

SAP STELT ZICH KWETSBAAR OP

Kritische gebruikers over IT-IMPLEMENTATIES

‘Goede key performance indicators vinden en die relateren aan de implementatie van SAP APO, dat blijft moeilijk. Als iemand me kan helpen, graag!’, zegt Rindert Warnink (33), binnen Astellas verantwoordelijk voor APO. Het farmaciebedrijf ging in 2005 live met Production Planning/Detailed Scheduling (PP/DS) van SAP APO. ‘Misschien zijn er ook wel betere planners. We hebben immers een nieuwe planner’, grapt hij op een Supply Chain Management-seminar van SAP en Capgemini.

Het seminar was georganiseerd naar aanleiding van het recente onderzoek door Capgemini onder 76 Nederlandse bedrijven die bedrijfssoftware van SAP gebruiken. Ondanks dat de resultaten niet echt verrassend waren, is het voor SAP een belangrijk onderzoek. Het softwarebedrijf stelt zich hiermee namelijk behoorlijk kwetsbaar op en dat is niet des SAP's.

Niet alleen uit het onderzoek kwamen kritische resultaten; ook de presentaties van de SAP-gebruikers waren scherp. ‘Jan Heerema van SAP vroeg in het begin van de middag wie SAP Online Service Support (OSS) kende. Bij ons

was het eerder omgekeerd: wie kent Astellas bij OSS?’, zegt Warnink over hun instabiele versie (4.1) in juli 2005.

Het is algemeen bekend dat veel bedrijven SAP APO moeilijk te implementeren vinden. Uit het onderzoek blijkt wel dat de waardering voor de software zeer hoog is als die eenmaal is geïmplementeerd. Meer dan negentig procent van de gebruikers waardeert SAP APO Demand Planning voor forecasting redelijk tot zeer goed. Ze zijn tevreden over de functionaliteit en flexibiliteit. Warnink had het in zijn presentatie veelvuldig over de ‘set up time’ voor het omstellen en schoonmaken van machines. ‘Die hadden wij voorheen niet. Dat is een mooie functionaliteit.’

Manager Operations John Jansen vertelde hoe Nedac Sorbo zijn WMS van Witron verruilde voor SAP LES. Jansen gaf toe dat hij eerst zijn reserveringen had over dit pakket, omdat hij dacht dat het gebruiksvriendelijk was. Met Capgemini deed Nedac Sorbo een haalbaarheidsstudie en koos een SAP LES-template van SAP-partner Alphalogic. Hij eindigde zijn betoog met veel lovende woorden.



Rindert Warnink, verantwoordelijk voor SAP APO binnen farmaciebedrijf Astellas

GELEZEN IN:

Management Team

De ideale werknemster

Tja, een bestelling en dan? ‘Dat was schrikken’, zegt Pieter Zwart (29), Entrepreneur of the year 2006, over het moment dat hij de eerste order via zijn webshop mp3shop.nl binnenkreeg. ‘Dan blijkt dat je voorraad moet muteren, dat er een label moet worden gemaakt en je het product moet inpakken.’

Hiervoor heeft Zwart het backofficesysteem Vanessa. Het koppelt alles: logistiek, bestellingen, debiteurenadministratie en de inhoud van de webshops. ‘We hebben alles in eigen beheer: de supportafdeling, de voorraad, de logistiek’, zegt Zwart. Mp3shop.nl is een merk van Coolblue, dat is opgericht door Pieter Zwart, Paul de Jong en Bart Kuijpers. In 2000 startten ze met mp3man.nl. Inmiddels draait Coolblue met een reeks webshops jaarlijks 35 miljoen euro omzet en wil het gaan uitbreiden naar het buitenland.

Quote

Op zijn retour

Gemiddeld gaat vijf procent van alle elektronische spullen binnen de garantietermijn kapot. Tot ergernis van de winkelier, want die zit niet te wachten op retourartikelen.

André Olde Hampsink bedacht een oplossing: na contact via de website of klantenservice van de fabrikant ontvangen consumenten een label van Cycleon. Daarmee kunnen bij het postkantoor het kapotte product gratis retourneren via de reguliere post. De postbode bezorgt het vervolgens bij een lokaal distributiecentrum van NYK, van waaruit het via het pan-Europese return-centrum in Duitsland zijn weg vindt naar de plek die de fabrikant in gedachten heeft. Deze methode vermindert de kosten van de fabrikant al snel met eenderde, zonder dat de betrouwbaarheid en mogelijkheden voor tracking & tracing worden aangetast. Volgens de oprichters is Cycleon eerder een IT-dan een logistiek bedrijf. De omzet bedraagt ‘een flink aantal miljoenen’ en grote klanten als Konica Minolta en Samsung zijn binnengehaald. Het concept wordt overigens ook toegepast op gewone retourartikelen (omdat klanten het toch niet zo mooi vinden) en producten die aan het eind van hun levenscyclus zijn. Mooier kan het niet: want je weet precies wanneer klanten open staan voor nieuwe aanbiedingen.

