

# IT ORGANISATION & MANAGEMENT

## SAMENVATTING DEEL 2

### VERKOOP

---

#### *Verkoop is:*

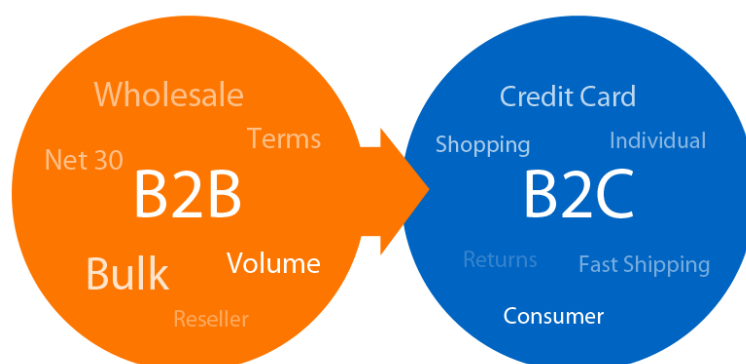
- Het leveren van goederen of diensten aan derden tegen betaling;
- Het aan een ander geven in ruil voor geld;
- Goederen of diensten van een onderneming ruilen tegen geldmiddelen van de klant.

### B2B VERSUS B2C OMGEVING

---

#### *Een verkoop kan plaatsvinden tussen:*

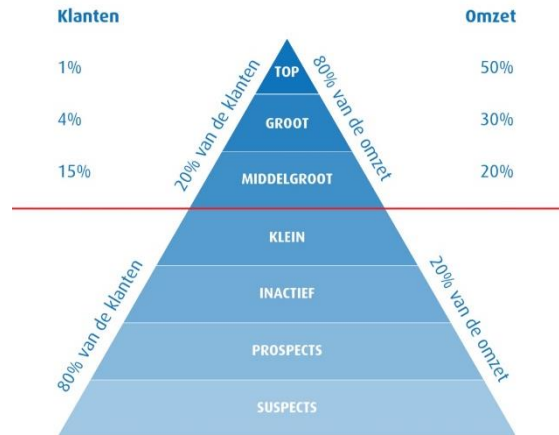
- Onderneming en onderneming/instelling/overheid:
  - **B2B – Business to Business** → zakelijke markt
- Onderneming en consument:
  - **B2C – Business to Consumer** → consumenten markt
- Particulieren onderling:
  - **C2C – Consumer to Consumer**



! In een B2B omgeving geldt vaak de **20/80** regel.

## MINDER ZAKELIJKE INKOPERS

- Bedrijf dat voor de industrie producten/ diensten produceert gaan minder klanten hebben dan een B2C.
- 80/20-regel: 80% van de output wordt aan 20% van de klanten geleverd
- Enkele klant is een stuk groter



## RELATIE KOPER - VERKOPER

- Relatie tussen deze 2 zijn belangrijker in de B2B
- Zinvol voor B2B leveranciers om te investeren in een lange-termijn-relatie met klanten
- De aard van de relaties in veel consumentenmarkten is anders

## ZAKELIJKE INKOPERS ZIJN RATIONELER

- Zakelijke inkoop is een overwegend rationeel proces
- Wat en hoe ingekocht wordt, bepaald de kwaliteit van de geproduceerde output
- Inkopers dienen hun beslissing tegenover de organisatie te verantwoorden
- Particuliere consumenten laten zich vaak bewust of onbewust leiden door emoties

## ZAKELIJKE IN- EN VERKOOP

- Gebeurt volgens specificaties
- B2B markt worden producten afgestemd op de specifieke wensen van de klant
  - Mogelijke dankzij de hoge inkomsten die met deze producten worden gegenereerd
  - Op maat gemaakt
- Risicovol
  - B2B worden voor orders vaak contracten opgesteld
  - Product kan zeer technisch zijn en kan voor onvoorziene problemen zorgen, nog voor het product wordt afgeleverd
  - Bijvoorbeeld: Fyra hogesnelheidstrein

- Complex
  - Inkoop beslissing wordt niet door 1 inkoper genomen maar door een DMU-team (Decision Making Unit)
- Belang onderhandelingen
  - Heel belangrijk, vanwege de interactie tussen professionele in- en verkopers en de complexiteit en omvang van de orders
  - Startpunt van de onderhandeling is vaak de prijslijst

## VERSCHILLEN TUSSEN B2B EN B2C

---

| B2B                     | B2C                      |
|-------------------------|--------------------------|
| • Weinig inkopers       | • Veel consumenten       |
| • Persoonlijke relaties | • Selfservice op afstand |
| • Rationeel             | • Emotioneel             |
| • Aanbod op maat        | • Aanbod per segment     |
| • Risicovol             | • Beperkt risico         |
| • Groepsbeslissing      | • 1 beslisser            |
| • Onderhandelingen      | • Prijs(lijst)           |

## VERKOOP EN MARKETING

---

Marketing is het veroveren van markt door het aanbod op de vraag af te stemmen en niet andersom.

**Door beslissingen te nemen omtrent vier variabelen – ook wel ‘Marketing Mix’ of 4P’s genoemd:**

- **Prijs** → prijsniveau, prijsveranderingen
- **Product** → kenmerken, verpakking, kwaliteit, aanbod
- **Promotie** → reclame, publiciteit, verkoop
- **Plaats** → voorraden, distributiekanaal

*"Ik stel dat marketing zich bezighoudt met het uitbouwen van het merk en het verhogen van de vraag, terwijl sales zich richt op de orders" - Philip Kotler*

Marketing en sales zijn twee verschillende functies die eenzelfde uiteindelijk doel dienen: omzet genereren, winst en marktaandeel.

Om het beste resultaat te behalen moeten sales- en marketingmensen goed samenwerken.

Procesmatig vormen marketing en sales een soort trechter (funnel), door dewelke potentiële klanten worden getransformeerd in kopende klanten.



1 model voor 2 functies met 1 gemeenschappelijk doel.

## MARKETINGCONCEPTEN

---



Omdat er grote diversiteit bestaat qua wensen en behoeften, wordt er gebruik gemaakt van marktsegmenten en targeting.

Een **marktsegment** is een groep van klanten die bepaalde wensen en behoeften delen en op een eenduidige manier op marketingactiviteiten reageren.

Nadat de verschillende segmenten in een markt zijn vastgesteld, kan het bedrijf beslissen welke segmenten het aantrekkelijkst zijn. Dit noemt **targeting**.

Positioneren is een benaderingswijze waarbij een bedrijf of merk op zoek gaat naar op welke punten consumenten letten (points of plarity) als zij een keuze maken in een productcategorie.

Vervolgens maakt het bedrijf een keuze: op welke van deze voor de consument relevante punten willen en kunnen zij zich onderscheiden ten opzichte van de concurrenten (points of differentiation) – bijvoorbeeld: Toyota positioneert zich als een betrouwbaar automerk terwijl BMW zich eerder positioneert als een sportief automerk.

