet ved hjælp af en operationel produktstrategi. På den måde skaber du en tydelig opdeling mellem standardprodukter og specialtilpassede produkter - til gavn for både dig og dine kunder.

Færre omkostninger - mere innovation

Med Simplimize opbygger du en struktur i din virksomheds produktprogram, der sikrer rationalisering og vækst. På samme tid reducerer du omkostningerne i salg, logistik, produktion og udvikling.



Simplimize er skabt ud fra erkendelsen af, at produktiviteten ikke kun optimeres ved at justere på din virksomheds processer, men i langt højere grad på dine produkter og serviceydelser.



Læs mere på
www.simplimize.dk

03

15 % bedre dækningsgrad for virksomheder, der har afprøvet Simplimize

Mere end 40 virksomheder har allerede opnået dokumenteret effekt af Simplimize. De rammer markedet med et gennemskueligt produktprogram - til fordel for kunder, sælgere og resten af virksomheden.

Med Simplimize skaber du en forenklet, optimeret, modulariseret og fleksibel produktplatform med færre varenumre og færre kundetilpassede løsninger.

Simplimize hjælper dig ganske enkelt med at rydde op i din virksomheds produktprogram og fjerne de uprofitable produkter, så du kan fokusere på at producere og sælge de produkter, du rent faktisk tjener penge på.

Det øger profitten, effektiviserer produktionen, reducerer montagetider, mindsker lager- og kapitalbinding, frigør ressourcer samt baner vej for nye, markedsrelevante produkter.



Dokumenterede effekter

- › 15 % bedre dækningsgrad
- › 30 % færre varenumre
- › 20 % lavere lager- og kapitalbinding
- › 20 % mindre tid på "engineering" og udvikling
- › Kortere leveringstid
- › Forenkling af det samlede produktprogram
- › Måltrettede og mere enkle budskaber til kunder
- › Sammenhæng og fælles sprog på tværs af salg, marketing, produktudvikling og produktion.



“Simplimize-forløbet har været meget lukrativt for os og kan klart anbefales. Vores nye produkt bliver nemmere at producere og lagerføre, med færre varianter.

Niels Klagenberg
CEO, Crysberg

“Med Simplimize har vi forenklet vores koncept markant og fjernet op mod halvdelen af vores varenumre. Det har været en kæmpe øjenåbner for os.

Søren Haxvig
Development & Quality Manager, Crysberg

04**CASE****Crysberg forenkler sig til fleksibilitet og halverer time-to-market****Udfordring**

Crysberg stod midt i udviklingen af næste generations produktprogram, da de fik øjnene op for Simplimize. De væsentligste spørgsmål og udfordringer var:

- › Hvordan skalerer vi vores produktprogram til et marked med stigende krav til fleksibilitet?
- › Hvordan forbereder vi os på væsentlige, ukendte ændringer, f.eks. nye kommunikationsformer, dataopsamling og Internet of Things?
- › Hvordan sikrer vi en fortsat konkurrencedygtighed på leveringstider og priser, når der samtidig er øgede krav til kundetilpasning?
- › Hvordan inddrager vi partnervirksomheder på lokale markeder i salg og kundetilpasning?
- › Både hardware og software skal ændres, hvis funktionaliteten skal ændres – hvordan rammer vi et bredt markedsbehov uden at drukne i kompleksitet undervejs?

Resultater**Ny modulopbygning**

Den tværfaglige tilgang i Simplimize-forløbet gjorde det klart, at Crysbergs oprindelige plan for en ny, modulariseret produktarkitektur var gået for vidt. De ville simpelthen få for mange moduler

og dermed for mange omstillinger i produktionen. Med hjælp fra Simplimize forenkledde Crysberg derfor sit koncept til i stedet at bestå af en større, fælles kerne med tilhørende færre udskiftelige hardwaremoduler.

Det er OK at forære komponenter væk

En af de væsentligste ændringer i konceptet er, at Crysberg nu "overspecificerer" hardwarekernen en smule og derved accepterer, at de i nogle tilfælde inkluderer komponenter, der ikke nødvendigvis anvendes i den specifikke ordre. Det er nemlig samlet set billigere end at holde styr på de forskellige varianter i produktionen. Det giver også Crysberg en strategisk mulighed for let at opgradere produktet efter salg, fordi meget af hardwaren nu sidder klar i produktet og blot skal aktiveres med en softwareopdatering.

Sen variansskabelse og enkel produktion

Med det nye produktkoncept kan Crysberg nu forenkle sin produktion væsentligt. Samtidig skubber de noget af kundetilpasningen ud til partnerselskaber på lokale markeder. Det betyder, at de kan fjerne mellemvarelagre og øge kvaliteten i den sidste kundetilpasning samtidig med, at leveringstiden mod kunden sænkes.

**Hurtigere og simplere**

Resultaterne af Crysbergs Simplimize-projekt

- › 50 % reduktion af time-to-market for fremtidige produktvarianter
- › 40 % reduktion i antallet af varenumre
- › Langt bedre mulighed for at tilpasse produkterne til kunderne.

05

6 sammenhængende værktøjer, der optimerer din forretning

Tanken bag Simplimize er i sig selv ikke ny, men ved at samle kendt viden i en operationel tilgang med 6 sammenhængende værktøjer, fungerer Simplimize som den røde tråd, der forenkler og optimerer din forretning.

