

De zeven principes van supply chain management

Recente gebeurtenissen hebben eens te meer aangetoond hoe kwetsbaar veel supply chains zijn. Lees hoe je zeven principes van supply chain management kunt toepassen om meer veerkracht in te bouwen.

1234567

Inhoud

Inleiding

Geen keten, maar een pijplijn	4
Het probleem stroomopwaarts verergeren	6
Pas op voor het 'bounce-effect'	8

Acties en principes voor de supply chain

Principe 1: Verbeter de inzichtelijkheid van de voorraad	12
Principe 2: Beheer vraag en aanbod als een stroom	15
Principe 3: Gebruik een snel, flexibel planningsysteem voor je pijplijn	18
Principe 4: Gebruik realtime analytics om de veranderlijkheid van de vraag te meten	19
Principe 5: Verbeter je prognosemodellen	21
Principe 6: Diversifieer leveranciers	23
Principe 7: Creëer nieuwe distributienetwerken en -kanalen	24

Technologie gebruiken om de supply chain veerkrachtiger te maken	26
---	-----------

Inleiding

De COVID-19-pandemie heeft de supply chain in de schijnwerpers gezet. De kwetsbaarheid van de supply chain en manieren om die veerkrachtiger te maken zijn alom besproken. De term 'supply chain' is een modewoord geworden om een complex proces met een groot aantal bewegende onderdelen toe te lichten. Maar wat kan er praktisch worden gedaan om deze robuuster te maken? Om deze vraag te beantwoorden, moeten we de principes van de supply chain beter begrijpen.

Maar eerst wil ik het conventionele denken over wat een supply chain eigenlijk is eens aan de kaak stellen. De term 'supply chain management' kan worden teruggevoerd tot het jaar 1982 en is in de jaren '90 van de vorige eeuw steeds populairder geworden. Sindsdien zijn er veel boeken en theorieën over geschreven en hebben veel mensen de titel 'Supply Chain Manager' gekregen.

Onlangs kregen we uit veel landen beelden te zien van paniekaankopen, en schappen in de supermarkt die leeg waren en waar geen wc-papier, rijst en meel meer was te krijgen. Plotseling werden mensen die nooit over de supply chain hadden nagedacht, geconfronteerd met het vooruitzicht van een tekort aan basisproducten en raakten in paniek. Dit kwam deels door een gebrek aan inzicht in de supply chain, maar het maakte ook duidelijk hoe kwetsbaar en vatbaar deze is voor externe invloeden.

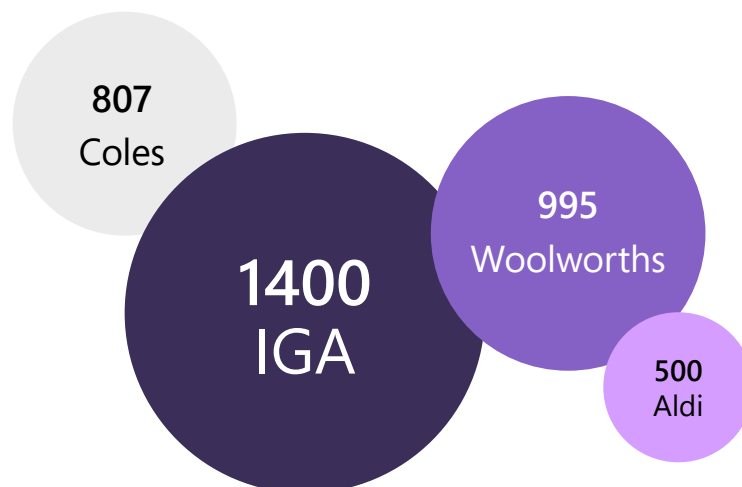
Als je aan een keten denkt, waar denk je dan aan? Ik heb een groot deel van mijn leven op zeeschepen gevaren. Dus als ik aan een keten of ketting denk, denk ik aan iets dat ongelooflijk sterk en rigide is, zelfs onbreekbaar – iets waar ik tijdens stormen op kon vertrouwen. Het is ondenkbaar dat een keten zou breken, maar toch gebruiken we het Engelse woord voor keten, 'chain' om een systeem te beschrijven dat we ons voorstellen als uiterst kwetsbaar voor krachten die buiten onze controle liggen.