## ENKELE DISCIPLINES VAN MARKETING – NIET LIMITATIEF

---

- Marktonderzoek
- Reclame
- Public relations
- Brandmarketing
- Virale marketing – marketingtechniek die met behulp van sociaal media de bekendheid van een merk probeert te vergroten. - of positieve associaties te bewerkstellingen - op een manier die te vergelijken is met virale epidemie.  
Voorbeeld: Carlsberg en TNT
- Digitale marketing
- Market research
- Advertising
- PR
- Branding – een naam, term, ontwerp of symbool of ander element dat de goederen of diensten van een verkoper identificeert als onderscheidend ten opzichte van die van andere verkopers
- Virals
- Internet, sociale en mobiele media

## MARKETING

---

Marketing is een functie binnen organisaties en ook een verzameling van processen voor het creëren, communiceren en leveren van waarde voor klanten en voor het beheersen van de klantrelatie op manieren die gunstig zijn voor de organisatie en haar stakeholders.

## PERSOONLIJKE VERKOOP

---

- Persoonlijke verkoop is een mondelinge presentatie in een gesprek met potentiële klanten – individueel of als groep – met verkoop als doel
- Persoonlijke verkoop omvat alle persoonlijke **contacten** tussen het bedrijf en zijn afnemers met als voornaamste doel het afsluiten van een verkoop**transactie**, en ook het creëren en het in stand houden van een **relatie** met de afnemer
- Marketing bereidt de verkoop voor
- De verkoper is de spits van het team, hij dient het af te maken bij de klant
- Sales is een organisatiefunctie binnen het organigram

## ACQUIREREN OF NEW BUSINESS

---

Als je gaat zoeken naar de betekenis van acquisitie dan zijn dit de 2 belangrijkste definities:

- Verwerven of verkrijgen van nieuwe opdrachten;
- Een poging om iemand iets te laten kopen of doen.

Als je deze 2 definities samenvoegt kun je simpelweg zeggen dat **acquireren nieuwe klanten binnenhalen is.**

## AIDA-BESLISSINGSMODEL

---

**AIDA** = model voor beslissingsproces voorafgaand aan inkoop.



**Attention of Awareness:** doelgroep wordt blootgesteld aan een boodschap. Bijvoorbeeld: TV, radiocommercial. De bedoeling in deze fase is dat de doelgroep de boodschap opmerkt.

**Interest:** interesse in de doelgroep moet worden opgewekt, de doelgroep moet de indruk krijgen

**Desire:** deze fase gaat over verlangen. De doelgroep moet naast de interesse ook de intentie krijgen om een actie uit te voeren.

**Action:** in deze fase voert de doelgroep de daadwerkelijke actie uit en is het doel van de boodschap bereikt.

**AIDA** wordt verdeeld onder **2 organisatiefuncties** genaamd **Marketing & Sales** (verkoop). Ze hebben beide een gemeenschappelijk doel en dat is omzet genereren.

### Marketing & Sales:

- Begeleiden van potentiële kopers doorheen hun beslissingsproces
- Werken elk op hun eigen manier in op dit beslissingsproces

## KWALIFICATIE VAN LEADS

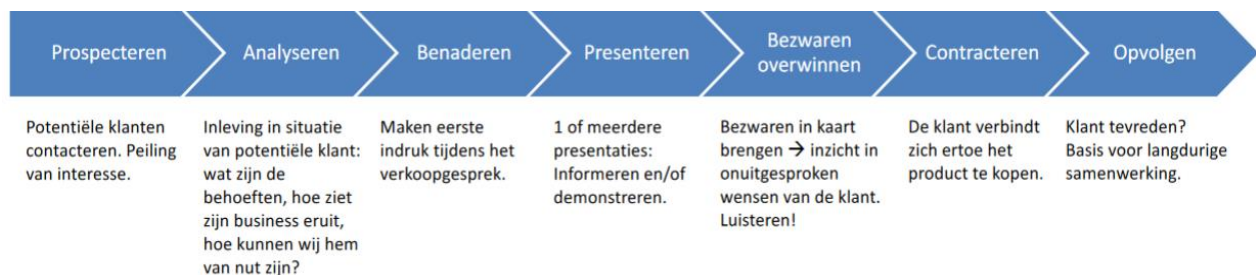
AIDA-model geeft aan in welk stadium een potentiële klant of lead zich bevindt. Eens **gekwalificeerd** of **qualified**:

- Wordt de koopintentie van een lead hoog genoeg ingeschat
- Verschuift de verantwoordelijkheid van marketing naar sales

*Kwalificatie moet gebeuren door marketing en sales samen.*

## PROCES VAN PERSOONLIJKE VERKOOP

*Als modelproces voor persoonlijke verkoop worden vaak de 7 stappen van een verkoop gebruikt:*



**Prospecteren:** een prospect is een persoon die niet eerder producten van het verkopende bedrijf heeft afgenomen, maar toch interesse toont in het product of onderneming.

**Analyseren:** in geval van interesse wordt een verkoopgesprek gepland, de klant en zijn behoeftes worden verder bestudeerd.

**Benaderen:** tijdens deze fase wordt de eerste indruk van het verkoopgesprek gemaakt.

**Bezwaren overwinnen:** bezwaren zijn vragen of bedenkingen over het product, dienst of het verkopende bedrijf.

**Presenteren:** deze fase kan bestaan uit 1 of meerdere presentaties. Potentiële klanten worden uitgenodigd om het productieproces te bekijken.

**Contracteren:** het formele document waarin de klant zich verbindt het product/dienst te kopen.

**Opvolgen:** opvolgen of de klant tevreden is of blijft.

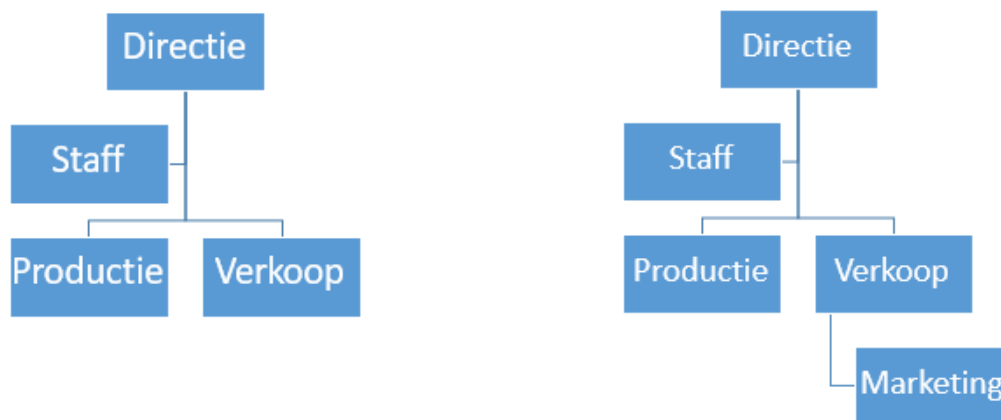


## ORGANISATIEVORMEN VAN VERKOOP EN MARKETING

---

### SALES:

- ***Kleine of startende ondernemingen:***
  - Hebben vaak geen formele marketingfunctie
  - Hebben verkopers
  - Marketingideeën komen van werknemers of externe adviesbureaus.



