

**Tijmen Muijs**  
**Sr. Supply Chain Specialist**



# Unilever wil beter plannen en meer differentiëren



Een supply chain is nooit af, zeker niet bij Unilever. Nadat het verbeterprogramma van zijn voorganger Vincent Weijers werd afgerond, heeft Harm van Tongeren (foto) een nieuwe stip aan de horizon gezet. Tijdens de finaledag van de Supply Chain Professional-verkiezing vertelde hij hoe zijn nieuwe verbeterprogramma eruitziet. 'Wij willen meer differentiëren in onze supply chains.'

Door Marcel te Lindert

Met het nieuwe verbeterprogramma wil Unilever winstgevend door innovatief te zijn en nog betere prestaties in de supply chain.

Het programma kent drie pijlers, vertelt Van Tongeren, sinds augustus 2015 vice president Supply Chain Unilever. De eerste pijler omvat het end-to-end-planningsproces, dat in de praktijk nog te veel is opgedeeld. We willen beter begrijpen welke impact de planning aan de achterkant heeft op de voorkant van onze operatie.

## Meer differentiëren

Unilever wil onder andere de stap maken naar integrated business planning met een planningshorizon van 18 maanden. De planners moeten meer tijd krijgen voor fundamentele zaken door ze te ontlasten van tijdrovende taken opgeschoven van data. Dat wordt straks ondergebracht in een supportcenter in een ander werelddeel, zo nachts kan plaatsvinden.

Daarnaast wil Van Tongeren de leercurve van planners verbeteren, een nieuw systeem voor promoties en de flexibiliteit vergroten middels slimme tools bovenop het 'monster' SAP. 'Tevens willen we meer gaan doen met direct-to-consumer, hebben nu in feite één generieke supply chain voor al onze artikelen, maar persoonlijke verzorgingsproducten eenmaal om andere afwegingen dan levensmiddelen.'

## Direct-to-consumer

Unilever wil daarnaast zijn klanten nog beter in het vizier krijgen. Van Tongeren introduceert het begrip hoe kan Unilever altijd waarmaken wat de klanten wordt beloofd? En hoe kan de samenwerking met klanten zoals planning en forecasting worden verbeterd? 'Daarnaast willen wij ons voorbereiden op e-commerce en direct-to-consumer-kanalen, maar eerlijk gezegd zijn we op dat gebied nog zoekende. Ik zie ons niet snel samen met andere fabrikanten rechtstreeks aan consumenten leveren.'