Geen keten, maar een pijplijn

Ik zie de supply chain liever als een 'supply pipeline'. Hoewel het niet zo lekker van de tong rolt, waar denk je zoal aan als je over een pijplijn denkt? Een pijplijn transporteert vloeistof, maar er ontstaan soms lekken in of ze raken verstopt. De pijplijn kan ook droogvallen als de levering de 'flow' of de vraag niet aankan. Klinkt dat niet veel meer als wat we onlangs hebben ervaren als gevolg van paniekaankopen? Om allerlei redenen kozen mensen ervoor om meer van bepaalde producten te kopen dan normaal.

Deze zeer korte, intense piek in de vraag putte de voorraad in de schappen en magazijnen van winkels en supermarkten uit. In Australië zijn er vier grote supermarktketens die samen meer dan 3700 winkels hebben, en in de eerste maanden van de COVID-19-pandemie raakten ze allemaal door bepaalde producten heen, soms zelfs gelijktijdig.

Afbeelding 1. Grote supermarktketens en hun aantal winkels in Australië



Bron: Bedrijfswebsites

De paniekaankopen waren zo intens dat de detailhandel in maart een nieuw record vestigde, met een voor seizoensinvloeden gecorrigeerde stijging van 8,5 procent volgens het Australian Bureau of Statistics (ABS). De omzet verdubbelde met name voor toiletpapier, rijst, pasta's en meel.

Wat in werkelijkheid gebeurt, is dat supermarktketens hun aanvullingsalgoritmen zo hebben afgestemd dat ze alleen de voorraad aanvullen op basis van het verbruik in elke winkel. Dus toen paniekaankopen de voorraden in alle winkels tegelijk uitputten, raakten ook de distributiecentra (magazijnen) die hun producten van bulkleveranciers ontvangen, opslaan en hiermee winkels aanvullen, door hun voorraad heen.

Denk daarbij aan onze voorraadpijplijn. Stel je nu een grote vijver voor die een kleine vijver vult. Als je de grote vijver niet aanvult, zullen zowel de grote als de kleine vijver opdrogen, wat metaforisch precies beschrijft wat er gebeurde. Elk product wordt door slechts een paar fabrikanten gemaakt, maar die leveren aan alle supermarktketens. Dit versterkte het effect van de paniekaankopen, waardoor de pijplijn leegliep.

Het probleem stroomopwaarts verergeren

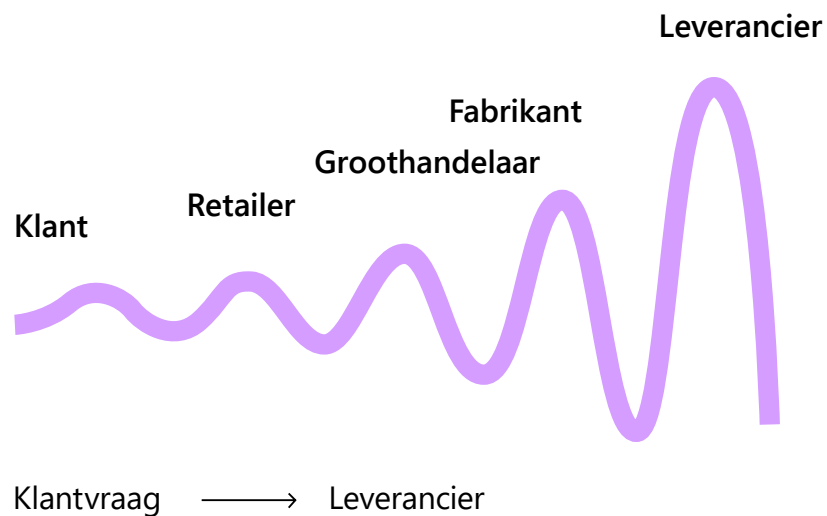
Fabrikanten maken en leveren goederen op basis van prognoses van supermarkten, die zijn gebaseerd op de verbruikscijfers in hun winkels.