Simplimize består af 6 værktøjer:

1. Markedssegmentering
2. Egenskabsanalyse
3. Funktionsoversigt
4. Product Family Master Plan
5. Det generiske produktionsflow
6. Porteføljekort

Tilsammen hjælper værktøjerne dig med at skabe overblik over dit marked, forenkle dit produktprogram og optimere din produktion.

Data fra ét værktøj føres over i det næste. Der er således en tydelig sammenhæng mellem de 6 værktøjer og de tre fokusområder; marked, produktprogram og produktion.

Se den samlede værktøjskasse på næste side og lær de 6 værktøjer at kende i gennemgangen af hvert enkelt værktøj.



Egenskaber og funktioner er to centrale begreber i Simplimize.

En **egenskab** er det, der giver produktet værdi for et givent segment.

En **funktion** medvirker til at realisere en given egenskab i produktet.



Værktøjerne er i sig selv relativt simple. De er frit tilgængelige på simplimize.dk - prøv dem i dag!



Den mest enkle måde at
gøre din forretning
mindre kompliceret på.

06

Simplify værktøjskassen

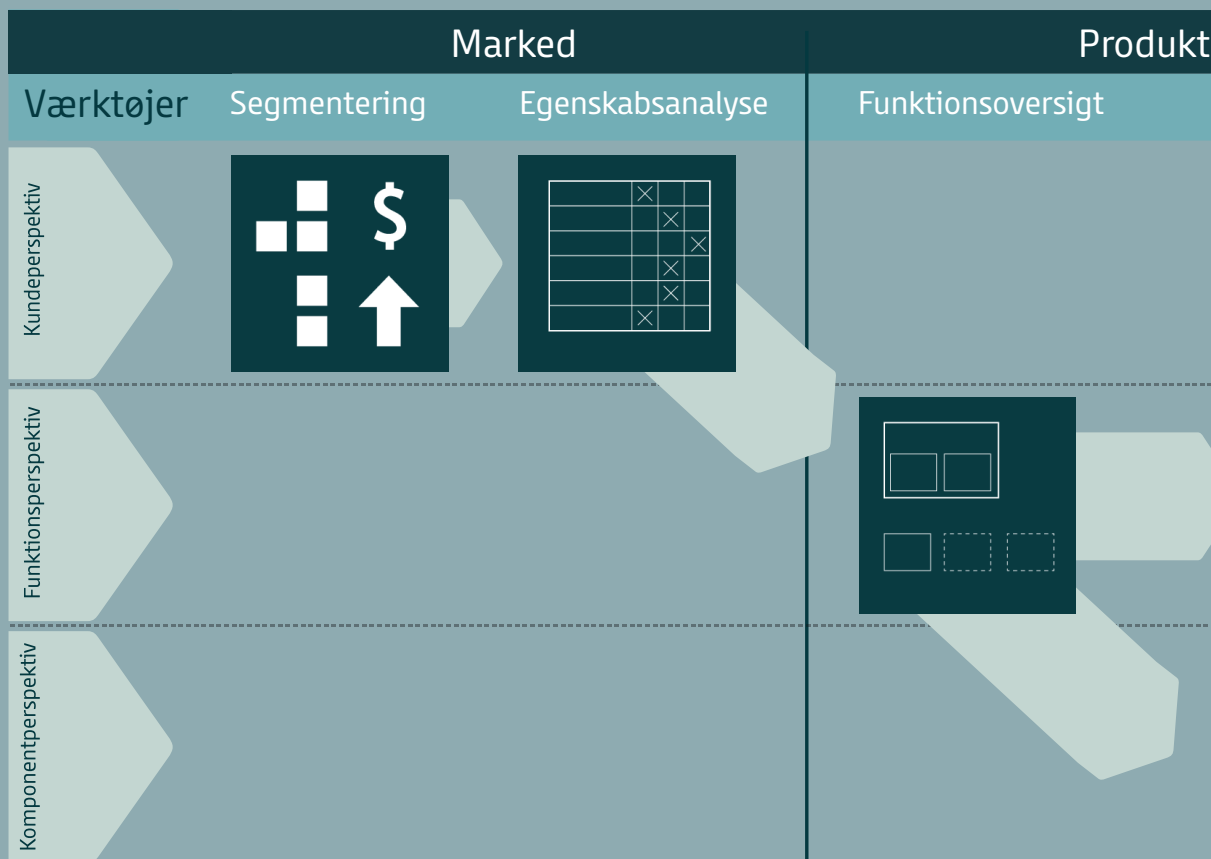
Den samlede værktøjskasse skaber rammerne for en systematisk og struktureret tilgang til forenkling og optimering af salg, produktudvikling og produktion i din virksomhed.



Overblik



For



Udvikling



Modularisering

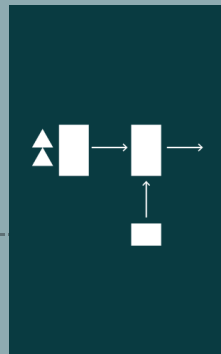
Udviklingsprogram

Produktion

Product Family Master Plan

Det generiske produktionsflow

Porteføljekort





Markeds- segmentering



Formål

- › Skaber et totalt overblik over virksomhedens nuværende program af produkter og deres performance i markedet for at kunne bestemme, hvad den kommende produktarkitektur skal bestå af.