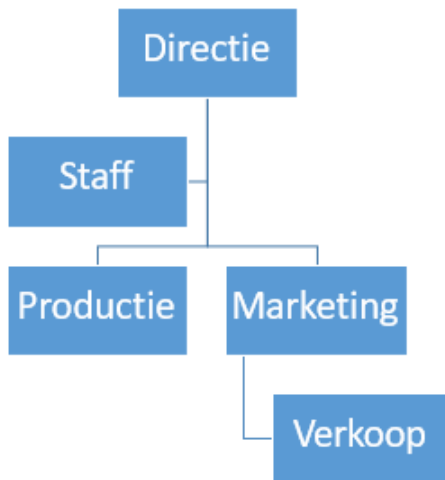
Met groei komt nood om verkopers meer te ondersteunen. Vaak wordt daarom een marketingspecialist toegevoegd aan de verkoopafdeling. Hij/zij doet marktonderzoek en helpt bij het kiezen van doelgroepen en distributiekanaal.



### SALES EN MARKETING:

- **Groeiende of middelgrote ondernemingen:**

- Meer voorbereiding en ondersteuning nodig in de verkoop
- Marketing wordt een aparte organisatiefunctie
- Goede afspraken zijn cruciaal. Wie is verantwoordelijk voor wat?
  - **Voorbeeld:** het kwalificeren van leads, vanaf welk ogenblik verschuift de verantwoordelijkheid van marketing naar sales?

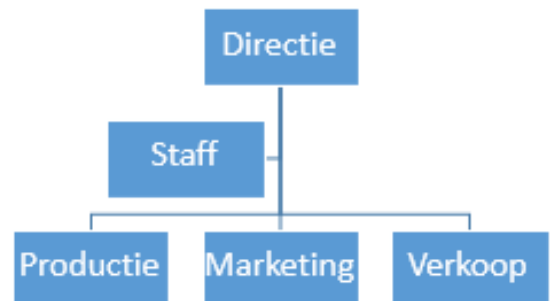


### MARKETING:

- **Grote ondernemingen:**

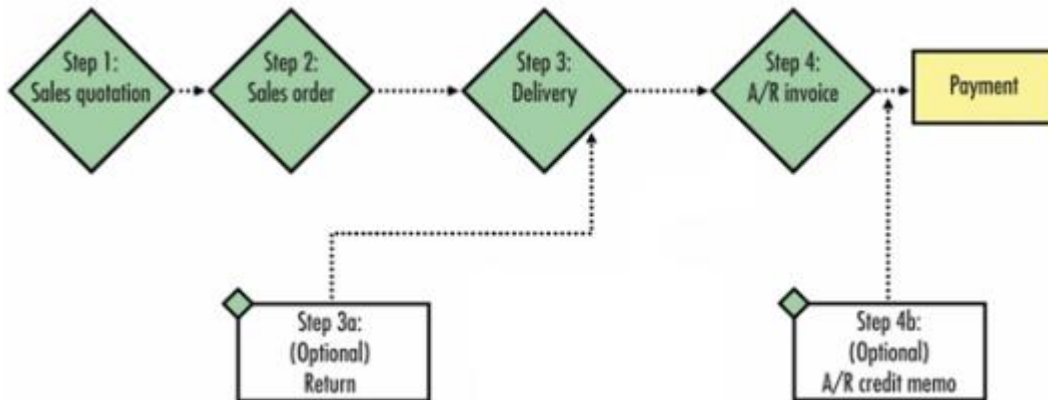
- Denken in termen van merken, dan in termen van producten of diensten.
- Marketing dient meer en meer samen te werken met andere organisatiefuncties zoals Finance (budget, forecast), Productie (productontwikkeling) en algemeen management (strategie).
- Marketing overstijgt Sales in reikwijdte.

Merk op dat in tijden van crisis en besparingen, Marketing eerder in het vizier komt dan Sales. Dit komt omdat de bijdrage tot het bedrijfsresultaat van Sales makkelijker is aan te tonen dan dat van Marketing.



## VERKOOPADMINISTRATIE

Het verkoopproces brengt heel wat administratie met zich mee. Er zijn een aantal documenten vereist om het verkoopproces succesvol af te ronden:



### Offerte (Sales Quotation)

Een formele aanbieding van producten, diensten of werkzaamheden. Een offerte wordt over het algemeen opgesteld op verzoek van een potentiële klant van een bedrijf.

#### Een offerte bevat:

- De naam en/of maatschappelijke benaming, het adres en eventueel het handelsregisternummer of ambachtsregister
- Een beschrijving van de te leveren producten of diensten
- Een prijs
- Eventuele van toepassing zijnde betalingscondities en kortingen
- De datum en geldigheidsduur van de offerte
- De schatting van de duur van de uitvoering, met daarin aangegeven onder welke voorwaarden de planning gehaald wordt
- De voorwaarden
- Een geldige ondertekening

Een offerte of bestek is bindend voor de persoon die het heeft opgesteld. Het is eigenlijk een aanbod van een contract.

### Bestelling (sales order)

De overeenkomst is pas echt als de tegenpartij/consument schriftelijk zijn toestemming heeft gegeven

***Soms gebeuren er nog extra controles vooraleer een bestelling effectief wordt uitgevoerd:***

- Commerciële aspecten (prijs, kortingen, betalingscondities, ...) door de verkoopleiding;
- Kredietwaardigheid van de klant door de Financiële afdeling of Kredietcontrole-afdeling.

**Leveringsbon (delivery note)**

Vervolgens wordt de bestelling ter uitvoering doorgegeven aan de operationele afdelingen. Goederen worden uit stock genomen en klaargemaakt voor verzending naar de klant

- Bevat alle nuttige informatie om intern de levering te kunnen voorbereiden en het transport te verzekeren
- Dient bij aflevering ondertekend te worden door de klant

**Factuur (A/R invoice)**

De factuur is het document dat de vordering vaststelt en bij voorkeur afzonderlijk wordt verstuurd naar de klant.

De factuurafdeling staat in voor de volledige, tijdige en juiste facturatie van alle uitleveringen.

**Creditnota (A/R credit memo)**

Een creditnota wordt opgesteld in geval van retourzendingen of klachten door de klant, fouten in de facturatie of commerciële toevoegingen (kortingen) aan de klant.

## **Inning en boekhoudkundige registraties**

De boekhouding ten slotte verzorgt de registratie van de verkopen en de eruit resulterende vorderingen in de algemene boekhouding en dient de tijdige inning van de vorderingen te bewaken.

## **E-COMMERCE**

---

Door de opkomst van het internet moeten bijna alle organisaties wereldwijd aanwezig zijn op het internet. Als een bedrijf online niet vindbaar is, dan is het voortbestaan van het bedrijf in gedrang.

## **E-COMMERCE IN CIJFERS**

---

Voor cijfers zie PowerPoint pagina 101 t.e.m. 116.

