

RETAIL UPDATE

MAGAZINE

Vakblad voor retailmanagers ■ 8^e jaargang nr 1 ■ januari - februari 2010 ■ www.retailupdate.be

Shoppen in Hasselt



Dossier
Retail & IT

Primark

niet bang van concurrentie



Winkerverlichting

wordt economisch thema

IT versterkt **serviceniveau** bij **Horta**

In hun ambitie om professionelere retailers te worden, gingen de winkeliers van tuincen-tergroepering Horta op zoek naar een softwarepakket dat zowel de winkelpunten als de centrale ondersteunt in het dagelijks beheer. Daarbij beperkt men zich niet tot inkoop en verkoop.

Horta is geen geïntegreerde winkelketen, maar een samenwerkingsverband tussen zelfstandige ondernemers. De organisatie heeft dan ook specifieke noden en verwachtingen op IT-vlak, verklaart Rudi De Bondt, directeur IT, ledenconnectie en expansie: "Horta is een soft franchiseconcept dat nu evolueert naar een wat strakkere formule. De wortels liggen in Limburg. Vandaag zijn er 37 leden ver-

informatie was bij Horta niet voorhanden omdat elke winkelier met z'n eigen systeem werkte. De conclusie drong zich op: de Horta winkeliers moesten hetzelfde IT-systeem gaan gebruiken. "Bij Horta gaan we ervan uit dat elke beslissing voordeel moet bieden aan de individuele leden, hetzij op het vlak van organisatie, aankoopbeheer, stockbeheer... We beslisten daarom ons eerst te focussen op het centrale artikelbeheer. Dat biedt immers een direct voordeel aan de winkels. Het updaten van artikelen vergt veel tijd. Elke winkel voert tussen de 10.000 en de 30.000 artikelen. Op centrale beheren we in totaal wel 180.000 artikelen. Dankzij een centraal artikelbeheer sparen onze leden flink wat manuren uit."

Na een lange zoektocht kwam Horta terecht bij The Missing Link. Met het pakket DBFACTw bleek het IT-bedrijf over een rijke ervaring te beschikken bij kmo's, waaronder heel wat bedrijven met een groothandels- of retailfunctie. Het grote voordeel van DBFACTw bleek bovendien dat het pakket alle noodzakelijke functionaliteiten invult voor een kmo: van

uitwisseling tussen een centrale en haar individuele leden. De sleutel van het succes is dat het programma zowel werkt op het centrale niveau als op het niveau van de individuele winkelpunten."

Centraal in het concept staat het idee van de 'Single Point of Entry'. Eenvoudig gezegd: zorg ervoor dat alle informatie met één en dezelfde toepassing kan beheerd worden, makkelijk geconsulteerd en onderling geconnecteerd. Kmo's kampen immers met een steeds groter wordende aanvoer van informatie. Veelal zit die informatie verspreid op eilandjes: afzonderlijke files, facturen, boekhoudkundige informatie, e-mails, CRM-info, bestelbons, leveringsbons... In plaats van al die gegevens verspreid te moeten zoeken, krijgt men volgens het Single Point of Entry principe toegang tot alle relevante informatie via één centraal punt.

"DBFACTw is misschien wat atypisch voor retail. De meeste ketens streven naar een sterke sturing vanuit de centrale. Maar aankoopgroeperingen werken anders. Zelfstandige handelaars hebben meer functionaliteiten nodig dan enkel het beheer van de verkoop. Dat kan met DBFACTw. Elke zelfstandige kijkt zelf naar wat het hem kan bijbrengen. Onze filosofie is dat een winkelier intelligent moet kunnen aankopen, aan de juiste prijzen en bij de juiste leveranciers, zonder teveel rompslomp, daarbij ondersteund door de groepering. De afhandeling van de verkoop moet zo snel mogelijk gebeuren. Het verschil maak je met extra service en informatie naar de klanten." Bijvoorbeeld? "Een artikeldatabase is iets waar alle retailers vandaag mee worstelen. De levenscyclus van producten wordt steeds korter, het assortiment wordt almaar breder, dus het beheer ervan wordt complexer", zegt Alex Dossche. "Met DBFACTw verloopt dat beheer zeer gebruiksvriendelijk. Wanneer nu bijvoorbeeld een Horta-klant aan de kassa informatie vraagt over een bepaald type hondenvoeding, dan kan de winkelmedewerker dat meteen opzoeken, hij kan een informatiefiche afdrukken, kijken of de producten in voorraad zijn, eventueel bestellen... allemaal vanuit één scherm."