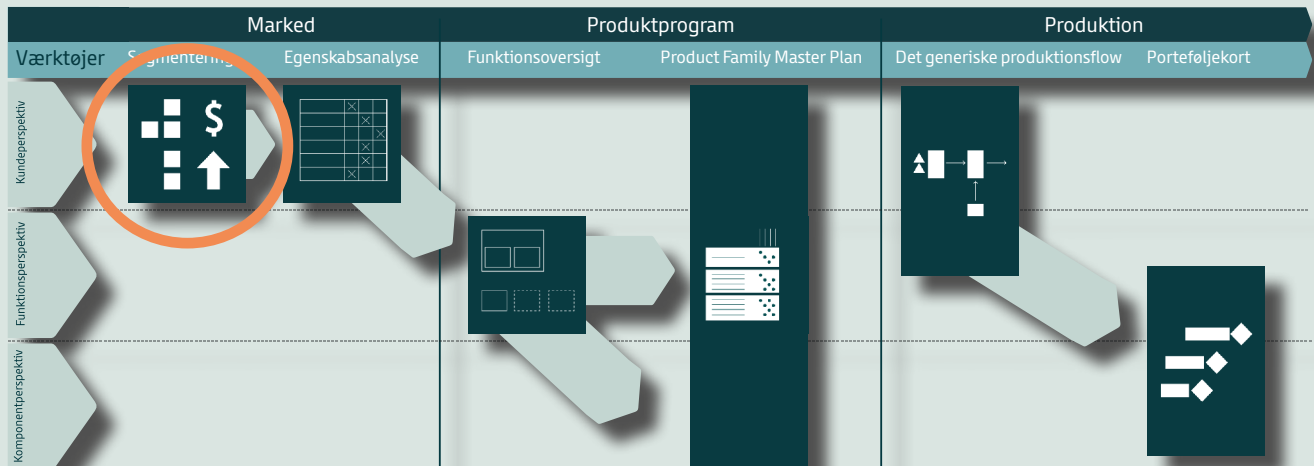
Centrale diskussioner

- › Er virksomhedens produktvarianter et resultat af en bevidst tilrettelagt produktfamilie eller unikke ordrer?
- › Hvilke segmenter skal drive virksomhedens vækst og produktopbygning?



Output

- › Overblik over, hvor attraktive de forskellige segmenter er - hvilken del af kagen skal du gå efter (og ikke gå efter)?
- › Input til, hvilke og hvor mange produktplatforme, virksomheden kan dække markedet med.
- › En diskussion af vigtigheden af virksomhedens forskellige forretningsområder og kvalitetsspænd. Det skaber en fælles forståelse for, hvorfor bestemte forretningsområder og kvaliteter er valgt til og fra.

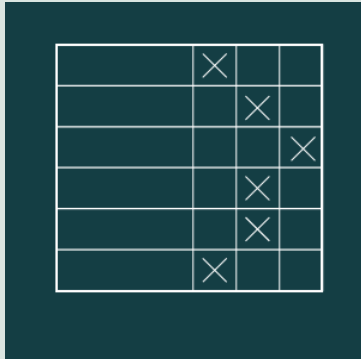


Tips og tricks

- › Beslut fra starten, om du vil analysere det nuværende produktprogram, eller om du vil anvende værktøjerne til at opbygge ønskescenariet for virksomhedens produktprogram.
- › Hjemmeside og salgsmateriale kan være en stor hjælp til segmenteringen.
- › Er der mange segmenter, så start de største.
- › Se efter, om virksomhedens services også er en del af produkternes features og afspejles i prisniveauet.
- › Værktøjet er kun så godt som de vurderinger, du putter ind. Overvej derfor, om indholdet er baseret på antagelser eller på virkeligheden i markedet.



En **egenskab** er det, der giver produktet værdi for et givent segment.



Egenskabs- analyse

Formål

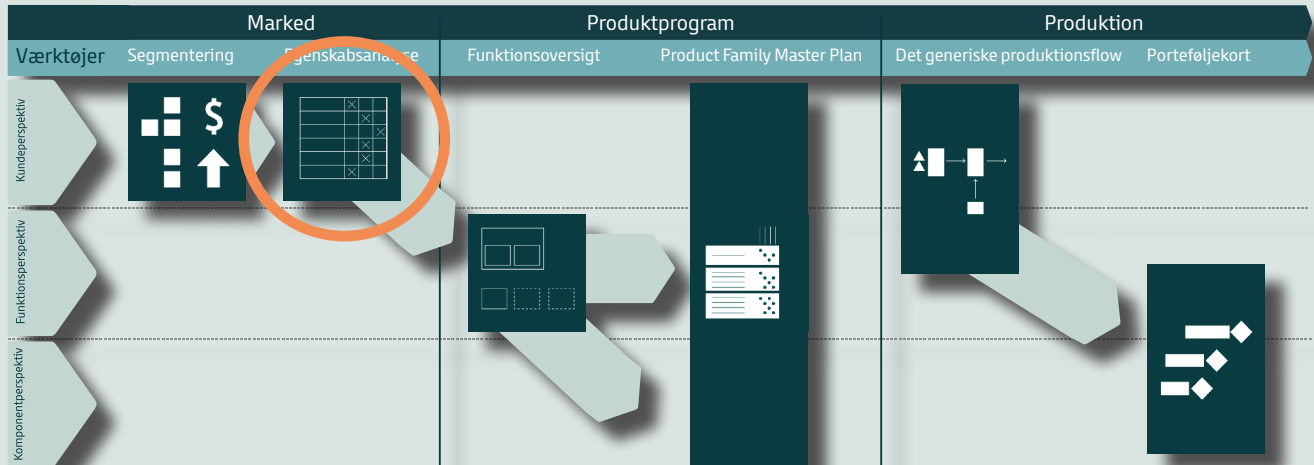
- › Opstiller egenskaberne for en produktfamilie for at vurdere vigtigheden, værdiskabelsen og valgmuligheden for hver enkelt egenskab.