WINNAAR van de maand

BSH

Bosch und Siemens Hausgeräte (BSH), joint venture tussen Robert Bosch GmbH Stuttgart en Siemens AG München, won voor de tweede keer de Deutsche Logistik Preis voor zijn concept 'Total Customer Logistics, Der Schlüssel zu begeisterten Kunden'. De prijs wordt jaarlijks uitgereikt door de Bundesvereinigung Logistik (BVL), het Duitse equivalent van de vereniging voor Logistiek management (vLm). Met het nieuwe concept kon het bedrijf in de afgelopen jaren niet alleen de kosten in de vervangingslogistiek verminderen, maar tegelijkertijd ook de klanttevredenheid verhogen. 'Met 2500 eigen servicemonteurs hebben we de grootste serviceorganisatie van alle producenten van huishoudelijke apparaten', vertelt Stefan Recknagel van BSH. Basisfactoren zoals juistheid; prestatiefactoren, zoals de snelheid van leveren; en de 'begeisterings'-factoren, zoals een bereikbaarheid van 24 uur per dag, zeven dagen in de



V.l.n.r.: Anne Will (Duitse tv-presentatrice), prof. dr. Peer Witten (voorzitter BVL), dr. Kurt-Ludwig Gutberlet (BSH), Stefan Recknagel (BSH), Rüdiger Jahn (BSH), prof. dr. Heik Afheldt (juryvoorzitter)

week, 365 dagen per jaar, zorgen er volgens Recknagel voor dat klanten alom 'begeisterd' raken. De jury was 'begeisterd' omdat BSH meer biedt dan alleen juiste, snelle en onbeschadigde levering van vervangingsonderdelen of een competente reparatie. Het concern biedt bijvoorbeeld ook een huurservice en stelt vervangingsonderdelen kosteloos ter beschikking. Voor regelmatig benodigde materialen, zoals een filter, kunnen klanten een abonnement nemen.

VERLIEZER van de maand

Laurus

De Financiële Telegraaf meldde begin oktober dat supermarktconcern Laurus verder in de financiële problemen kwam. De afkoop van langetermijn-inkoopcontracten na de verkoop van formules Edah en Konmar zou tientallen miljoenen extra kosten, waardoor Laurus niet zou kunnen voldoen aan de voorwaarden van zijn banken. Hoofd Corporate Communicatie Frits Kremer reageerde nogal boos. 'Ik snap ook niet hoe ze bij dit verhaal komen. Eerst staat er dat het de waarheid is volgens meerdere bronnen binnen de onderneming, dan hebben ze het over een voormalig manager', zegt hij in een artikel op Beleggersbelangen.nl. Volgens hem is het een oud verhaal dat nog even opgewarmd is. Hij noemt het schandalige journalistiek. Waar of niet waar, over enkele tientallen miljoenen extra

claims zal Laurus volgens Beleggers Belangen niet struikelen, dat is dit slechts een druppel op de gloeiende plaat. Ondertussen kelderde door het verhaal wel het aandeel bijna zeven procent naar beneden. Niet alleen al dan niet terecht negatief in het nieuws, ook nog het aandeel naar beneden. Dubbel verliezer dus.



VASTGOED

Roger & Roger verplaatst productie

WMS later live

Chipsfabrikant Roger & Roger verplaatst dit jaar zijn productielijn van Deventer naar het Belgische Mouscron. Dit heeft ertoe geleid dat de producent heeft besloten het live gaan van het nieuwe WMS nog even uit te stellen. Dat vertelde manager Operations Peter van Dael op de gebruikersconferentie van WMS-leverancier Manhattan



'Zevenhonderd van onze mensen werken in R&D voor Supply Chain', zegt Steve Smith, VP EMEA bij Manhattan Associates, op de jaarlijkse klantendag

Associates. Roger & Roger is de afgelopen jaren flink bezig met herstructurering. Zo investeerde de producent in 2002 in nieuwe wasautomaten en scheidde het gebruik van twee productielijnen compleet. Sindsdien is het ook begonnen met de productie van multipacks.

In 2004 nam het chipsfabrikant Crocky in Deventer over van United Biscuits. 'Dat bracht problemen met zich mee', zegt Van Dael. In 2005 ontstond er een capaciteitstekort in het warehouse en was er behoefte aan een nieuw WMS. 'De fabriek in Deventer wordt nu gesloten en verplaatst naar Mouscron. We willen eerst de integratie afronden alvorens live te gaan met ons nieuwe WMS.' Veel veranderd ten opzichte van vorig jaar is het bij Manhattan niet. Veel dezelfde gezichten zijn terug te zien op de klantendag. Manhattan is nog steeds sterk gepositioneerd in het retailsegment en heeft overwegend grotere bedrijven als klant. 'Veel mensen denken dat onze software alleen geschikt is voor grotere bedrijven. Dat is een misvatting', weerlegt VP EMEA Steve Smith in een interview het statement dat ze het moeilijk zouden hebben in de onderkant van de markt bij de kleinere bedrijven. Dat is overigens toch niet het segment waar Manhattan zijn nieuwe business vandaan wil halen. 'We doen dit op twee manieren. Onze bestaande klanten gebruiken overwegend maar een klein deel van onze software. Uitgaande van de cross productfilosofie kunnen ze nog meer gebruiken. Daarnaast nemen we marktaandeel van onze concurrenten, die bezig zijn met acquisities.' Hiermee doelt Smith op Redprairie en Oracle, naast SAP sterke concurrenten. Verder is het de bedoeling om geografisch te groeien, een taak waarmee Smith is belast.