## **MEERWAARDE VAN EEN WEBSITE**

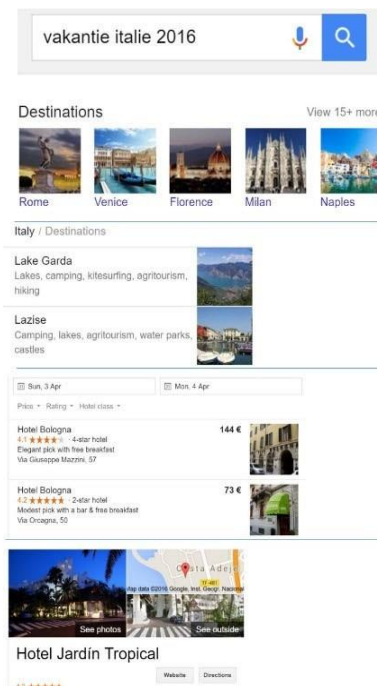
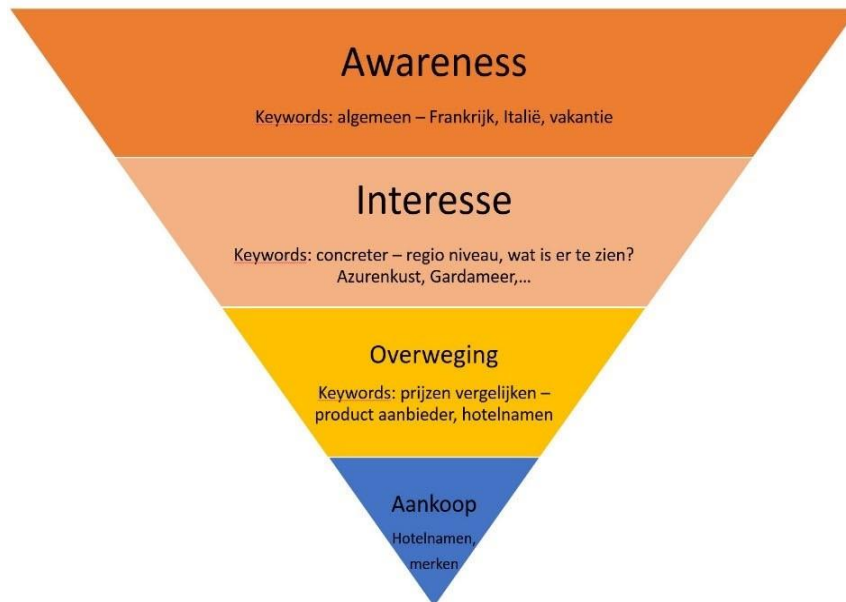
---

***Met een website worden de volgende doelstellingen voor het bedrijf bereikt:***

- Naamsbekendheid vergroten
- Bezoekersaantal vergroten
- Verlengen bezoekduur
- Vergroten klantentevredenheid
- Van bezoekers klanten maken
- Beantwoorden vragen van klanten
- Verhogen loyaliteit

## ONLINE MARKETING FUNNEL

Bij verkoop hebben we de marketing funnel, het AIDA-beslissingsmodel. Elke potentiële klant doorloopt dit model. Dit model geldt evenzeer voor de online verkoop.



Een consument start met het ingeven van zoekwoorden (**awareness**). Hij wil bijvoorbeeld op vakantie naar Italië.

Vervolgens ziet hij de advertenties en geraakt hij geïnteresseerd (**interest**). Hij gaat doorklikken op de advertenties.

Hij komt dan terecht op de landingspagina van de betreffende site. Hij zal overwegen of hij deze bestemming wil of niet (**desire**).

En vervolgens gaat hij de reis, hotel, huisje boeken (**action**).

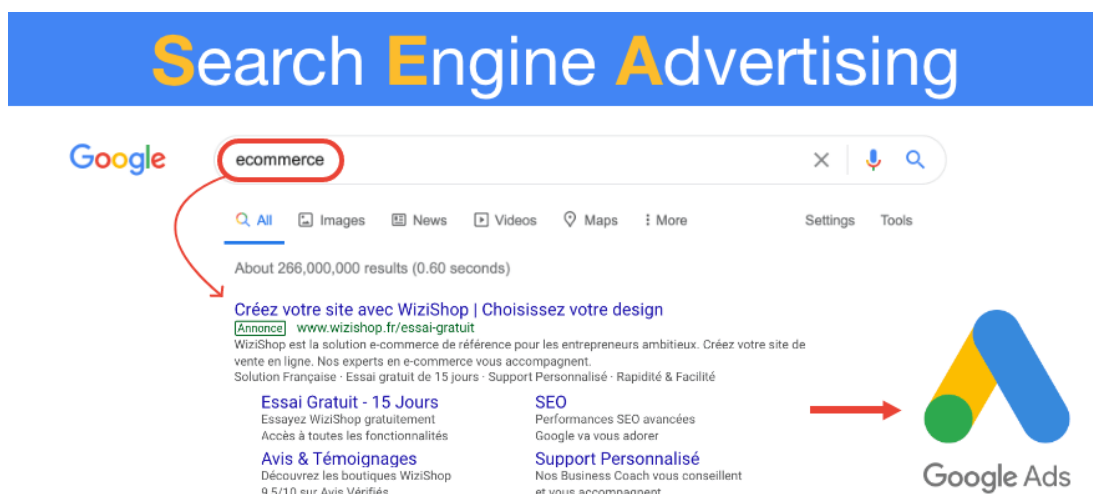
## SEARCH ENGINE MARKETING

Search Engine Marketing (**SEM**) is het commercieel benutten van de werking van zoekmachines. Het doel van SEM is om meer en relevant verkeer (**traffic**) naar de website te krijgen.

**SEM bestaat uit 2 onderdelen:**

### 1. Search Engine Advertisement (SEA)

- Omvat het tonen van zoekterm-gerelateerde ads bij zoekresultaten



## 2. Search Engine Optimization (SEO)

- Het optimaliseren van webpagina's met als doel het creëren van een zo hoog mogelijk positie in de zoekmachines op een natuurlijke manier.
- Crawler → regels: veranderen continu



### Basisregels van SEO:

- **Inhoud**
  - CTR (click through rate) is een belangrijke indicator
- **Populariteit**
  - Backlinks en PageRank
- **Programmeertechnieken**
  - Metatags zijn labels waarin info staat over de site. Belangrijkste tags zijn: **<title>**, **<description>**, **<keywords>** en **<alt-tags>**.

### De robot checkt naast de metatags, ook verschillende andere zaken:

- **Geoptimaliseerde URL's:** er moet een logische opbouw zijn van de website.
  - o voorbeeld.be/seo-checklist en **niet** voorbeeld.be/p=?12397
- **Security:** Google geeft voorrang aan veilige websites. Dat wil zeggen, websites met een SSL-certificaat.
  - o <https://www.digiti.be> in plaats van <http://www.digiti.be>
- **Responsive website:** de website moet responsief zijn voor alle toestellen
- **XML-sitemap:** in de XML-sitemaps staan alle mogelijke pagina's/URL's van uw website
- **Robots.txt:** dit bestand wordt gebruikt om bepaalde secties binnen uw website af te schermen voor zoekrobots. Deze file moet zeker opgenomen zijn in de sitemap
- **Laadsnelheid**



## PROCES VAN DE ORDERAFHANDELING

---

Op het moment dat de klant het gewenste product of dienst gevonden heeft, zal deze overgaan tot de aankoop.