? Centrale diskussioner

- › Hvordan finder vi de egenskaber, der er centrale for værdiskabelsen af virksomhedens produkter?
- › Hvilke egenskaber skal drive virksomhedens vækst og produktopbygning?

Output

- › Overblik over, hvilke egenskaber en samlet produktfamilie skal have ud mod kunderne for at sikre, at produkterne betjener de valgte segmenter og er forberedt på nuværende og fremtidige kommercielle varianter.
- › Overblik over, hvad der er optioner, og hvad der er indbygget i produktet.
- › Hvad er must-have og nice-to-have for kunden? En diskussion af, hvad vi tror versus de egentlige realiteter.
- › Overblik over unique selling points.

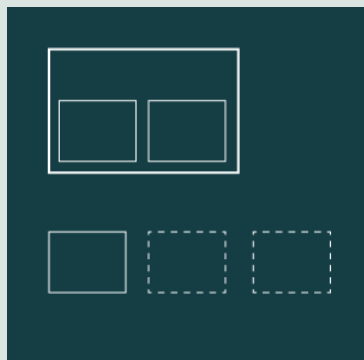


Tips og tricks

- Start med én prisgruppe ad gangen - begynd med den billigste og derefter den dyreste. Mellemklasser er ofte dem, der er sværest at definere, så sørg for tilstrækkelig med forskel, hvis der er mere end to varianter.
- Sæt eksempelvis et mål på minimum fire featureegenskaber, maksimum tre positionerende og fem forventning.
- Tag udgangspunkt i henholdsvis en budgetkunde og en high-end-kunde.
- Når du sætter værdier på egenskaberne, får du et overblik over, hvor mange forskellige parametre virksomheden tilbyder i markedet samt hvor tæt disse parametre nogle gange ligger på hinanden (og om du bruger krudt på at variere noget, som ikke er væsentligt for kunden).



En **funktion** medvirker til at realisere en given egenskab i produktet.



Funktions- oversigt



Formål

- › Opdeler og samler de funktioner, der tilsammen skaber de egenskaber, som kunderne efterspørger.
- › Visualiserer de funktioner, der realiserer de egenskaber, som kunderne efterspørger. Det tydeliggør afhængigheder imellem funktionerne og skaber en robust, fremtidig arkitektur.



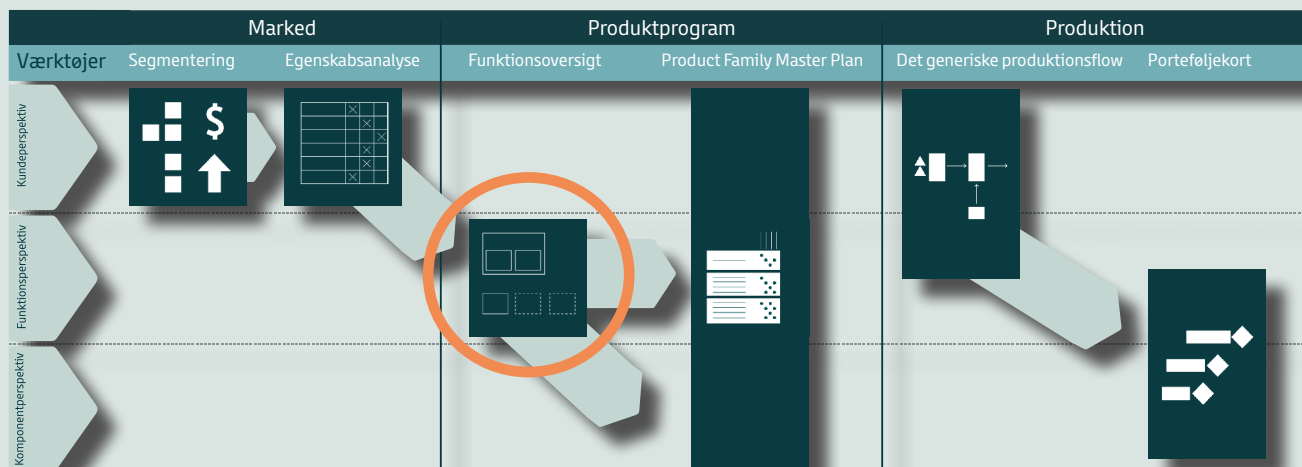
Centrale diskussioner

- › Er virksomhedens produkter opbygget fleksibelt, så vi let kan tilpasse dem til kundernes ønsker?
- › Hvordan udvikler virksomheden systematisk produktfamilier, med minimale udgifter til udvikling ved nye ordrer?
- › Er produkterne opbygget sådan, at de er hurtige at skalere og forberedt mod nye varianter og applikationer?