Dus kopen de fabrikanten alleen grondstoffen om deze voorspelde vraag te leveren. Dit betekende dat toen de supermarkten aan de fabrikanten vroegen om hun kranen verder open te zetten, ze niet over de benodigde grondstoffen beschikten om aan de onverwachte vraag te voldoen. Fabrikanten van handontsmettingsmiddelen kregen bijvoorbeeld te maken met ernstige tekorten aan grondstoffen en verpakkingsmateriaal.

De tekorten werden al snel naar stroomopwaarts verlegd nadat fabrikanten om meer grondstoffen hadden gevraagd. De leveranciers van grondstoffen hadden niet op meer productie gerekend dan op basis van de normale vraag en raakten dus ook door hun voorraden heen. Wanneer je dit koppelt aan de afstand die de (meestal buitenlandse) fabrikanten van de distributiecentra af liggen en hoe ver die van de winkels zijn verwijderd, namen de problemen exponentieel toe. De zogenaamde supply chain raakte kapot, of, zoals ik het liever zeg: de aanvoerpijplijn en alle reservoirs en leidingen die deze voedden, raakten droog. Bovendien werd het probleem stroomopwaarts steeds erger. Dit effect werd in 1961 voor het eerst gedocumenteerd door de Amerikaanse computertechicus en systeemwetenschapper Jay Forrester, waarna dit fenomeen de naam Forrester-effect of het zweepeffect kreeg. Het wordt vergeleken met een zweepslag. Een kleine beweging met de hand wordt steeds meer versterkt naarmate je verder van de hand verwijderd bent.

Op dezelfde manier neemt het effect van een kleine schommeling in de vraag in een winkel toe naarmate deze verder van de winkel, naar de fabrikant en verder, komt af te liggen. Zie het als volgt: een winkel verkoopt blikjes frisdrank van 300 ml die het distributiecentrum levert in kratten. Maar het distributiecentrum moet de blikjes van de fabrikant bestellen op pallets, dus het vermenigvuldigingseffect van de bestelling zorgt voor een toename in de vraag als van een zweepslag, hoe verder deze van de toeleveringspijplijn komt te liggen.

Afbeelding 2. Het zweepslageffect



Pas op voor het 'bounce-effect'

Als je denkt dat dit het einde van het probleem in de pijplijn is, heb je het bij het verkeerde eind. Neem de tekorten die worden veroorzaakt door de recente paniekaankopen: hoe kregen we producten terug in de schappen?

Supermarkten moesten voor sommige goederen compleet nieuwe voorraden bestellen, maar dat gold ook voor hun distributiecentra. Op hun beurt moesten de fabrikanten meer produceren, wat meer grondstoffen vereiste. Al deze stappen lagen ver boven het normale verbruiksniveau.

Maar de gemiddelde persoon is niet plotseling meer gaan consumeren. De inhoud van de pijplijn wordt gewoon opgeslagen in de kasten en garages van de mensen en ze hoeven deze artikelen pas weer opnieuw aan te schaffen als ze op zijn. Dus supermarktvoorraad blijft in de schappen liggen, de distributiecentra blijven vol en de fabrikanten moeten stoppen met produceren, wat het tegenovergestelde is van wat er eerder plaatsvond. De pijplijn is vol en de kraan is feitelijk dichtgedraaid. De supermarkten doen dus minder bestellingen, waardoor de toeleveringspijplijn een 'bounce' veroorzaakt.

Dit effect werd treffend geïllustreerd in april, toen de omzet van de Australische detailhandel volgens de ABS met 17,7 procent instortte na de piek in maart. Dus met dit alles in gedachten: hoe kunnen we dit probleem aanpakken en ervoor zorgen dat we beter in staat zijn om een abnormale piek in de vraag aan te kunnen? Houd er rekening mee dat er in de moderne geschiedenis nog nooit zo'n grote vraag is geweest. We moeten teruggaan naar de Eerste en de Tweede Wereldoorlog en de Spaanse-griep-pandemie om vergelijkbare voorbeelden te vinden. Het meest voor de hand liggende antwoord is om meer voorraad aan te houden, maar dat is geen oplossing. Meer voorraad aanhouden vereist meer ruimte, verbruikt liquide middelen en leidt vaak tot verspilling doordat de houdbaarheidsdatums van producten met een korte levenscyclus verlopen.

