



Groeiende aandacht voor systeemintegratie en procesautomatisering

Resultaten Trendonderzoek
Medische Groothandel & ICT 2009



Voorwoord

Het rapport dat voor u ligt, bevat de uitkomsten van het Trendonderzoek Medische Groothandel & ICT 2009. Het onderzoek is geïnitieerd door mYoice, met als voornaamste reden om bedrijven uit de medische groothandel te informeren over belangrijke ICT-trends en ontwikkelingen.

Het onderzoek is uitgevoerd onder directieleden en ICT-verantwoordelijken van bedrijven in de medische groothandel met minimaal 10 en maximaal 100 medewerkers. De onderzoeksgroep bestond uit groothandelsbedrijven in:

- reform- en dieetartikelen;
- farmaceutische producten;
- medische en tandheeskundige instrumenten;
- orthopedische en verpleegartikelen;
- laboratoriumbenodigdheden.

In totaal zijn 347 bedrijven benaderd, waarvan ruim 12,5% de online enquête heeft ingevuld. Uit de relatief hoge respons is af te leiden dat er een sterke behoefte bestaat aan objectieve informatie en benchmarking. Met dit verslag kunnen bedrijven uit de branche zich nader oriënteren op belangrijke automatiseringsterreinen: huidige ICT-situatie en behoeften, strategie en beleid, managementinformatie, ICT-infrastructuur, support en outsourcing.

Het onderzoek is een initiatief van mYoice en uitgevoerd door Goals Marktbewerking BV. mYoice is een partner voor ambitieuze MKB-ondernemingen die behoefte hebben aan hoogwaardige ICT-oplossingen en diensten. De antwoorden die door de respondenten zijn verstrekt, worden vertrouwelijk en met de grootste zorgvuldigheid behandeld. Uiteraard willen we alle mensen die hebben deelgenomen hartelijk bedanken voor hun medewerking.

Met dit verslag van het onderzoek heeft u informatie in handen om onderbouwd te beslissen over investeringen in ICT om zodoende uw marktpositie en rentabiliteit te verhogen. Wij hopen dat de resultaten u zullen inspireren.

's-Hertogenbosch, juni 2009

Samenvatting

Automatiseringssituatie en behoeften:

Optimaliseren en innoveren van kernprocessen

De branche oordeelt positief over de huidige ICT-ondersteuning van primaire processen. Toch blijft de ondersteuning van deze processen bovenaan de ICT-agenda staan. Kennelijk valt er nog voldoende te optimaliseren en te innoveren. Met name automatisering van logistieke processen en ICT-oplossingen voor Customer Relationship Management (CRM) staan hoog op de prioriteitenlijst.

Strategie en beleid:

Strategische keuze voor migratie naar een integrale oplossing

ICT heeft de volle aandacht van veel directies. Het merendeel van de medische groothandelsbedrijven beschikt over een strategisch ICT-plan of is bezig met het ontwikkelen hiervan. De helft van de respondenten is van plan om systemen binnen nu en drie jaar geheel of gedeeltelijk te vervangen. Daarbij is een duidelijke voorkeur voor een geïntegreerde oplossing in plaats van een combinatie van deelsystemen.

Managementinformatie:

Gebrek aan actuele informatie en betrouwbare prognoses

De beschikbaarheid van actuele informatie verschilt per bedrijfsproces. Opvallend is dat maar een kleine meerderheid direct informatie beschikbaar heeft over logistiek en distributie. Wat managementinformatie betreft, beschikt circa een derde van de respondenten uitsluitend over managementinformatie op onderwerpniveau. Nog niet de helft van de groothandels kan verbanden tussen gegevens leggen. Tot het maken van betrouwbare prognoses is slechts één op de vijf bedrijven in staat.

Online faciliteiten:

Veel eenrichtingsverkeer via internet

Ruim de helft van de groothandelsbedrijven heeft een statische site. De interactie is beperkt tot downloads en contact per e-mail. Bijna een derde heeft een webshop ingericht of een connectie gemaakt met systemen van klanten voor online bestellingen. Als er ook een connectie is met de back-office zijn online bestellingen compleet geautomatiseerd af te handelen.