Output

- › En gennemgang af funktionerne og sammenhængen mellem funktioner og fysiske dele. Hvilke funktioner bor hvor i produktet, og hvilke er afhængige af hinanden?
- › Det er starten på at gøre dele af produktet mere uafhængigt af resten af produktet, og dermed gøre det mere fleksibelt over for modularisering af funktioner samt kundetilpasning.



Tips og tricks

- › Arbejd i et højt tempo i begyndelsen, hvor det gælder om hurtigt at bryde egenskaberne op i funktioner. Husk på, at den første oversigt ikke bliver den endelige.
- › Diskutér, hvilke moduler det giver mening at isolere og sammensætte. Hav egenskabernes og funktionernes fysiske placering på produktet for øje.
- › Start med at placere boksene nogenlunde i forhold til, hvor de sidder på produkter. Det giver overblik.



Product Family Master Plan

✓ Formål

- › Skaber et visuelt overblik over en produktfamilie og illustrerer, hvilke varianter der tilbydes til kunderne, og hvilken betydning det har for opbygningen af den samlede produktfamilie.

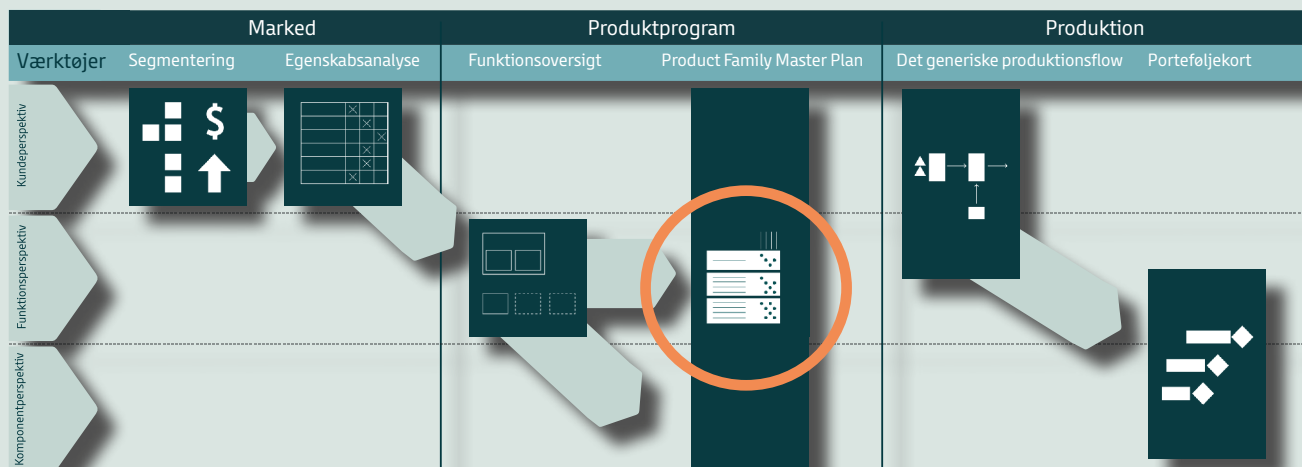
? Centrale diskussioner

- › Kundeperspektiv: Hvor mange alternative måder tilbyder vi værdi til kunden?
- › Funktionsperspektiv: På hvor mange forskellige måder bygger vi samme funktionalitet?
- › Komponentperspektiv: Hvor mange ensartede komponenter har vi?

➡ Output

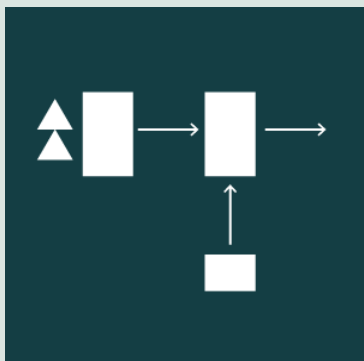
Output læner sig op ad de centrale diskussioner, da det er selve diskussionen af indholdet af værktøjer, der skaber output'et.

- › Overblik over, hvordan kundernes krav og ønsker hænger sammen med egenskaberne, funktionerne og komponenterne i produkterne. Fjerner du eksempelvis en egenskab, vil det forenkle hele vejen fra antallet af kundevarianter til komponenter på lageret.
- › Svar på sammenhænge mellem de tre perspektiver – det er i princippet alle virksomhedens styklister lagt oven på hinanden.



Tips og tricks

- Start med en enkelt produktvariant, og sørg for at gå den igennem i kunde- og funktionsperspektivet. Sørg for at rette de to perspektiver til i henholdsvis egenskabsanalysen og funktionsoversigten, hvis de ikke er fyldestgørende. Vurdér herefter, hvilke dele af komponentperspektivet der giver mening at afbilde for at kunne træffe valg om forenkling.
- Generér nøgletal, så du kan se indflydelsen af de foreslåede ændringer, f.eks. antal komponenter/antal kommercielle produktvarianter. Det er en stærk motivationsfaktor.
- Involver personer fra logistik og indkøb, da disse ofte har det mest komplette billede af, hvor mange komponenter virksomheden håndterer.