### ***Daarbij worden de volgende stappen doorlopen:***

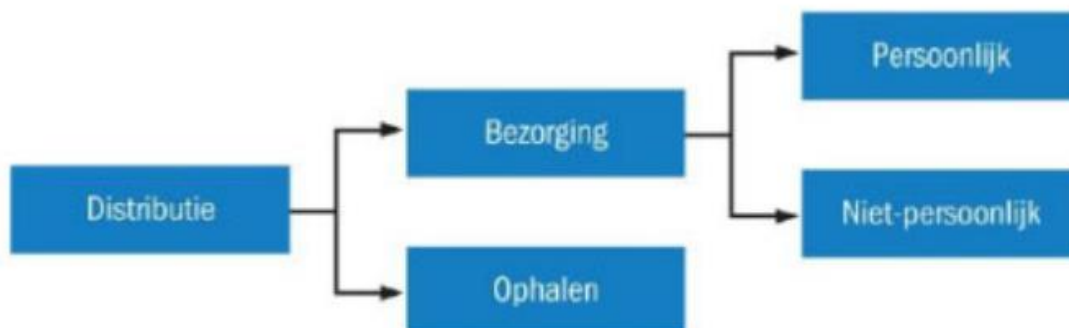
- Product in winkelmandje
- Bestelling compleet
- Ingave gegevens (adres + factuur)
- Betaalmethode
- Betalen
- Bedankt voor uw bestelling
- Orderbevestiging
- Verzending bestelling
- Facturering

## BASISMODELLEN VOOR DISTRIBUTIE

---

### **Er zijn twee soorten basismodellen:**

1. Het product komt naar de klant toe (bezorging)
  - Persoonlijk
    - Product wordt in ontvangst genomen door de klant
  - Niet-persoonlijk
    - Product wordt in brievenbus gestoken
2. De klant gaat het product (ophalen)



## VOORDELEN E-SHOPPEN

---

### ***Online shoppen biedt een klant voordelen:***

- Beter overzicht assortiment
- Meer producten
- Gemakkelijk prijzen vergelijken
- Gepersonaliseerd shoppen
- Gemakkelijk: tijd, verplaatsing
- Reviews

## VOORDELEN FYSIEK SHOPPEN

---

Ophalen gebeurt in een fysieke winkel en dit is eigenlijk het fysieke winkelen.

### ***Dit distributiekanaal heeft voor de klant voordelen ten opzichte van online bestellen, zoals:***

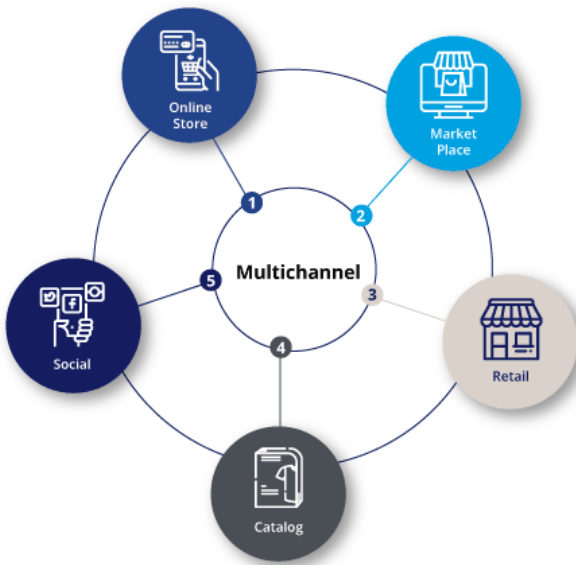
- Persoonlijk advies en informatie
- Aanraken, zien, voelen producten
- Betalen bij ontvangst product
- Product onmiddellijk beschikbaar
- Fun factor

## MULTICHANNELDISTRIBUTIE

---

Voor fabrikanten die de distributie van hun artikelen laten verzorgen door winkeliers, is het soms moeilijke keuze om een webwinkel te openen. Op het moment dat men zijn artikelen gaat aanbieden aan de consument, passeert men de fysieke winkel.

Dit fenomeen wordt kanaalconflict genoemd.



### **Kanaalconflicten kunnen worden gekanaliseerd door:**

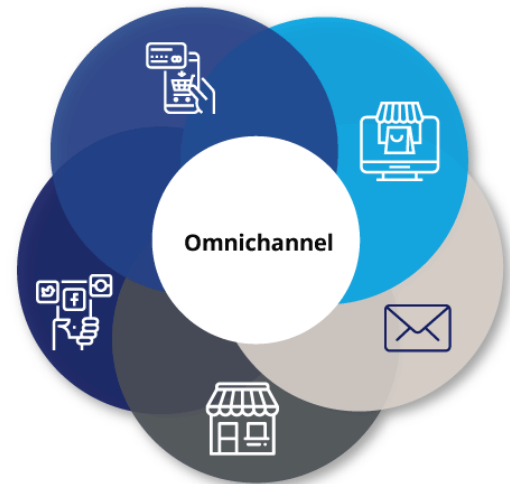
- In een webwinkel leads te genereren voor een fysieke winkel;
- De in de webwinkel bestelde artikelen te laten leveren door de fysieke winkel of te laten afhalen in de fysieke winkel;
- Uniforme prijzen te hanteren.

## **OMNICHANNELDISTRIBUTIE**

Distributie via meerdere kanalen die naadloos op elkaar aansluiten.

Een belangrijke beslissing die organisaties kiezen voor omnichannel distributie moeten nemen, is de mate waarin de verschillende kanalen hetzelfde aanbod moeten hebben:

- Prijzen even hoog?
- Éénzelfde assortiment?
- Beheer voorraad: per kanaal of gezamenlijk?
- Dezelfde verkoopvoorwaarden? Retourbeleid?
- Online aankopen retourneren in winkel?



Het strategische einddoel is om multichannel distributie: de distributie van een verkooporganisatie via meerdere kanalen, waarbij de kanalen naadloos met elkaar zijn verbonden.

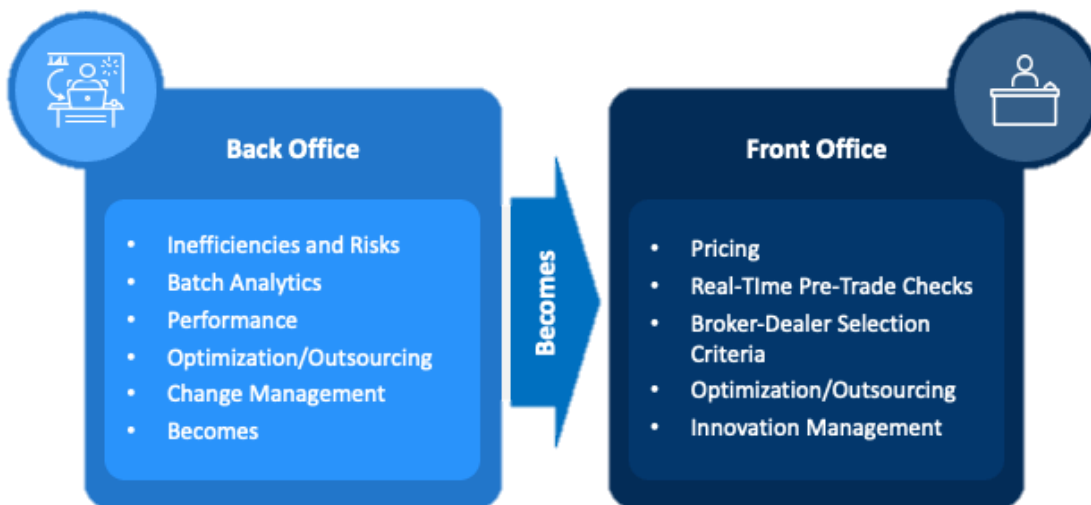
## BACKOFFICE

---

Om de distributiekanaal naadloos met elkaar te verbinden, moet het backoffice van elk distributiekanaal perfect op elkaar zijn afgestemd.

