

Efficiëntie in de snel groeiende Doe-het-Zelfmarkt

De toekomst voor de Doe-het-Zelfmarkt ziet er rooskleurig uit: het particuliere huizenbezit groeit, de kosten van vakmensen stijgt en het is “in” om vrienden thuis in een mooie ambiance te ontvangen. De bouwmarktketens trekken bovendien een steeds groter aandeel naar zich toe door verbreding van het portfolio. Echter, al deze positieve aspecten leiden niet tot groei als de consumentenprijs te hoog is.

De Doe-het-Zelfmarkt in Nederland groeit al geruime tijd. Hierbij staan de grote winkelketens centraal. Door grootschalig in te kopen, sterk te focussen op efficiëntie en zoveel mogelijk processen te automatiseren kunnen lage prijzen voor de consument worden gerealiseerd.

Efficiëntieslag

In deze markt speelt het platform Standaard Elektronische Communicatie, waarin bedrijven uit de Tuin, Gereedschappen en ijzerwaren en DHZ zijn vertegenwoordigd, een belangrijke rol. Eén van de belangrijkste doelstellingen van dit platform is het vergroten van de efficiëntie op het gebied van de logistiek. EDI, Electronic Data Interchange, speelt hierbij een belangrijke ondersteunende rol. Het doel is om alle gegevens tussen de bedrijven in de keten elektronisch uit te wisselen. Hierbij kan men denken aan orders, orderbevestigingen, artikelgegevens en facturen.

De efficiëntie die hiermee bereikt wordt komt voor een groot deel voort uit de besparingen op mensinzet en het voorkomen van fouten. Maar ook de snelheid en betrouwbaarheid van het proces spelen een belangrijke rol.

Win-win situatie

Deze efficiëntie komt zowel de (toe)leverancier als de afnemer (lees winkelketen) ten goede, een win-win situatie dus.

De win-win situatie is wellicht wel de belangrijkste reden dat EDI in de Doe-het-Zelfmarkt zo breed is geaccepteerd en geïmplementeerd. Circa 90% van de informatie wordt op een elektronische en geautomatiseerde manier uitgewisseld.

Succesvol pilottraject

Deze informatie-uitwisseling brengt op zich kosten met zich mee. Het het platform Standaard Elektronische Communicatie voor de DHZ heeft onderzocht of deze kosten niet gereduceerd kunnen worden. Uiteraard zijn daarbij ook de mogelijkheden van Internet bekeken. In 2002 heeft dit onderzoek geleid tot een operationele pilot waaraan een aantal belangrijke spelers in de Doe-het-Zelfmarkt hebben meegewerkt. Aan de ene kant de winkelketens zoals Formido Bouwmarkten, Gamma, Karwei en Praxis en aan de leverancierskant B&C products, JéWé, Pril B.V. en Sabema. Bij de pilot is o.a. gebruik gemaakt van de Go-secure dienst van InterCommIT om EDI-berichten op een veilige en betrouwbare manier via Internet uit te wisselen.

De pilot leidde tot twee belangrijke conclusies:

- De kosten worden sterk gereduceerd tot wel 50%;
- De betrouwbaarheid, beschikbaarheid en veiligheid staan op het zelfde niveau of zijn zelfs beter dan bij traditionele technologie.

De pilot is dan ook doorgezet in een definitieve operationele situatie.



Service op hoog niveau

Dagelijks komen er nieuwe Go-secure gebruikers bij zoals de HDB-Groep met bedrijven als Big Boss, Doeland winkels en Hubo.

Inmiddels hebben gebruikers in de praktijk ervaren dat niet alleen de kwaliteit maar ook de door InterCommIT geboden service op een hoog niveau staan.

Gemeenschappelijke aanpak

Een gemeenschappelijke aanpak, om het aantal EDI gebruikers te vergroten, blijkt in de praktijk goed te werken. InterCommIT benaderd samen met de winkelketens de toeleveranciers die nog geen EDI doen met een aanbod EDI te implementeren. Meestal kan dit turn-key, tegen een vaste prijs.

Hierdoor loopt de toeleverancier geen risico en kan hij snel uitrekenen wanneer de kosten zijn terugverdiend.

De Doe-het-Zelfmarkt heeft in praktijk ervaren dat InterCommIT kan helpen om de kosten structureel te verlagen en het EDI gebruik te laten groeien.