Support en outsourcing:

Beschikbaarheid van systemen niet altijd gegarandeerd

Ruim een kwart van de bedrijven heeft het beheer volledig in eigen hand. Dat brengt uiteraard risico's met zich mee bij uitval van vitale systemen. Het grootste deel van de groothandels heeft een Service Level Agreement (SLA) met de ICT-leverancier(s) afgesloten. Daarmee is contractueel vastgelegd binnen welk tijdsbestek na een melding support moet worden geleverd. Dat geldt niet voor time-and-material contracten waarvan 23% gebruik maakt. Wat outsourcing betreft, heeft een relatief groot aantal groothandels gekozen voor Software as a Service (SaaS). Hierbij wordt zowel voor applicaties als gegevensopslag gebruik gemaakt van externe servers via een beveiligde internetverbinding.

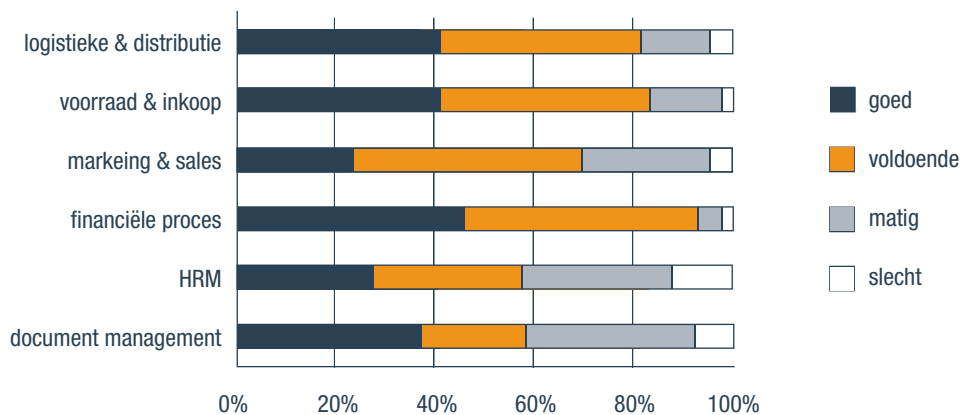
1. ICT-situatie en behoeften

Optimaliseren en innoveren van kernprocessen

Focus op automatisering van primaire processen

De responderende bedrijven oordelen positief over de huidige automatisering van hun primaire processen. Met name de financiële processen worden goed ondersteund. Daarnaast is men tevreden over de ondersteuning van logistiek & distributie en voorraadbeheer & inkoop. Merkwaardig is dat die processen tegelijkertijd bovenaan de ICT-agenda staan (zie tabel 1 op de volgende pagina). Daarvoor zijn drie mogelijke verklaringen denkbaar:

- Sommige ondernemingen richten zich op nieuwe innovatieve ICT-mogelijkheden om primaire processen flexibeler en kostenefficiënter aan te pakken.
- Bij andere bedrijven is de huidige ICT-ondersteuning voor verbetering vatbaar, waardoor men een optimalisatieslag wil maken.
- Een derde groep bedrijven is redelijk tevreden met de ondersteuning van primaire processen, maar beoordelen regelmatig of de huidige systemen nog steeds voldoen.



Grafiek 1: Mate van ondersteuning primaire processen door ICT-omgeving

Sneller leveren tegen lagere kosten

Bovenaan de prioriteitenlijst vinden we voorraadoptimalisering. Dat is begrijpelijk in deze tijd van economische onzekerheid. Minder voorraad betekent minder kosten. Om wel snel te kunnen blijven leveren, is het noodzakelijk om op elk moment te kunnen nagaan waar welke orders en producten zich bevinden. Tracking & tracing – dat op de 4e plaats staat – maar ook barcodering & scanning – op nummer 5 – spelen daarbij een rol. Het totale traject van bestellen bij de fabrikant tot bezorgen bij de klant is steeds verder te automatiseren. Vandaar de tweede plaats voor automatisering van logistieke processen. Als dat goed gebeurt, is bovendien minder personeel nodig om bestel- en leveringsprocessen in goede banen te leiden. Op deze manier wordt de terugverdientijd gereduceerd.