Tijdwinst

De implementatie startte in 2005. "We hebben eerst ons assortiment bekeken: dat werd ingedeeld in groepen en soorten. Er is nu één assortimentsstructuur met dezelfde artikelnummering voor alle winkels. Voor lokaal aangekochte referenties kunnen de handelaars zelf nummers



Alex Dossche (The Missing Link) en Rudi De Bondt (Horta):
"Winkeliers moeten geen IT-specialisten worden."

spreid over heel Vlaanderen. De ambitie is om naar 50 Vlaamse leden te evolueren en dan te kijken naar de mogelijkheden over de taalgrens. Horta begon als een louter aankoopgroepering, maar al snel begrepen we dat dit niet volstond om het verschil te maken. We gingen nadenken over welk type klanten we bereiken, hoe we die klanten willen bereiken, welke positionering we innemen op de markt... Van daaruit hebben we een winkelconcept bedacht gebaseerd op service. We willen onze klanten oplossingen bieden."

Maar wie z'n klanten oplossingen wil bieden, moet heel goed weten welke producten en diensten die klanten precies verwachten. Retailers sturen hun aanbod bij op basis van de reële verkoopgegevens uit de winkels, maar die

inkoop tot verkoop over logistiek, boekhouding en managementrapportering, het zit er allemaal in. "Als je dat elders wil vinden, moet je al terecht bij de grote – en dus ook dure – ERP-spelers", meent Rudi De Bondt.

Gebruiksvriendelijk

Alex Dossche, managing partner van The Missing Link, bevestigt: "Ons pakket DBFACTw is inderdaad heel breed qua functionaliteit. In de loop van de jaren kregen we meer vragen vanuit de retailsector. Vandaag zijn we bijvoorbeeld sterk aanwezig in de elektrobranche. Groeperingen als Exellent, Selexion, Top Camera en EP, maar ook verschillende Belgacomshops en Sonycenters hebben gekozen voor onze oplossingen. DBFACTw vergemakkelijkt de gegevens-

Over Horta

Horta is een groepering van onafhankelijke winkels met een productgamma dat opgebouwd is rond tuin en dier. Daarnaast neemt ook de afdeling decoratie (met onder andere kerst en bloemschikken) een belangrijke plaats in. Door samenwerking streven de leden naar een optimalisatie op verschillende vlakken. Eén van de belangrijkste punten hierbij is de uitwisseling van hun jarenlange ervaring. Horta wil met advies de beste oplossing bieden voor het probleem van de klant. De service moet voor de klanten steeds een aangename verrassing zijn. Horta heeft nu 37 leden die samen een omzet van meer dan 40 miljoen euro realiseren. www.horta.org

aanmaken, die binnen dezelfde structuur vallen. Winkeliers kunnen inloggen en de artikelgegevens dagelijks opladen, zodat ze altijd beschikken over de meest recente aankoop- en verkoopprijzen. Intussen zijn een goeie 30 leden op DBFACTw overgestapt."

Die leden doen vandaag hun voordeel met de verschillende functionaliteiten van het pakket. Bestellingen en herbevoorrading van de winkels gebeurt nu automatisch. Men wint tijd en vermijdt fouten. "Er zijn niet veel programma's die toelaten een factuur af te punten tegenover een ontvangstnota", illustreert Rudi De Bondt. "Dit wel. We krijgen dus een perfect beheer van alles wat binnenkomt en weer buitengaat." Winkeliers kunnen hun klantvriendelijkheid nog optimaliseren. "Klanten die iets besteld hebben, worden automatisch verwittigd wanneer het gevraagde binnen is, via e-mail of sms. Sommige Horta-winkels doen onderhoud van machines: de klant krijgt automatisch een sms wanneer zijn herstelling klaar is."