TRACKING & TRACING

UITROL EAN-label en EDI-verzendbericht

Het Centraal Bureau Levensmiddelenindustrie, de Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie en GS1 Nederland hebben nadere afspraken gemaakt over de invoering van het EAN-label en het EDI-verzendbericht met Serial Shipping Container Code (SSCC). Het verkorten van wachttijden van chauffeurs, het versnellen van het goederenontvangstproces en het verbeteren van tracking en tracing van goederen. Dit zijn de belangrijkste redenen voor retailers en fabrikanten om het EAN-label en het EDI-verzendbericht in te voeren.

De uitrol concentreert zich op homogene bronpallets, omdat hiermee het grootste deel van het goederenvolume in de levensmiddelenbranche wordt afgedekt.

Rene Roorda, adjunct-directeur CBL: 'Naast voedselveiligheid streven retailers naar het optimaliseren van de logistieke afhandeling om de efficiency te verhogen. Het grote voordeel voor retailers is dat de pallets in één keer gescand kunnen worden en hun inhoud automatisch kan worden bijgeschreven in de voorraadadministratie. Ze kunnen dan aan de hand van de EAN-verzendcode (SSCC) gevolgd worden in het distributiecentrum. Dat is pure winst.'

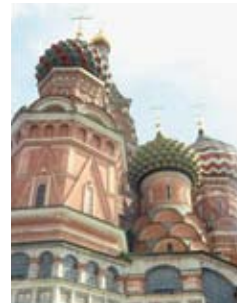
Murk Boerstra, adjunct-directeur FNLI: 'Het invoeren vergt voor veel fabrikanten nog de nodige aanpassingen. Dit kost natuurlijk geld maar biedt ketenvoordelen op langere termijn. Daarnaast hechten we groot belang aan het gebruik van internationaal overeengekomen standaarden. Op kortere termijn zien we ook voordelen: de fabrikant bespaart immers tijd doordat de wachttijden van de chauffeurs kunnen worden verkort. Ook kun je de goederen door de gehele keten nu beter volgen.'



SEMINAR ELUPEG

KIMBERLY CLARK zoekt partners in Rusland

Voor sommige regio's is logistieke samenwerking een absolute voorwaarde. Tijdens de bijeenkomst van het Europese samenwerkingsforum Elupeg, op 20 oktober in Breda gaf Jacques Heintz, Supply Chain Director Eastern Europe bij Kimberly-Clark, publiekelijk te kennen op zoek te zijn naar collega-producenten en logistiek dienstverleners die zijn bedrijf kunnen helpen bij de distributie in Rusland. 'De logistiek voor supermarktketen Metro is erg duur in Rusland, zeven keer duurder dan de benchmark in Oost-Europa', aldus Heintz, die de markt daar als onvolwassen bestempelde. Heintz vergeleek distributie naar Rusland met de desastreuze opmars van Napoleon naar Moskou in 1812, waar van de ruim miljoen soldaten slechts enkele tienduizenden levend terugkeerden.



SEMINAR CHINA

Zakendoen in CHINA vergt voorbereiding

Je kunt niet goed genoeg voorbereid zijn voor business in China. Dat was de centrale boodschap van het seminar 'Zakendoen in China', georganiseerd door DHL op 5 oktober in Burgers' Zoo bij Arnhem. Belangrijk zijn de culturele verschillen met China. 'Chineze krantenkoppen gaan vaak over hoe anderen over henzelf denken', vertelde China-kenner Taco van Someren. 'Strategisch denken vinden ze belangrijker dan analyse. Al eeuwen geleden adviseerde de Chinese militaire strateeg Sun Tzu te kijken naar de lange termijn, maar wel snel te kunnen handelen. Belangrijk is te bepalen: met wie werk ik samen. China is een enorme vechtmakkt met onverwachte concurrenten. En de spreekwoordelijke spies omkeren naar de Chinees, daar houdt hij wel van.'

Om de context van een samenwerking in China te analyseren adviseerde Peter Peverelli van de Vrije Universiteit Amsterdam te kijken in welke Chinese publicaties een samenwerking met een bepaald Nederlands bedrijf wel wordt genoemd en in welke niet. Jan ter Haar van de KvK noemde de Chinese overheid van beslistend belang voor succes in China, omdat je anders niet in contact komt met de juiste personen. 'De grootste werkgever in China is het leger', deelde Harry Brugman van Hortimax het geïnteresseerde publiek mee. Jurist Theo van Maaren gaf ten slotte als tip mee in een contractuele clause te zetten dat eventuele conflicten buiten China worden opgelost, bijvoorbeeld in Singapore.