1.	Voorraadoptimalisatie	64%
2.	Automatisering logistiek proces	52%
3.	CRM	45%
4.	Tracking & tracing van product	43%
5.	Barcodering & scanning	34%
6.	Kwaliteitsbewaking	32%
7.	Web-based selling	32%
8.	Documentmanagement	23%
9.	Digitaal archief	23%
10.	Internationalisering	18%
11.	Wetgeving (bijvoorbeeld HACCP)	16%
12.	Shelf life optimalisatie	14%
13.	Anders, namelijk...	5%

Tabel 1: Prioritering van ICT-gerelateerde topics

Customer Relationship Management hoog genoteerd

Het vinden en vasthouden van klanten is belangrijker dan ooit. Vandaar dat de ICT-ondersteuning van Customer Relationship Management (CRM) de derde plaats inneemt op de agenda van ICT-prioriteiten. De ondersteuning op dit gebied kan verschillende vormen aannemen. Denk aan het identificeren van mogelijkheden voor cross- en upselling en het bepalen van de winstgevendheid per klant. Hiervoor is het noodzakelijk om complete klantprofielen op te bouwen. Dat vraagt om een ICT-architectuur waarmee informatie over relaties bedrijfsbreed is samen te brengen.

Expert aan het woord

De kracht van CRM wordt bepaald door de kwaliteit van de klantinformatie. Deze klantinformatie kan pas van een goede kwaliteit zijn als het op een eenvoudige wijze ingegeven kan worden en kan worden omgezet naar bruikbare rapportages.

*Marco Ammerlaan,
sales executive mYoice Business One*

2. Strategie en beleid

Strategische keuze voor migratie naar een integrale oplossing

Strategisch plannen wordt de standaard

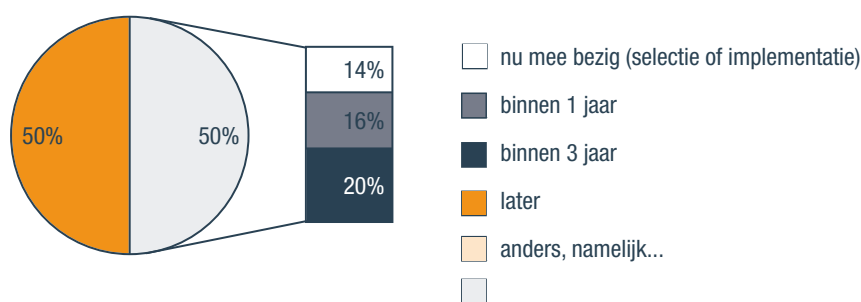
Tien jaar geleden was ICT een kostenpost in de operationele sfeer. Nu is het een regelmatig terugkerend onderwerp in de directievergaderingen. Inmiddels heeft 25% van de responderende bedrijven een strategisch ICT-plan ontwikkeld. Daarnaast is een derde zo'n plan aan het ontwikkelen. Meer dan de helft van de bedrijven is dus bezig met ICT-planning. Terecht, want met de mogelijkheden van dit moment kan innovatief automatiseren een beslissende voorsprong op de concurrentie opleveren.

Wat is een strategisch ICT-plan?

In een strategisch ICT-plan worden alle aspecten van de automatisering vanuit een bedrijfsmatige insteek vastgelegd. Startvraag bij het opstellen van het plan is welke ICT-faciliteiten nodig zijn om de business doelstellingen te realiseren. Vervolgens wordt beoordeeld in hoeverre de bestaande faciliteiten dit mogelijk maken, waar de hiaten zitten en hoe die te overbruggen zijn. Bij deze gap analyse is het belangrijk om prioriteiten te stellen. Ook de financiële consequenties moeten in kaart gebracht worden. Wat kost bijvoorbeeld het doorwerken met de huidige applicatie in vergelijking tot de overstap naar een nieuw systeem? Verder gaat het niet alleen om de initiële kosten, maar ook om de kosten van beheer. Tot slot mag ook de mate waarin de applicatie continuïteit biedt voor de toekomst niet ontbreken in een strategisch ICT-plan. Kortom, een strategische ICT-plan is gebaseerd op een strategische en operationele analyse.

Helft van de systemen binnen drie jaar vervangen

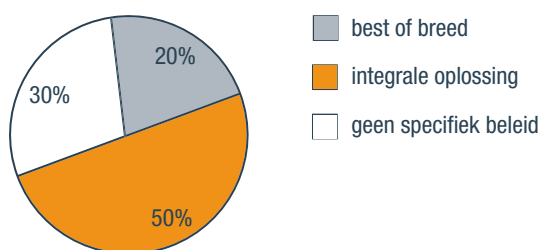
Het automatiseringsbeleid weerspiegelt dat de directie ICT als strategisch onderwerp ziet. Op dit moment is 14% van de bedrijven bezig met het selecteren of implementeren van nieuwe software, terwijl 36% dat binnen één tot drie jaar denkt te gaan doen. Over een paar jaar werkt dus de helft van de bedrijven met andere systemen.