Als we dus willen begrijpen wat we kunnen doen om de toeleveringspijplijn aan te passen aan deze scherpe pieken in de vraag, moeten we een aantal principes van vraag en aanbod overwegen. Ze zijn al meer dan 250 jaar niet veranderd en zullen waarschijnlijk nooit veranderen. Maar als we op zoek zijn naar een magische oplossing voor een probleem, zien we vaak het meest logische over het hoofd.



Bij Breville richten we ons op het concept 'agility'. We bouwen onze informatiesystemen zodanig dat onze leidinggevenden nauwkeurige data hebben over wat er in onze supply chain gebeurt. Hierdoor kunnen we bedrijfsvoering aanpassen, afhankelijk van wat er gebeurt bij de consument of fabrikant."

Nathan O'Donnell
Dynamics 365 Global Program Leader
Breville

Acties en principes voor de supply chain

De oplossingen vinden we in de zeven principes van effectief en efficiënt supply chain management.





Principe 1:

Verbeter de inzichtelijkheid van de voorraad

De eerste en belangrijkste overweging is inzichtelijkheid van de voorraad. Zoals futurist en auteur John Naisbitt al heeft gezegd: 'De meest betrouwbare manier om de toekomst te voorspellen is om te proberen het heden te begrijpen.'

Als we geen geïntegreerde, realtime inzichtelijkheid in voorraad hebben in de hele supply chain, lopen we het risico de controle te verliezen. Maar tussen inkoop en verkoop hebben te veel organisaties 'blinde vlekken', waar er lekken en vertragingen bestaan bij het verkrijgen van inzicht in de voorraad, wat echte problemen oplevert.

Neem het geval van een exclusieve moderetailer met wie ik heb samengewerkt. Het bedrijf had fantastische systemen voor de ontwikkeling van nieuwe producten en sales, maar hield de supply chain bij in spreadsheets. In sommige gevallen was er sprake van een doorlooptijd van 12 weken vanaf bestelling tot levering van artikelen die zeer in de mode waren, waardoor het bedrijf een grote kwetsbaarheid had voor wat betreft de veranderlijkheid van de vraag. Bovendien had niemand enig idee van wat waar of wanneer beschikbaar was. Dit betekende dat het geen beloften kon doen over het uitvoeren van klantorders en dus niet kon concurreren in de snel veranderende wereld van high fashion. Als gevolg hiervan raakten de omzet en het marktaandeel achter. Om in termen van de branche te spreken: het kon de modecurve niet bijbenen, wat leidde tot de ondergang en overname door een ander merk.

Marubeni-Itochu Tubulars Oceania, dat in Perth is gevestigd, heeft het financiële en operationele systeem van het bedrijf daarentegen verplaatst naar de cloud om een totaal transparant inzicht te krijgen in de levering van olie- en gaspijplijnen. Werknemers hebben nu toegang tot realtime voorraadbewegingen en -overschotten en -tekorten, waardoor ze hun klanten een veel betere ervaring kunnen bieden.



Actie

Zorg ervoor dat er systemen zijn ingevoerd die realtime inzicht in de voorraad in je distributienetwerk mogelijk maken, van leverancier tot klant. Zorg tevens dat alle medewerkers weten hoe ze informatie over de grenzen van je bedrijf heen kunnen overdragen, en dat op snelle en inzichtelijke wijze. Zorg er ten derde voor dat je medewerkers het belang inzien van een nauwkeurige inventaris. Deze moet als prioriteit voor elke transactie worden bijgewerkt, en winst en verlies moeten onmiddellijk worden vastgelegd en verwerkt.



Voor ons vormt de consument het hart van alles wat we doen. We kijken naar veerkracht en flexibiliteit in termen van een resultaat. We willen dat onze klanten onze producten kunnen kopen waar en wanneer ze maar willen."

Nathan O'Donnell

Dynamics 365 Global Program Leader

Breville



Principe 2:

Beheer vraag en aanbod als een stroom

Het aanbod kan niet zomaar even worden in- en uitgeschakeld. Hoe veranderlijker de vraag, hoe kleiner ons vermogen om voorraden te kunnen inslaan. We moeten dus de productstroom in de hele toeleveringspijplijn beheren.