Det generiske produktionsflow

✓ Formål

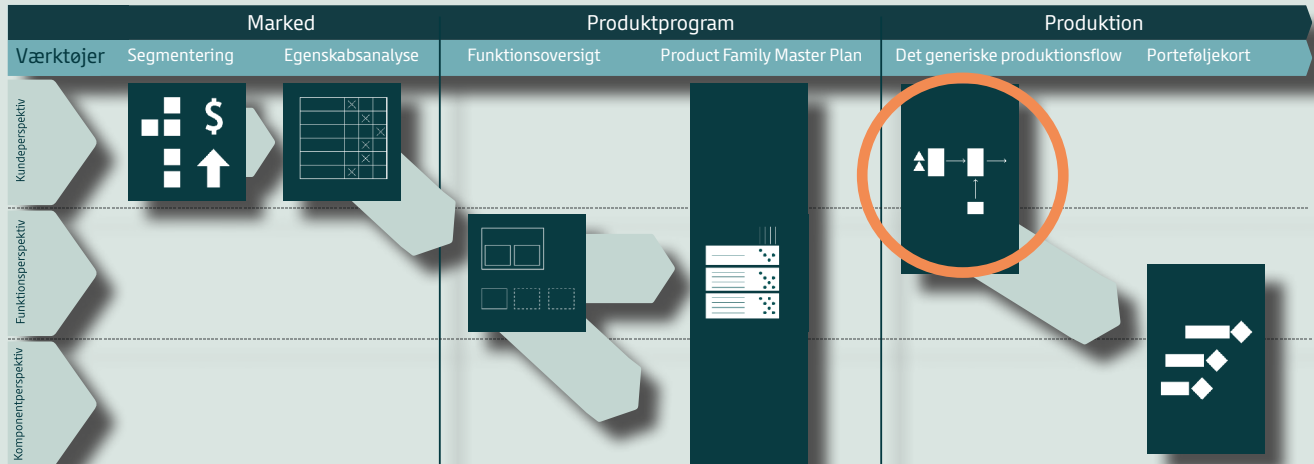
- › Beskriver produktionsprocesser fra indgående råvarer til slutmontage med henblik på at vurdere værdiskabende og ikke-værdiskabende processer.
- › Hjælper med at vurdere, om variantskabelsespunktet er placeret hensigtsmæssigt, samt om produktionen har passende fleksibilitet og skalerbarhed.

? Centrale diskussioner

- › Er produktionsgennemløbstid og kapitalbinding en af virksomhedens styrker?
- › Hvordan sikrer vi ensartet kvalitet, når vi har mange varianter og store forskelle i stykantal?
- › Hvordan designer vi produktionslinjen til at håndtere mange produktvarianter effektivt?

➡ Output

- › Identifikation af de generiske mønstre på tværs af produktionen.
- › Identifikation af potentialet for at forsinke skabelsen af varianter i produktionen.



Tips og tricks

- › Kortlæg hovedprocessen fra start til slut, og tilføj variantantal på hver enkel proces.
- › Identificer variansskabelsespunktet og undersøg, hvad der skal til for at udskyde det til så sent i processen som muligt.
- › Notér forskellen på det nuværende og idealet – det motiverer til at se, hvor lang tid du kan vente med at skabe varianter.
- › Anvend ikonerne i web-værktøjet til at illustrere, hvilke dele der indgår i processen. Det fungerer som en god måde at kommunikere på til dem, der ikke er dybt nede i produktion og teknik.



Porteføljekort

Formål

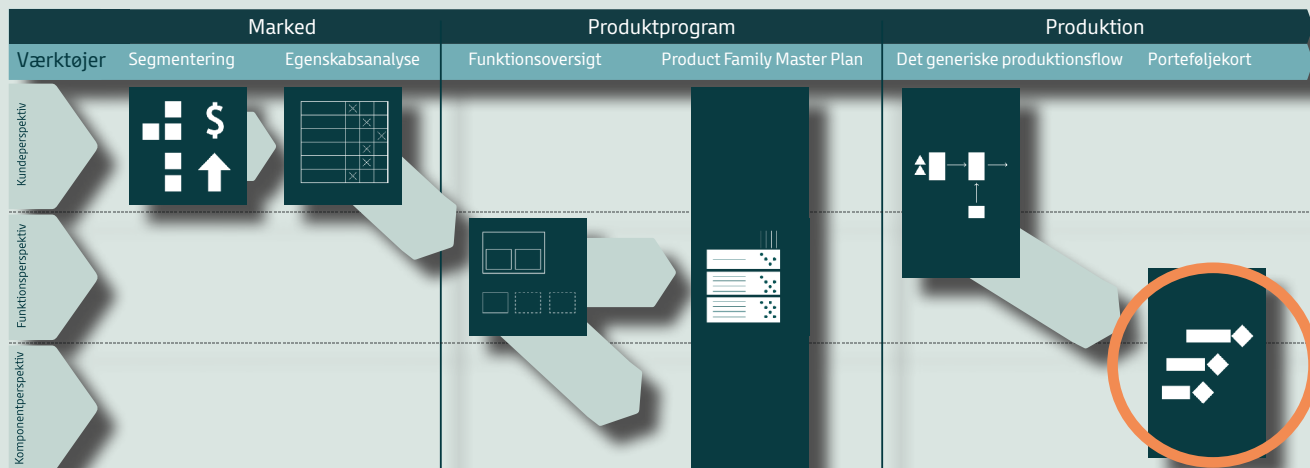
- › Adresserer virksomhedens strategiske mål, tilretter produkterne til virksomhedens kortsigtede og langsigtede mål samt indikerer ressourceforbruget.
- › Viser, hvordan produktarkitekturens moduler er koblet til fremtidige udviklings- og teknologiprojekter samt skaber en portefølje, hvor det er muligt løbende at udvikle på teknologier og produkter som adskilte forløb.