**Frontoffice:** gedeelte van de organisatie van de aanbieder waarmee de klant in contact staat.

**Backoffice:** ondersteunt de medewerkers en de processen in het frontoffice.



**Frontoffice** is een zakelijke term die betrekking heeft op het deel van het bedrijf dat interactie heeft met klanten, waaronder verkoop, marketing en services.

In feite verwijst de **backoffice** naar het administratief personeel van een structuur die geen contact hoeft te hebben met zijn klanten.

Veel organisaties zijn in het verleden gefuseerd of bestaan uit verschillende bedrijfsonderdelen met elk een eigen backoffice. Een éénduidige backoffice doorheen het hele bedrijf is een grote uitdaging.

### **Technische eisen:**

- Beschikbaarheid van 99,5%
- Website moet door alle browsers worden ondersteund, maar ook toegankelijk zijn voor visueel gehandicapten.

## ERP

---



**ERP** = Enterprise Resource Planning → geïntegreerd softwarepakket wat alle transacties en processen van de bedrijfsvoering ondersteunt, over de afdelingsgrenzen heen.

### Voordelen ERP:

- Efficiëntere manier van werken
- Betere communicatie
- Kostenverlaging
- Gegevens van klanten en producten binnen de organisatie moeten slechts 1 maal ingevoerd worden

## ERP: BEDRIJFSPROCESSEN

---



## ERP: AFDELINGEN

---



- Financieel beheer
- Verkoop & Marketing
- Inkoop
- Magazijn
- Productie
- Projecten
- Resourceplanning
- Service
- Personeel
- Administratie

**FINANCIËEL BEHEER:** geeft de mogelijkheid om alle transacties met een financiële weerslag te registreren en te analyseren

- Grootboek
- Kas/Bank
- Kostprijsboekhouding
- Cashflow
- Tegoeden
- Schulden
- Vaste activa
- Voorraad
- Periodieke activiteiten
- Instellingen

### **VERKOOP & MARKETING:**

- Verkoop
- Orderverwerking
- Marketing
- Voorraad en prijzen

### **INKOOP:**

- Inkoop
- Planning
- Orderverwerking
- Voorraad en waardering

**MAGAZIJN:** bedrijfsprocessen die verband houden met magazijn, kunnen hiermee bijgehouden worden

- Orders en contacten
- Planning en uitvoering
- Uit-/inslag order voor order
- Uit-/inslag goederen meerdere orders
- Voorraad en assemblage

**PRODUCTIE:** aangekochte producten worden omgevormd tot verkoopbare producten. Dit proces wordt in deze module opgevolgd

- Productontwerp
- Planning
- Waardering

**PROJECTEN:** een project is eindig in de tijd en er wordt steeds iets opgeleverd. Deze start op een bepaalde datum, heeft een budget en een vermoedelijke einddatum

**RESOURCEPLANNING:** HRM 'Human Resource Management'. Letterlijke betekenis 'beheer van menselijke productiemiddelen'. In het dagelijks taalgebruik is het een synoniem voor 'personeelsbeleid'.

**SERVICE (CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT):** verleent diensten aan klanten

- Contractbeheer
- Orderverwerking

**PERSONEEL:** houdt gegevens bij over de werknemers van het bedrijf



**ADMINISTRATIE:** bevat een hele reeks instellingen uit verschillende domeinen van NAV.

## ERP: FILTERVOORWAARDEN


---


Filterlijnen kun je toevoegen door op het groene kruisje te klikken, een filterlijn verwijderen je door op het rode kruisje te klikken.

Geboekte verkoopfacturen ▾

>1 000 Bedrag ▾  

Resultaten weergeven:

 Waarbij Klant ▾ is

 Filter toevoegen

| Nr.        | Documen... | Vervaldat... | Boeki...   | Klantnr. | Klant     | Bedrag    | Bedrag incl. btw |
|------------|------------|--------------|------------|----------|-----------|-----------|------------------|
| VF1701-003 | 17/01/2017 | 16/02/2017   | 17/01/2017 | K000006  | VZW UNIZO | 17 625,00 | 21 326,25        |
| VF1601-005 | 28/01/2016 | 27/02/2016   | 28/01/2016 | K000006  | VZW UNIZO | 5 850,00  | 7 078,50         |



***Dit zijn de belangrijkste notatiewijzen voor te filteren:***

| BETEKENIS  | VOORBEELD                 | WAT WORDT WEERGEGEVEN?   |
|--|---------------------------|--|
| Gelijk aan   | 987<br>Man                | Het nummer 987<br>Records met de code 'Man'  |
| Interval   | 540..678<br>..987<br>P6.. | Nummers 540 tem 678<br>Nummers tem 987<br>Gegevens van boekhoudperiode 6 en verder |
| Of   | 45 67                     | Records met nummer 45 of 67  |
| En   | < 2000 & > 1000           | Nummers kleiner dan 2000 en groter dan 1000  |
| Behalve  | <> 0                      | Alle nummers behalve 0   |
| Groter dan   | > 1000                    | Nummers groter dan 1000  |
| Groter of gelijk aan   | >= 1000                   | Nummers groter of gelijk aan 1000  |
| Kleiner dan  | < 1000                    | Nummers kleiner dan 1000   |
| Kleiner of gelijk aan  | <= 1000                   | Nummers kleiner of gelijk aan 1000   |
| Een onbeperkt aantal<br>onbekende tekens                     | *nr*<br>*nr<br>nr*        | Tekst met letters 'nr'<br>Tekst die eindigt op 'nr'<br>Tekst die begint met 'nr'   |
| Één onbekend teken   | Goova?rts                 | Tekst zoals Goovaerts of Goovaarts   |
| Geen onderscheid tussen<br>hoofdletters en kleine<br>letters | @veldnaam                 | Tekst zoals 'veldnaam',<br>'Veldnaam', 'VeldNaam',<br>'VeldnaaM',...               |

## ERP: DATUMGEGEVENS

---

Je kunt datumgegevens met of zonder scheidingsteken invoeren:

*Voorbeeld: 01012020 of 01/01/2020*

### DATUMFORMULES INVOEREN:

***Een datumveld kan twee, vier, zes of acht cijfers bevatten:***

- Als je slechts twee cijfers invoert, wordt dit als een dag beschouwd en worden de maand en het jaar van de werkdatum automatisch toegevoegd.
- Als je vier cijfers invoert, wordt dit als een dag en een maand beschouwd en wordt het jaar van de werkdatum automatisch toegevoegd.
- Als de ingevoerde datum in de periode 01/01/1930 tot en met 31/12/2029 valt, dan hoeft je slechts twee cijfers voor het jaartal in te voeren. Anders moet je er vier invoeren.