Dit betekent dat in een ideale situatie, er een evenwichtige beweging van producten plaatsvindt van leverancier tot klant. De winkel heeft de hoeveelheid producten in voorraad die daadwerkelijk wordt verbruikt. Dit komt overeen met de hoeveelheden in de pijplijnen van het distributiecentrum naar de winkel, en van de leverancier naar de distributeur, enzovoort, tot aan de grondstoffen. Deze theorie wordt perfect geïllustreerd door dr. Eli Goldratt, de business management-goeroe, in zijn bestseller Het doel, waarin hij laat zien dat het van vitaal belang is om de flow in evenwicht te houden, niet de capaciteit.

De in Auckland gevestigde retailer in huishoudelijke artikelen Citta, gebruikt bijvoorbeeld business intelligence om zijn productstroom te perfectioneren vanuit de supply chain, zodat er voldoende voorraad is om aan de vraag te voldoen, maar alleen in die mate dat er aan het einde van een seizoen geen onverkochte voorraad overblijft.



Actie

Streef naar regelmatigere plaatsvindende, kleinere leveringen om de manier te beheren waarop producten worden ingekocht en geleverd. Dit is beter dan onregelmatige, grote bulkleveringen en brengt de bewegingsflow door de hele supply chain in evenwicht. We moeten het concept van minimale bestelhoeveelheden heroverwegen om ongewenste en onregelmatige voorraad te verwijderen. Dit betekent dat we opnieuw aan tafel moeten met leveranciers en mogelijk met logistieke dienstverleners. Vanwege de kosten van vrachtvervoer, verhogen retailers vaak de hoeveelheden om de vrachtkosten per eenheid te verlagen, maar voor producten met een zeer veranderlijke vraag (zie principe 4), vergroot dit de leveringsproblemen als de vraag verandert.



Met behulp van Power Apps konden we een gestandaardiseerde workflow en een goedkeuringsproces leveren om de supply chain efficiënter te maken."

John Khoury
Chief Information Officer
Allied Pinnacle



Principe 3:

Gebruik een snel, flexibel planningsysteem voor je pijplijn

De reactietijd van de supply chain omvat de periode van productie tot het moment waarop een klant een product koopt. Het spreekt bijna voor zichzelf dat hoe langer het duurt voor het toevoersignaal (abnormaal salesvolume) de deelnemers in de toevoerpijplijn bereikt, hoe groter het risico is dat de pijplijn leeg raakt voordat deze een 'bijvulsignaal' produceert.

Bij een groot textielbedrijf, bijvoorbeeld, maakten de systemen alleen een volledig regeneratief plan tijdens het weekend mogelijk. Dit kwam door de tijd die nodig was voor computing, waaraan je dan nog eens 2 à 3 dagen analyse moest toevoegen. Als gevolg hiervan kon het tot 10 dagen duren voordat een grote verschuiving in de vraag kon leiden tot wijzigingen stroomopwaarts.



Actie

Zorg ervoor dat het planningssysteem voor de supply chain op elk moment kan worden uitgevoerd. Verouderde systemen veroorzaken vertragingen bij de signaalverwerking. Dit is vaak te wijten aan planningsprocessen die 's nachts of alleen in het weekend worden uitgevoerd vanwege de lange tijd die ze in beslag nemen en de impact op het systeem als gevolg van downtime. Als je een systeem hebt dat in enkele minuten en op elk gewenst moment kan worden uitgevoerd, worden vertragingen weggenomen en beschik je over optimale mogelijkheden om problemen in de supply chain te identificeren en snel op te lossen.



Principe 4:

Gebruik realtime analytics om de veranderlijkheid van de vraag te meten

Niet alle producten worden met dezelfde snelheid of in dezelfde periode verbruikt; sommige worden eigenlijk voortdurend verbruikt. Neem nogmaals het voorbeeld van meel. De consumptiesnelheid van de gemiddelde persoon is tijdens de pandemie niet veranderd.

