

GS1: “Data is smeerolie die hele keten laat draaien”

20-10-2022 07:00



Samen met Frank Antonis, COO van Fetim, en Xavier Verbeek, Supply Planning Director van Maxeda DIY Group, bespreekt Van der Lee het belang van goede artikeldata voor de supply chain en andere bedrijfsprocessen.

Dat het delen van artikeldata essentieel is voor de hele keten onderschrijven Antonis en Verbeek. “Dat begint al bij het transport van de fabriek naar de groothandel. Om het logistieke traject zo soepel mogelijk in te richten, moet je samen afspraken maken over het delen van data zodat alle ketenpartners weten waarover ze praten. Je kunt je tegenwoordig geen halfgevulde containers meer veroorloven”, zegt Antonis.

‘Sleutel tot succes’

In een omnichannel doe-het-zelfmarkt is goede artikeldata zelfs de sleutel tot succes, zegt Verbeek: “Omnichannel zet voor de retail de deuren open naar heel veel klanten. Bovendien kun je heel eenvoudig je assortiment uitbreiden en verbreden met productgroepen waarvoor je in de fysieke winkels geen ruimte hebt. Met een goede supply chain en betrouwbare artikeldata kun je zo voor online echt een apart kanaal opbouwen.”

De online zoekfilters vragen daarbij speciale aandacht, zegt hij. “Bij de invoer van data moeten leveranciers zorgen dat de informatie klopt en op de juiste plek staat. Je wilt immers wel gevonden worden, dat is ook in het belang van leveranciers.”

Heldere afspraken

Betrouwbare en gestandaardiseerde artikeldata geeft spelers in de doe-het-zelf, tuin en dier volgens Verbeek de gelegenheid om de huidige processen steeds efficiënter te maken. “We kunnen dankzij het delen van artikeldata samen alle processen in de keten nog soepeler laten verlopen.”

Antonis benadrukt dat over het delen van artikeldata heldere afspraken moeten bestaan. “Zo wordt de afmeting van een doos bepaald door de hoogte, breedte en de diepte. Maar als je niet gezamenlijk afspreekt hoe je de doos moet positioneren om de afmeting te bepalen, kan dezelfde doos drie verschillende afmetingen hebben.”

Reëel beeld op foto's

Ook het fotomateriaal speelt een belangrijke rol in de kwaliteit van de artikeldata. “We zien dat het daar snel fout kan gaan, bijvoorbeeld als een relatief klein product online groot wordt afgebeeld. Dat kan veel retouren opleveren omdat consumenten een ander product verwachten. Dus het is belangrijk dat het fotomateriaal een reële indruk van het fysieke product biedt”, zegt Van der Lee.

“De hele keten kan efficiënter werken door data met elkaar te delen”

Ook Antonis benadrukt het belang van goed fotomateriaal voor de hele keten. “Voor de consument of eindgebruiker, maar ook voor de retailpartner. Voor het maken van een goed schappenplan moet een retailer weten hoe het artikel eruitziet. Mede op basis van de foto's uit de datapool kan besloten worden welke plek een artikel in het schap krijgt.”

Verbeeck vult aan: “Research online, purchase offline is nog steeds de trend. Consumenten zoeken thuis uit wat ze willen hebben en gaan vervolgens naar de bouwmarkt om de aankoop te doen. Daar willen ze niet teleurgesteld worden in wat ze in de schappen aantreffen.”

Value chain

Ook voor het bestel- en facturatieproces is goede artikeldata essentieel. Oude of gebrekkige data werkt fouten in de hand. Van der Lee: “Dat geldt ook voor de distributie. Daarom praat ik ook liever van een value chain, want met goede artikeldata voeg je waarde toe aan je hele supply chain.”

Mede daarom hebben Fetim en Maxeda ook geïnvesteerd in medewerkers die bezig zijn met onderhoud en invoer van artikeldata in de GS1 datapool. “Goede artikeldata betaalt zich terug in de hele keten”, zegt Antonis.

Grote uitdagingen

Actuele en uitdagende thema's die bedrijven samen met GS1 oppakken zijn duurzaamheid, milieuwetgeving en veiligheid. “Het is vaak erg ingewikkelde materie, dus dat maakt dat de meeste leveranciers die data niet of heel beperkt delen. Terwijl het ook een belangrijk onderdeel is van alle data waarover de retail moet kunnen beschikken”, zegt Verbeeck.

Veranderende regelgeving zorgt voor aanvullende eisen die aan de artikeldata gesteld worden. “Maar ook de ontwikkelingen in het retaillandschap vragen om aanpassing en uitbreiding. Vandaar ook onze oproep aan de leveranciers om hierin te blijven investeren.”

Duurzaamheid en milieu

Voor de komende jaren verwacht Antonis vooral op het gebied van duurzaamheid en milieu verdere aanscherping van wet- en regelgeving, die gevolgen hebben voor de supply chain. En daarmee ook voor artikeldata die daarvoor nodig is. “Neem het gebruik van plastic. Daarin gaat nog veel veranderen om het

gebruik terug te dringen en te kijken naar duurzamere alternatieven.”

Recycling krijgt momenteel al meer aandacht en de data daarover moet ook beschikbaar zijn. “Voor de handel, de retail en uiteindelijk ook de consument. Daaraan worden op Europees en landelijk niveau steeds meer verplichtingen en eisen gesteld. Door voor het delen van die data steeds een heldere standaard af te spreken, zorg je samen voor een goede en eenduidige beschikbaarheid van die informatie.”

Data vroeg beschikbaar

Behalve de juiste en gestandaardiseerde invoer van artikeldata is volgens Verbeeck ook het in een vroeg stadium beschikbaar zijn van die data belangrijk. “Hoe eerder wij ermee kunnen werken, hoe beter wij alles kunnen voorbereiden en het product op de markt brengen. Merchandise kan dan met de maten en gewichten aan de slag voor de schappenplannen en de collega’s van de supply chain kunnen dan het bestel- en logistieke proces inrichten. Zo kunnen we ook al het transport naar de DC’s en winkels voorbereiden. En voor gevaarlijke stoffen moeten we zorgen voor veilige opslag.”

‘Profiteren aan de achterkant’

De artikeldata in de GS1 datapool biedt leveranciers en retailers volgens Van der Lee de mogelijkheid om ‘aan de achterkant’ optimaal samen te werken en te profiteren van standaard informatie, die binnen de organisatie en naar de consumenten kan worden ingezet. “Aan de voorkant geeft iedere retailorganisatie een eigen invulling aan de presentatie van de producten en dus ook de inzet van de beschikbare artikeldata. Daar vindt dus ook de concurrentie plaats.”

Die mening deelt Verbeeck: “De hele keten kan efficiënter werken door data met elkaar te delen. Daarin moet je samen investeren en dat kost veel energie, maar de opbrengst is er dan ook naar”, zegt Verbeeck.

Antonis: “Als we kijken naar onze eigen leveranciers hebben we nog wel wat stappen te zetten. Hoe meer gestandaardiseerde data zij aanleveren, hoe beter wij die kunnen verrijken met onze data. Zo moeten we samen de datapool vullen.”

GS1 Nederland, Amstelveen, 020.511.38.20, info@gs1.nl, www.gs1.nl

Redactie