**h** – de datum van vandaag wordt ingevoerd. Dit is de systeemdatum van de computer.

**w** – de werkdatum wordt ingevoerd.

### DATUMFORMULES GEBRUIKEN:

*Hier volgen enkele voorbeelden van het gebruik van datumformules:*

- De datumformule in het veld RESPIJTPERIODE van een bepaald aanmaningsniveau bepaalt hoe lang de vervaldatum (of de datum van de vorige aanmaning) moet zijn verstreken voordat een aanmaning wordt gemaakt.
- De datumformule in het veld VERVALDATUMFORMULE bepaalt hoe de vervaldag voor de aanmaning wordt berekend.

*De datumberekeningsformule kan uit maximaal 20 tekens (cijfers en/of letters) bestaan. Je kan hierbij de volgende letters gebruiken:*

- L - Lopend
- D - Dag
- W - Week
- M - Maand
- K - Kwartaal
- J - Jaar

**Er zijn drie soorten datumformules:**

*Lopend plus een tijdseenheid. Bijvoorbeeld:*

- LW - Lopende week
- LM - Lopende maand

*Een nummer plus een tijdseenheid. Nummers mogen niet groter zijn dan 9999. Bijvoorbeeld:*

- 10D - 10 dagen vanaf vandaag
- 2W - 2 weken vanaf vandaag

*Een tijdseenheid plus een getal. Bijvoorbeeld:*

- D10 - de volgende tiende dag van de maand
- WD4 - de volgende vierde dag van een week (donderdag)

*Je kan de drie soorten combineren. Bijvoorbeeld:*

- LM+10D - lopende maand + 10 dagen

*Je gebruikt een minteken om een datum in het verleden aan te duiden. Bijvoorbeeld:*

- -1J - 1 jaar geleden vanaf vandaag.

## ERP: INKOOP

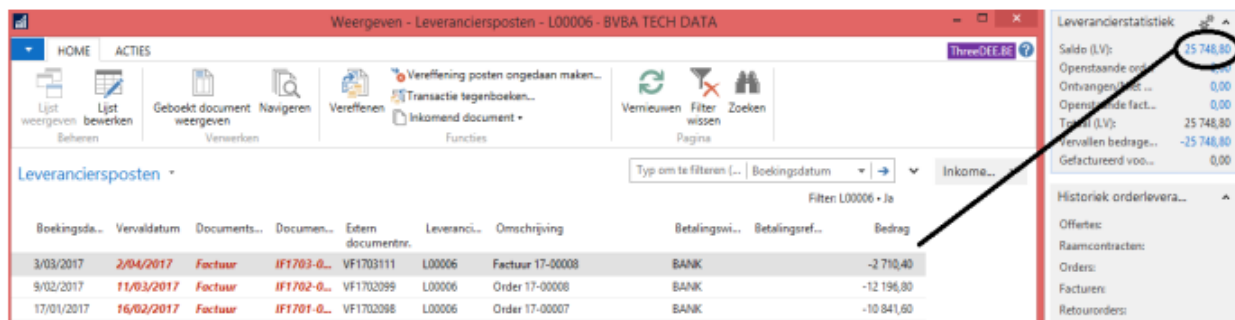
### DE LEVERANCIERSKAART

*Je bereikt de leverancierskaarten via:*

- Afdelingen
- Inkopen
- Planning
- Leveranciers

*De rubrieken die in de leverancierskaart verschijnen zijn:*

- Algemeen
- Adres en contactpersoon
- Facturering
- Betalingen
- Ontvangst
- Contacten



Weergeven - Leveranciersposten - L00006 - BVBA TECH DATA

HOME ACTIES

Lijst weergeven Lijst bewerken Geboekt document weergeven Navigeren Verifiëren Verifiëren Transactie tegenboeken... Inkomend document... Functies

Vernieuwen Filter wissen Zoeken Pagina's

Leveranciersposten

Typ om te filteren [...] Boekingsdatum ▼ Inkom...

Filtern L00006 • Ja

| Boekingsda... | Vervaldatum | Documents... | Documen...  | Extern documentnr. | Leveranci... | Omschrijving     | Betalingswi... | Betalingsref... | Bedrag     |
|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------------|--------------|------------------|----------------|-----------------|------------|
| 3/03/2017     | 2/04/2017   | Factuur      | IF1703-0... | VF1703111          | L00006       | Factuur 17-00008 | BANK           |                 | -2 710,40  |
| 9/02/2017     | 11/03/2017  | Factuur      | IF1702-0... | VF1702099          | L00006       | Order 17-00008   | BANK           |                 | -12 196,80 |
| 17/01/2017    | 16/02/2017  | Factuur      | IF1701-0... | VF1702098          | L00006       | Order 17-00007   | BANK           |                 | -10 841,60 |

Leverancierstatistiek

Saldo (L/V): 25 748,80

Openstaande ord... 0,00

Ontvangen ord... 0,00

Openstaande fact... 0,00

Totaal (L/V): 25 748,80

Vervallen bedrage... -25 748,80

Gefactureerd voo... 0,00

Historiek orderlevera...

Offertes:

Raamcontracten:

Orders:

Facturen:

Retourorders:

## DE ARTIKELKAART

*Je bereikt de artikelkaart via:*

- Inkopen
- Artikelen
- Planning

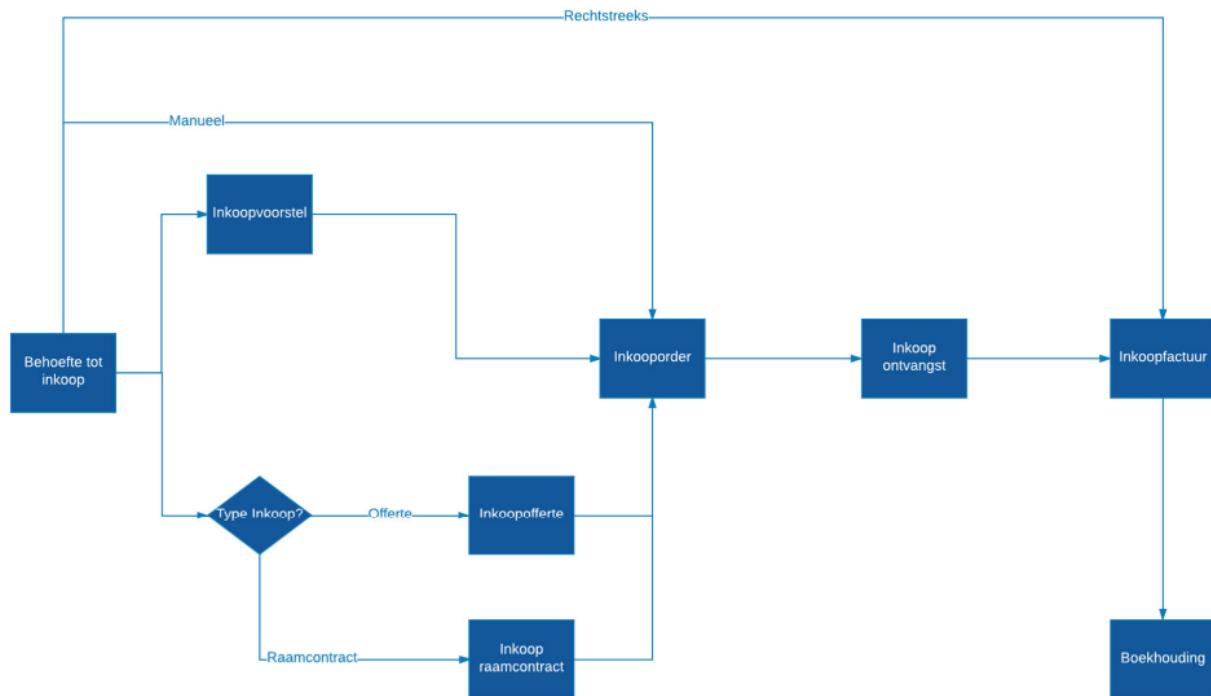
Het veld **WAARDERINGSMETHODE** heeft betrekking op de waardebepaling van het artikel.