Op verschillende momenten in hun leven kunnen personen meer of minder consumeren, maar de consumptie is grotendeels voorspelbaar. Vergelijk dit met eens met de mode, een branche die zeer grillig is. Deze is gebaseerd op trends, stijlen, influencers en beroemdheden. De vraag kan dan ook enorm variëren van winkel tot winkel, regio tot regio en cultuur tot cultuur.



Actie

Voer realtime analytics in de hele toeleveringspijplijn in. Dit is een fundamentele vereiste om vraag en aanbod te kunnen beheren. Identificeer en groepeer producten op basis van hun veranderlijkheid en gebruik analytics met hoge zichtbaarheid om realtime waarschuwingen te bewaken, zodat je veranderlijke voorraadniveaus nauwkeurig kunt beheren. Voor producten met een zeer grillige vraag moet je de vraag zeer nauw koppelen aan leveringssignalen, en waarschuwingen automatiseren, zodat je een waarschuwing ontvangt wanneer vraag en aanbod buiten de tolerantie vallen. Voor niet zeer veranderlijke producten kun je een meer ontspannen aanpak kiezen met vaste minimum- en maximumwaarden, met waarden voor het opnieuw bestellen, voor het aanvullen van de voorraad.



De uitdaging van COVID-19 slechtte de lokale, op specifieke locaties gebaseerde silo's om twee redenen. We moesten de traditionele productielijnen op basis van locatie verlaten en onze S&Op-systeemplanning en BI-rapportage zijn nu gezamenlijk ingebed om een effectieve bedrijfsvoering mogelijk te maken via technologie en systemen."

John Khoury
Chief Information Officer
Allied Pinnacle



Principe 5: Verbeter je prognosemodellen

Veel mensen vragen zich verwoed af waarom hun voorspellingen (of de voorspellingen van anderen) zo ontoereikend zijn gebleken tijdens COVID-19. Het antwoord is dat de schommelingen in de vraag tijdens de loopbaan van mensen die in 2020 een rol in de supply chain vervullen gewoonweg ongeëvenaard zijn.

Voor een vergelijkbare situatie moeten we teruggaan naar 1914–18 (Eerste wereldoorlog), 1939–45 (Tweede wereldoorlog) of 1918 (de Spaanse griep). De meeste wereldwijde retail- en distributieorganisaties gebruiken echter prognosemodellen die alleen twee tot drie jaar aan historische data in overweging nemen.

Dus ongeacht het niveau aan data science dat op deze modellen is toegepast, hadden ze het effect van COVID-19 niet kunnen voorspellen. Klanten zorgden voor lege schappen in de supermarkt om een van de volgende twee redenen: angst dat winkels zouden sluiten en mensen niet langer hun onmisbare artikelen konden kopen, of hebzucht, wat ertoe leidde dat sommige mensen producten in zeer grote hoeveelheden kochten om ze later met winst weer te kunnen doorverkopen.

De in Queensland gevestigde producent van snacks, Majans, heeft bijvoorbeeld de supply chain gedigitaliseerd om de tijd die elk proces in beslag neemt aanzienlijk te verkorten. Het bedrijf maakt ook gebruik van Internet of Things-technologie om trends vroegtijdig te kunnen vaststellen. Hierdoor kunnen de managers voor de productielijn en de fabrieken en de hoogste leiding beter gefundeerde beslissingen nemen, de bedrijfsvoering optimaliseren en kosten en risico's beheersen.

Bij het ontwikkelen van deze systemen moeten bedrijven ook buiten hun bedrijfsgrenzen denken om prognoses met leveranciers te kunnen delen en in realtime te kunnen samenwerken. Bedrijven die één gedeeld model hebben, waarbij alle deelnemers samenwerken om pieken en dalen te identificeren en te bepalen of het om eenmalige of blijvende gebeurtenissen gaat, verkeren mogelijk in een betere uitgangspositie bij het ontwikkelen van oplossingsstrategieën.

Toyota doet dit al jaren, niet alleen met behulp van prognoses, maar ook met visuele Kanban-weergaven van de supply chains van het bedrijf. De systemen zijn nauw geïntegreerd met die van de leveranciers; zozeer zelfs dat wanneer een Toyota-productielijn stopt, de productielijnen van de relevante leveranciers ook worden stilgelegd.