Centrale diskussioner

- › Har vi en portefølje, hvor det er muligt at udvikle teknologier og produkter som adskilte forløb?
- › Hvordan illustrerer vi, hvordan virksomhedens produktarkitektur er koblet til fremtidige projekter?
- › Hvilke teknologier og moduler skal vi udvikle i fremtiden?

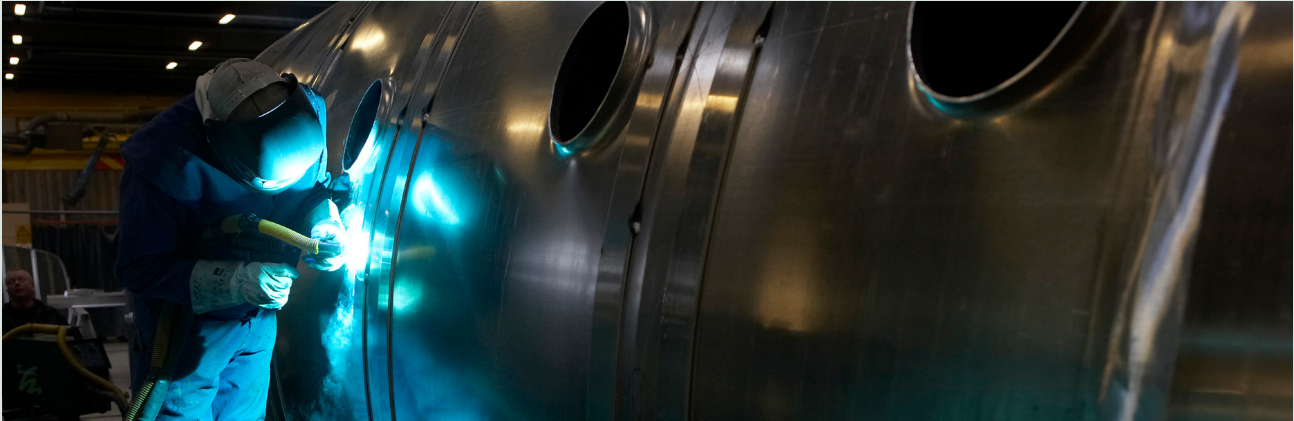
Output

- › Et klassisk Product Roadmap (med et twist) over nødvendige teknologier i forhold til nødvendige moduler med plan for lancering og udfasning af produkter.
- › Bottom-up: Dag X har vi teknologi Y på plads - så kan vi have produkt Z klar til dato Q.
- › Top-down: Dag X er der messe, hvor vi skal have produkt Z klar. Så skal vi have modul T og teknologi Y klar til dato Q.



Tips og tricks

- › Se ikke for langt ud i fremtiden til en start, men sæt en max grænse på eksempelvis fem år - og fokusér på de første tre år.
- › Giv produkter, moduler og teknologier navne, der gør, at man kan adskille dem fra hinanden. Det letter også dialogen omkring indholdet af værktøjet.
- › Sørg for at få en udfasning på jeres nuværende produkter. På den måde får I prioriteret produktudvikling bedst.
- › Nye teknologier kan med fordel tage udgangspunkt i de potentialer, segmenteringen kortlægger. Eksempelvis muligheden for tværgående platforme, attraktive markeder m.m.



“ Rent produktionsmæssigt er det en klar fordel, at vi nu har færre moduler. Udviklingsmæssigt er det også en klar fordel, at vi med færre ressourcer kan lave en platform, der har høj kvalitet, og ikke 10 platforme, der har mellemkvalitet. Vi får et meget skarpere produkt, som er lettere at afsætte til vores kunder.

Mads Jensen, Projektleder, Migatronic

“ Før Simplimize så vi udelukkende på dét ene produkt, vi var ved at udvikle, uden at skele til, hvad vi havde lavet for bare ét år siden. I dag diskuterer vi altid, hvordan vi kan bruge moduler fra ét produkt videre i nye produkter. Det gør, at vi lancerer nye produkter hurtigere end før - og at vi bygger bedre produkter, da vi medtager erfaringer fra velafprøvede produkter.