***Dit veld heeft 5 mogelijke waarden:***

- **FIFO:** First In First Out – de waarde van de goederen die op een bepaald ogenblik verhandeld worden, wordt bepaald door de goederen die het eerst binnenkwamen;
- **LIFO:** Last In First Out – de waarde van de goederen die op een bepaald ogenblik verhandeld worden, wordt bepaald door de goederen die het laatst binnen kwamen;
- **SPECIFIEK:** specifiek voor een bepaald artikel;
- **GEMIDDELD:** gebaseerd op alle aankopen;
- **VAST:** de kost per eenheid wordt door de gebruiker bepaald.

## EEN INKOOPORDER MAKEN, ONTVANGEN EN BOEKEN

Onderstaande figuur schetst het inkoopproces. Hierin zijn de stappen van het inkoopproces terug te vinden: **specificeren, selecteren, contracteren, bestellen, bewaken, nazorg** en **evaluatie**.



Als men een behoefte detecteert (**specificeren**), zijn er 3 mogelijkheden binnen NAV2017:

- Een inkoopvoorstel lanceren
- Offertes rondvragen en een leverancier **selecteren**
- Een raamcontracten opstellen (**contracteren**).

Een bestelling (inkooporder) kan vervolgens voortvloeien uit een inkoopvoorstel, een offerte, of een raamcontract.

Wanneer een order slechts gedeeltelijk uitgevoerd kan worden, bijvoorbeeld omdat bepaalde artikelen niet in voorraad zijn, kun je een gedeeltelijke levering registreren:

- Zet in de kolom **TE ONTVANGEN AANTAL** alleen de aantallen die je ontvangen hebt en klik op **BOEKEN, ONTVANGEN, OK**.
- In de kolom **TE ONTVANGEN AANTAL** komen daarna de nog niet ontvangen aantallen, in de kolom **ONTVANGEN AANTAL**, de al ontvangen aantallen.

## INKOOPRAAMCONTRACTEN

*Een inkoopraamcontract maak je als volgt:*

- INKOPEN
  - ORDERVERWERKING
    - INKOOPRAAMCONTRACTEN.

Het raamcontract verdwijnt **niet** als alle goederen geleverd en gefactureerd zijn.

## ERP: KORTINGEN BIJ INKOPEN

---

**HANDELSKORTING:** wordt gegeven om commerciële redenen, als klantenbindingsmiddel.

Als je wil controleren of de korting werd toegepast op de factuur, dan kan je een testrapport opvragen.

*Dit vind je terug in het tabblad ACTIES:*



**REGELKORTING:** wordt gegeven als een minimale hoeveelheid van een bepaald artikel gegeven wordt.

Je vindt de regelkortingen die een leverancier geeft via **AFDELINGEN, INKOPEN, ORDERVERWERKING, LEVERANCIERS**, knop **REGELKORTINGEN** in het tabblad **NAVIGEREN**:

| Levera... | Artikelnr. | Eenhei... | Minimum aantal | Regelkorting % | Begind... | Einddatum |
|-----------|------------|-----------|----------------|----------------|-----------|-----------|
| L00006    | I000007    | STUK      | 2              | 5              |           |           |
| L00006    | I000007    | STUK      | 3              | 10             |           |           |

**FACTUURKORTING:** wordt gegeven op het factuurbedrag

Je vindt de factuurkortingen die een leverancier geeft via **AFDELINGEN, INKOPEN, ORDERVERWERKING, LEVERANCIERS**, knop **FACTUURKORTING** in het tabblad **NAVIGEREN**:

Als je het selectievakje **FACTUURKORTING BEREKENEN** in het venster **INKOOPINSTELLINGEN (INKOPEN, BEHEER, INKOOPINSTELLINGEN)** hebt ingeschakeld, dan wordt de korting automatisch berekend.

| Valutac... | Minimumb... | Korting % | Administratiek... |
|------------|-------------|-----------|-------------------|
|            | 0,00        | 0         | 10,00             |
|            | 100,00      | 0         | 0,00              |
|            | 500,00      | 2         | 0,00              |



In de volgende tabel zie je welke methode je het best kunt kiezen als je de factuurskortingen en/of regelkortingen apart wilt boeken of wilt aftrekken van het factuurbedrag.

| Korting boeken  | Factuurskorting      | Regelkorting         |
|-----------------|----------------------|----------------------|
| Alle            | Afzonderlijk geboekt | Afzonderlijk geboekt |
| Factuurskorting | Afzonderlijk geboekt | Afzonderlijk geboekt |
| Regelkorting    | Ervan afgetrokken    | Afzonderlijk geboekt |
| Geen            | Ervan afgetrokken    | Ervan afgetrokken    |

De geboekte inkoopfactuur vind je terug via **INKOPEN, ARCHIEF, GEBOEKTE INKOOPFACTUREN**.

**FINANCIËLE KORTING:** wordt toegekend bij contante betaling. Heeft effect op MVH en dus op de berekening van de BTW.

#### Betalingscondities ▾

| Code     | Vervaldat... | Kortingsv... | Korting % | Con...<br>op C...        | Omschrijving                   |
|----------|--------------|--------------|-----------|--------------------------|--------------------------------|
| 14 DAGEN | 14D          |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in 14 dagen         |
| 1M(8D)   | 1M           | 8D           | 2         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in 1 maand / 2% ... |
| 21 DAGEN | 21D          |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in 21 dagen         |
| 30 DAGEN | 30D          |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in 30 dagen         |
| 7 DAGEN  | 7D           |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in 7 dagen          |
| CONTANT  | 0D           |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen bij ontvangst       |
| LM       | LM           |              | 0         | <input type="checkbox"/> | Te betalen in de lopende m...  |

Kortingen voor contant vind je in de leveranciersfiche vastleggen in de rubriek **BETALINGEN**, veld **BETALINGSCONDITIONES**.