Actie

Vergroot de hoeveelheid beschikbare data zodat we buitengewone gebeurtenissen nauwkeurig kunnen voorspellen, zoals wat er tijdens de pandemie is gebeurd. Doe dit door de huidige prognosemodellen te evalueren en na te gaan hoe ze zijn gekoppeld aan je planningssystemen en door signalen te ontwikkelen om niet-voorspelde vraag in realtime te identificeren. We moeten ook inkoopmethoden ontwikkelen met een zeer korte reactietijden.



Principe 6:

Diversifieer leveranciers

Een van de factoren die de tekorten tijdens COVID-19 hebben verergerd, is het gebrek aan leveranciers voor bepaalde producten en het feit dat ze veel distributeurs en retailers bevoorraden. Dit betekent dat wanneer het volume dat nodig is om complete supermarktketens en distributiecentra te bevoorraden niet voorhanden is, dit een enorme impact heeft op fabrikanten.

De leveranciers konden de vraag in zo korte tijd niet bijbenen, omdat ze de voorraad van hele winkels moesten aanvullen en ook nog eens het normale verbruik moesten bijhouden.



Actie

Diversifieer de toelevering. Dit betekent dat het risico moet worden gespreid over meerdere leveranciers, zowel lokaal als internationaal. We hebben allemaal veel gehoord over de productie die naar het buitenland is gegaan, op basis van de prijs. Helaas is het nadeel dat we in veel gevallen afhankelijk zijn geworden van levering uit het buitenland, wat vaak resulteert in lange doorlooptijden en een verhoogd risico. Maar om de stroom in evenwicht te brengen, is het van essentieel belang om leveranciers te hebben met korte en lange doorlooptijden en zelfs verschillende kostenmodellen.



Principe 7:

Creëer nieuwe distributienetwerken en -kanalen

In de moderne samenleving gaan we er als vanzelfsprekend van uit dat veel dingen kunnen worden veranderd. We zijn misschien gewend aan het idee dat een supermarkt de handigste manier is om boodschappen en andere consumptieartikelen te kopen, maar technologie en logistiek hebben het mogelijk gemaakt om andere kanalen te gebruiken.

De COVID-19-crisis heeft veel mensen die misschien nooit zouden hebben overwogen om online te kopen, gedwongen dit wel te doen. Sterker nog, online winkelen bleek tijdens de pandemie erg populair en in een bepaalde fase werden retailers zelfs gedwongen om een pauze in te lassen vanwege een gebrek aan aanbod. Zo hebben Uber en Uber Eats bijvoorbeeld onze manier van denken over persoonlijke transportopties en het eten van restaurantmaaltijden veranderd. We kunnen ons een nieuwe toekomst voorstellen, niet alleen voor boodschappen en consumptief winkelen, maar ook voor veel andere alledaagse zaken.

Actie



Transport en logistiek

We zouden een Uber-achtige service kunnen gebruiken om click-and-collect-bestellingen te leveren. Een dergelijke service zou de beschikbaarheid van lokale leveringsnetwerken vergroten, met name voor kwetsbare en oudere personen. Deze service kan dan worden gebruikt voor producten die gemakkelijk te vervoeren zijn, zoals de wekelijkse boodschappen en bederfelijke producten, waarbij tijdige levering essentieel is voor de kwaliteit en levenscyclus van het product.



Sociaal winkelen

Het oude concept van het Tupperware-feestje zou kunnen worden gebruikt voor producten die buiten de categorie boodschappen en consumptieartikelen vallen. Voor degenen die nog niet zo lang meelopen: verkoop tijdens feestjes was een grote trend in de jaren '70 en '80 van de vorige eeuw. De enige manier om schaalvergroting te bereiken was massale verkoop - bij mensen thuis.

Tupperware was een 'hip' product dat in huizen werd verkocht. Een gastheer of -vrouw nodigde vrienden uit voor een sociale gelegenheid waarbij de persoon centraal stond die een zeer wenselijk product verkocht. Stel je nu, in de context van sociale media, eens voor dat je een Teams-vergadering gebruikt om je vrienden uit te nodigen voor een videogesprek waarbij een verkoper producten kan demonstreren en toelichten, vragen kan beantwoorden, speciale prijzen kan aanbieden en zelfs bestellingen kan nemen die bij jou thuis kunnen worden bezorgd. Dit kan heel geschikt zijn voor sectoren zoals cosmetica, mode en technische producten waar productkennis een belangrijke factor is bij de aankoopbeslissing.