Mads Jensen, Projektleder, Migatronic

07

CASE

Migatronik går fra unikke varianter til fleksible og lønsomme moduler

Udfordring

Migatronik har et bredt produktprogram med flere forskellige maskinserier, der løbende er blevet forbedret. I udviklingen af de nye produkter har der været begrænset genbrug af løsninger på tværs af maskinerne, hvilket har betydet mange udviklingsprojekter.

Den lave grad af genbrug har givet mange varenumre med høj lagerbinding og dårlig dækningsgrad på det enkelte produkt til følge. Udfordringen for Migatronik var at etablere en ny produktserie med fokus på:

- › Hvordan kan en ny produktserie med større dækningsgrad sammensættes, så den dækker de samme behov som i dag?
- › Hvordan kan vi komme hurtigt på markedet med den nyeste teknologi og beholde kvalitetsniveauet?

Resultater

Nyt fokus i udviklingen

Simplimize anvendes i dag i to udviklingsprojekter og har givet en god tværfaglig forståelse i virksomheden. To maskinserier bliver smeltet sammen til én produktplatform, der består af en række moduler forberedt mod ny teknologi og hurtig levering.

30 % færre varenumre

Den nye platform består af 30 % færre varenumre. Dette giver større ordrer på færre varenumre og mulighed for en bedre pris fra leverandørerne.

Meget mere effektiv testproces

Der er nu mulighed for at teste i moduler, hvorved tests kan standardiseres og udføres på et tidligt tidspunkt i processen, hvilket øger effektiviteten af tests markant.



Fleksibel og forenklet produktion

Resultaterne af Migatronics Simplimize-projekt

- › 30 % færre varenumre
- › Tværfagligt fokus i udviklingen
- › Langt mere genbrug på tværs af produkter.

08

En operationel fremgangsmåde

Et Simplimize-forløb er et praksisnært, struktureret og operationelt forløb i din virksomhed. Forløbet involverer medarbejdere fra forskellige afdelinger - typisk indkøb, logistik, produktion, udvikling og salg samt repræsentanter fra ledelsen.

1

Optakt

Opstartsmøde

- Forberedende møde, hvor udfordringer og muligheder identificeres med fokus på Simplimize.

2

Analyse og løsningsdesign

Workshopmodul 1 (3 dage)

- Marked
- Produktprogram
- Produktion
- Identificering af forenklingstiltag
- Udarbejdelse af 5 modeller til visuelt overblik og beslutningsstøtte
- Casepræsentationer

Hjemmearbejde efter optakt

- Målsætning
- Dataindsamling

Hjemmearbejde

- Detaljering af koncept og performance
- Færdiggørelse af modeller
- Evt. yderligere dataindsamling

3

Handlingsplan

Workshopmodul 2 (2 dage)

- Konkretisering af forenklingstiltag
- Udarbejdelse af 2 modeller med fokus på hvordan resultaterne føres ud i livet
- Præsentation for topledelse

4

Realisering

Opfølgning

- Web/telefonmøder med løbende sparring og opfølgning på handlingsplan
- 100 dages opfølgning



Simplimize er ikke et quick-fix, men en ny måde at arbejde på. Derfor kræver et Simplimize-forløb bred involvering af medarbejderne i din virksomhed.

le efter modul 1
tlægning af situa-
nce
opgaver fra modul 1
tindsamling

Hjemmearbejde efter modul 2

- Mobilisering af projektteam
- Projektstart
- Implementering af handlingsplan

09

Sådan kommer du i gang med Simplimize

Hvis du er blevet inspireret til at komme i gang med Simplimize i din virksomhed, er der hjælp at hente.

Få et gratis Simplimize-tjek

Book et gratis og uforpligtende Simplimize-tjek og hør mere om, hvordan Simplimize kan hjælpe netop din virksomhed. Læs mere her: www.simplimize.dk/gratis-simplimize-tjek

Få hjælp af en certificeret Simplimize-konsulent

En række konsulenter har gennemgået en uddannelse i Simplimize og er officielt certificerede Simplimize-konsulenter. De kan hjælpe din virksomhed gennem et Simplimize-forløb. Læs mere her: www.simplimize.dk/konsulenter

Få hjælp af en studerende

Få fuldt udbytte af Simplimize via et samarbejde med en speciale- eller ph.d.-studerende. Læs mere her: www.simplimize.dk/tilknyt-studerende

Uddannelse og certificering

Via Simplimize Academy på Teknologisk Institut kan du uddanne dig i Simplimize - fra basal viden om værktøjerne til dybdegående certificering. Læs mere her: www.teknologisk.dk/c689

I gang på egen hånd

Er du gør-det-selv-typen? Giv dig i kast med de 6 frit tilgængelige værktøjer her: www.simplimize.dk/vaerktoejer



Tag kontakt

 www.simplimize.dk

 info@simplimize.dk

 72 20 29 11

**Center for Simplimize**

Center for Simplimize på Teknologisk Institut er et centralt samlingssted for virksomheder, organisationer og konsulenter, der arbejder med forenkling af virksomheders produktprogrammer. Via Center for Simplimize har du adgang til uvildig rådgivning, uddannelse og værktøjer inden for Simplimize.

Læs mere på**www.simplimize.dk**

 Er Simplimize noget for din virksomhed?
Tag testen på www.simplimize.dk



.....
www.simplimize.dk
.....