Na die eerste stap was het tijd voor een volgende: het terugkrijgen van gegevens uit de winkels op het centrale niveau. "We hebben een assortimentsmedewerker aangeworven om de cijfers te analyseren en zo het assortiment met kennis van zaken te optimaliseren. Onze ambitie is om te komen tot een beter gebruik van onze vierkante meters, een hoger rendement met lagere voorraadkosten, een beter inschatten van de folderbehoefte... Dankzij de cijfers heeft de aankoopverantwoordelijke een veel beter zicht op het reilen en zeilen binnen bepaalde categorieën. Dat is dus ook een waardevolle informatiebron in de onderhandelingen met de leveranciers. De cijferanalyses gebeuren met het programma Business Objects (DataMotive). The Missing Link was heel flexibel om de verkoopgegevens op de meest performante manier aan te leveren. Dit zijn we nu aan het optimaliseren."

Beter inzicht

Het pakket is intussen geëvolueerd op vraag van de winkeliers. Rudi De Bondt: "Van in het begin hebben we een standaard implementatietraject uitgetekend. Een winkelier blijft een winkelier. Hij moet zich bezighouden met zijn corebusiness: verkopen. Het backoffice werk moet tot een minimum worden beperkt, zodat hij zich meer kan bezighouden met de klant. Winkeliers moeten geen IT-specialisten worden. Met dit systeem kunnen ze op een vlotte en intuïtieve manier omgaan. We merken dat onze leden na een tijdje het programma wat meer in de diepte gaan gebruiken omdat ze de voordelen zien." The Missing Link richt cursussen in rond specifieke thema's zoals POS, beheer van relaties, CMR optimaliseren, hoe profiteren van verkoopgegevens voor gerichte mailings... Ook de helpdesk wordt gewaardeerd.

Conclusie? "De bergen papier op de bureaus

Over The Missing Link

The Missing Link ontwikkelt en implementeert met DBFACTw geïntegreerde software die vertrekt van het commercieel beheer van de kmo. Boekhouding is immers het logisch gevolg van een ver doorgedreven en geïntegreerde commerciële administratie. Het Single Point of Entry-principe connecteert alle bedrijfsinformatie snel en doeltreffend aan elkaar om beheer, verspreiding, aanwending en analyse van data naadloos met elkaar te laten werken. Het principe is gebaseerd op de vier kernpunten van een efficiënt beheer: operationele efficiëntie, optimaliseren van klantenrelaties en inkomsten, verhoogde productiviteit van werknemers, integratie met bestaande IT-infrastructuur en software. Alle bedrijfsinformatie met betrekking op relaties en artikelen is onderling gelinkt en voor iedereen toegankelijk. Meer dan 2000 kmo's werken vandaag met DBFACTw-software. www.dbfact.be

van onze leden zijn ferm geslonken. We hebben een beter inzicht op het functioneren van de winkels. We ondervinden dat we door onze leveranciers als professioneler worden aanzien", besluit Rudi De Bondt. "Toekomstmuziek is nu het optimaliseren van onze folder en het koppelen van de gegevens met onze website." Ook voor The Missing Link houdt het hier niet op, aldus Alex Dossche: "We hebben gevoeld dat retail een specialisatie is. Het is een boeiende sector waarin veel evolueert. Door de nauwe samenwerking met Horta hebben we heel wat bijgeleerd. We zijn een kmo en dus flexibel. Ons pakket bevat intussen al heel wat nieuwe functionaliteiten."

STEFAN VAN ROMPAEY



The Concept Group
Groothandel & Retail Automatisatie

GroeiDynamics }

Groeien, dat is de ambitie van onze klanten

Dynamische bedrijven zien de complexiteit van hun bedrijfsprocessen evolueren. Een duidelijke visie op IT-ondersteuning is vaak onontbeerlijk om een volgende stap te zetten als organisatie. Daar kan het ervaren team van The Concept Group u in begeleiden.

The Concept Group implementeert IT-oplossingen voor groothandelbedrijven en retailers. Dankzij deze focus kunnen onze klanten groeien. Groeien in efficiëntie, kennis en rentabiliteit.

Alles onder controle,
zodat u kan focussen op uw groei.

Nijverheidsstraat 8
B-2590 Malle

Kerkstraat 108
B-9050 Gentbrugge

T: +32 3 420 07 10
F: +32 3 420 07 19

www.tcog.be
info@tcog.be