Drive-through ophalen

Stel je voor dat je online kunt bestellen, naar een winkel of magazijn kunt rijden en je bestelling in je kofferbak wordt geladen, zonder dat je er zelfs maar uit hoeft te stappen. We hebben fast-foodrestaurants met een drive-through, en een klein aantal retailers in thuis- en kantoorartikelen bieden een drive-through service aan, dus waarom zou je het concept niet kunnen uitbreiden met boodschappen, vers voedsel of andere artikelen?

Technologie gebruiken om de supply chain veerkrachtiger te maken

Net zoals een keten belangrijk is om een boot veilig te houden in een storm, is het volgen van de principes van een veerkrachtige supply chain essentieel voor het beheer van de zeer complexe processen die continue levering garanderen.

De COVID-19-crisis heeft de supply chain in de schijnwerpers gezet. We kunnen die ondervinden volgens de genoemde principes en als we ons daaraan houden, kunnen we focussen op het veerkrachtiger maken van de supply chain.

Veerkracht waarborgen betekent niet noodzakelijkerwijs dat we al onze systemen moeten weggooien en opnieuw beginnen. Het betekent dat we bestaande systemen opnieuw evalueren om na te gaan of ze zijn geoptimaliseerd voor optimale veerkracht. Het kan ook betekenen dat er nieuwe of extra workloads, en mogelijkheden, worden toegevoegd aan bestaande systemen en infrastructuur, of dat we de voetafdruk van bedrijfsapplicaties vergroten.

Het vermogen om moderne bedrijfsapplicaties te implementeren als individuele workloads, of als geheel, maakt een heel ander model van flexibiliteit mogelijk, waarin prototypes snel kunnen worden getest en voortdurend kan worden geïnnoveerd.

Integratie is een van de grote uitdagingen voor moderne systemen. Dit is waar ERP-systemen (Enterprise Resource Planning) bedrijven bijstaan. Ze zijn ontwikkeld om volledig geïntegreerde transacties tussen organisaties mogelijk te maken, niet alleen in de supply chain, waardoor het juiste niveau aan zichtbaarheid van data voor verschillende stakeholders ontstaat.

Deze inzichtelijkheid en flexibiliteit kunnen vaak een gebrek aan functies compenseren. Als we bijvoorbeeld in realtime kunnen nagaan welke aantallen van een product op elke locatie beschikbaar zijn, is dat veel belangrijker dan het ontbreken van velden voor het beschrijven van uitgebreid productcommentaar.

Bovendien brengt de komst van cloudgebaseerde ERP-systemen een niveau aan flexibiliteit en schaalbaarheid met zich mee dat echt ongeëvenaard is. Ze bieden ook een nieuwe, meer betaalbare manier om geavanceerde technologieën te implementeren, zoals analytics en kunstmatige intelligentie (Artificial Intelligence of AI).

Als de huidige crisis ons iets heeft geleerd, is het wel dat bedrijfssystemen de inzichtelijkheid en flexibiliteit moeten bieden om organisaties veerkrachtiger te maken, zodat ze zich kunnen aanpassen aan plotselinge veranderingen. Maar ze moeten ook goede zakelijke basisbeginselen ondersteunen, zoals de supply chain-principes.

Microsoft Dynamics 365

Microsoft Dynamics 365 ondersteunt deze principes met een geïntegreerde Supply Chain Management-suite. Via het Microsoft Power Platform biedt Dynamics 365 de mogelijkheid om snel te innoveren, met behulp van 'last mile of delivery', low-code ontwikkeling, automatisering en AI-technologieën. Dynamics 365 wordt ook geleverd met kant-en-klare business accelerators voor de automobieliindustrie, de gezondheidszorg en andere industrieën. Bovendien worden deze technologieën allemaal veilig en met schaalbaarheid geleverd op het Azure-cloudplatform.

Vraag een demo aan