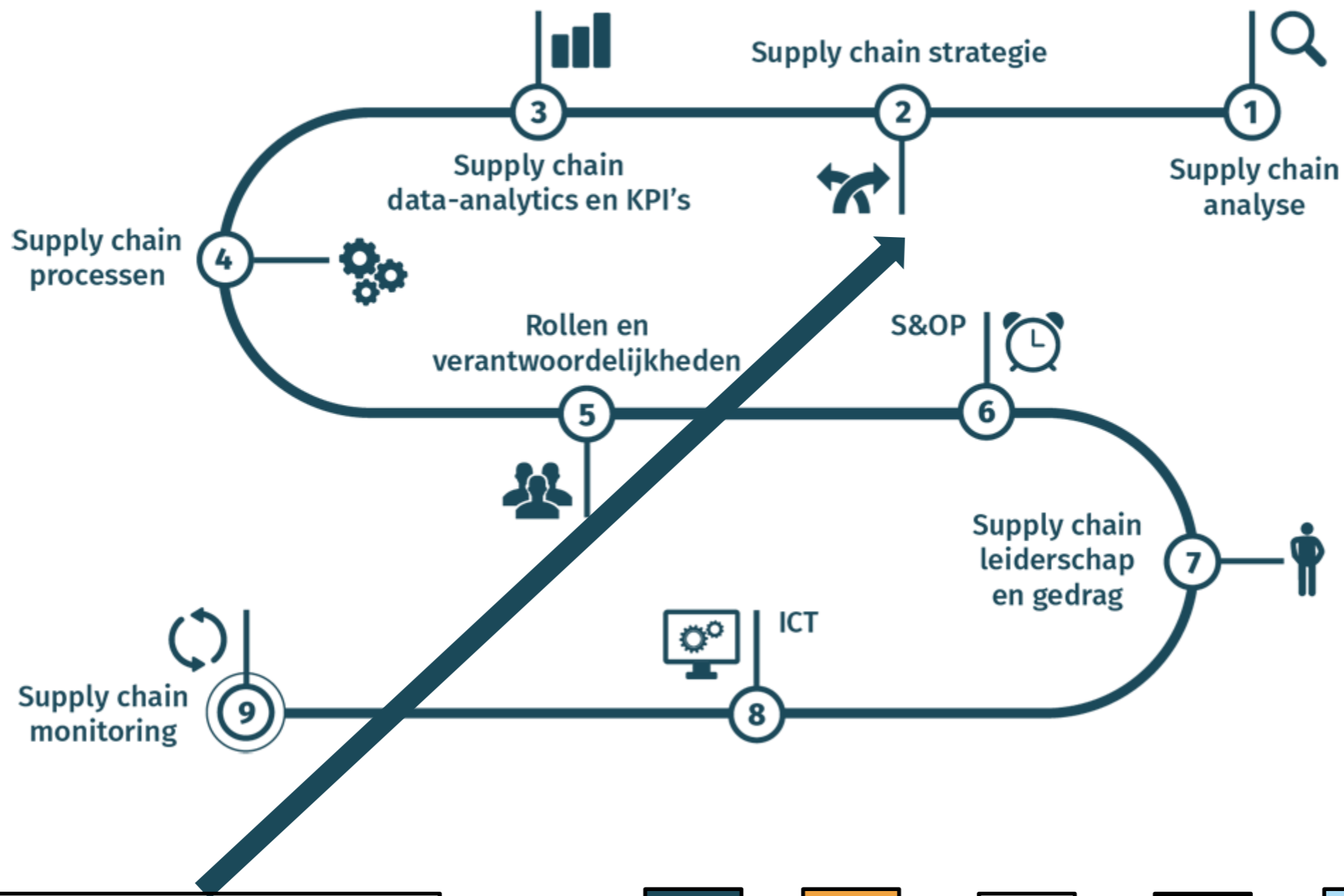
Unilever wil echter wel dat het assortiment geschikt is voor dat kanaal. 'Dat betekent onder meer dat artikelen beschikbaar moeten zijn in kleinere hoeveelheden en dat we verpakkingen wellicht moeten aanpassen. We hebben nu

Volg ons & blijf verbonden!

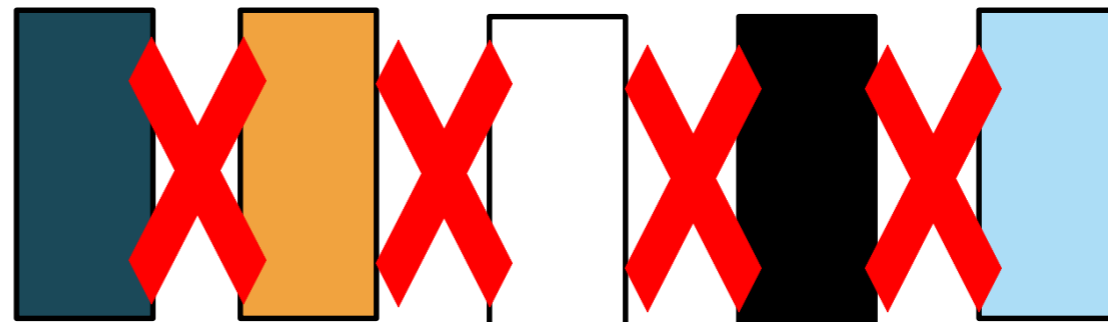
- in 5469 volgers
- ✉ 5486 inschrijvingen

e:ofenedex


# Volkswagen Group



Differentiëren:  
opmaat voor dé  
juiste strategie





# A successful Supply Chain Strategy and Implementation?

## CROSSING THE GAP