Grafiek 2: Termijn van ICT-heroverweging

Duidelijke voorkeur voor geïntegreerde oplossingen

Maar liefst 50% van de bedrijven heeft een duidelijke voorkeur voor een integrale oplossing. Bijna een derde van de bedrijven heeft geen specifieke voorkeur. Duidelijk is wel dat best-of-breed systemen - die worden samengesteld uit verschillende pakketten per deelproces - een stuk minder in trek zijn (20%).



Grafiek 3: Beleid bij keuze softwareoplossing voor primaire proces

Expert aan het woord

Waarom een integrale oplossing?

Een integrale oplossing biedt verschillende voordelen ten opzichte van het werken met afzonderlijke pakketten voor bedrijfsprocessen. Allereerst hoeven gegevens maar op één plaats te worden ingevoerd en zijn de ingevoerde gegevens direct bedrijfsbreed beschikbaar. Dubbel (invoer)werk behoort dus tot het verleden. Een integrale oplossing is ook eenvoudiger te onderhouden en makkelijker te migreren naar nieuwe releases. Bovendien zijn er geen lastig te realiseren - en zodoende vaak dure - koppelingen meer nodig tussen de verschillende pakketten. Tot slot is er één leverancier, dus ook één aanspreekpunt.

Léon Hillebrand,
sales manager mYuice Business One

De waarde van ICT en de innovatiestatus van de branche

Op de stelling 'Is ICT in deze tijd van economische teruggang een middel om kosten te besparing of juist een kostenpost?' zijn de meningen van de respondenten sterk verdeeld. De een stelt dat de ICT-kosten zo ver mogelijk teruggebracht moeten worden. De ander wijst op de mogelijkheden die ICT-innovatie biedt om te besparen op het beheer, de personeelskosten en de herstellkosten (omdat verdere automatisering tot minder fouten leidt). Verder is eenduidig gereageerd op de stelling 'De medische groothandel branche is z'n tijd ver vooruit is als het gaat om de strategische inzet van ICT in de bedrijfsvoering'. Het unanieme oordeel van de respondenten hierop luidt oneens.

Respondent aan het woord

Goede afweging nodig tussen kosten en baten

'De branche loopt niet voorop in ICT-innovatie, maar de ondersteuning bij de bedrijfsvoering is voldoende. Bij de strategische inzet van ICT, moet een goede balans worden gevonden tussen kosten en baten. Als automatisering het aanpakken van additionele taken als doel heeft, is het een kostenpost. Denk aan een investering in een separaat CRM-systeem die pas na enige tijd wordt terugverdiend. Maar als ICT-er zie ik natuurlijk het liefst een volledig geautomatiseerd proces. Daarmee kan de groothandel veel kosten besparen, bijvoorbeeld door het vervangen van manuele logistieke processen.

*Bart van de Vijver,
manager ICT Novum Pharma*

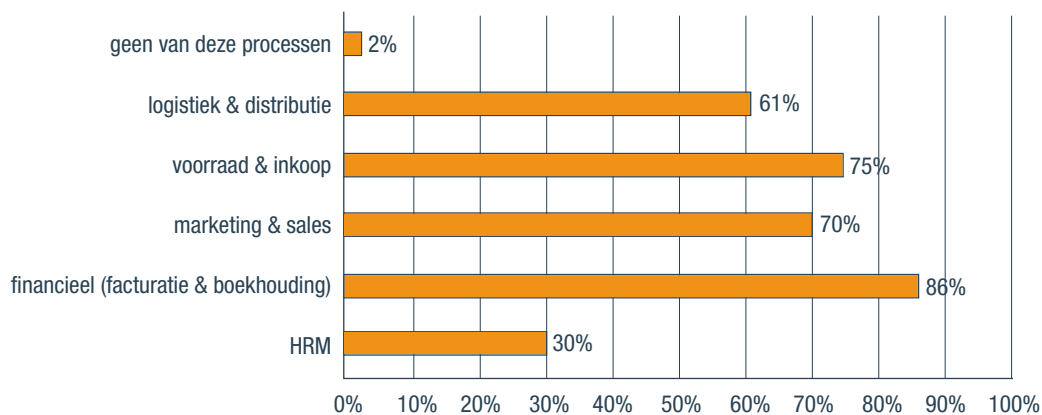


3. Managementinformatie

Actuele informatie vaak niet voorhanden, forecasting meestal onmogelijk

Verschillen per bedrijfsproces

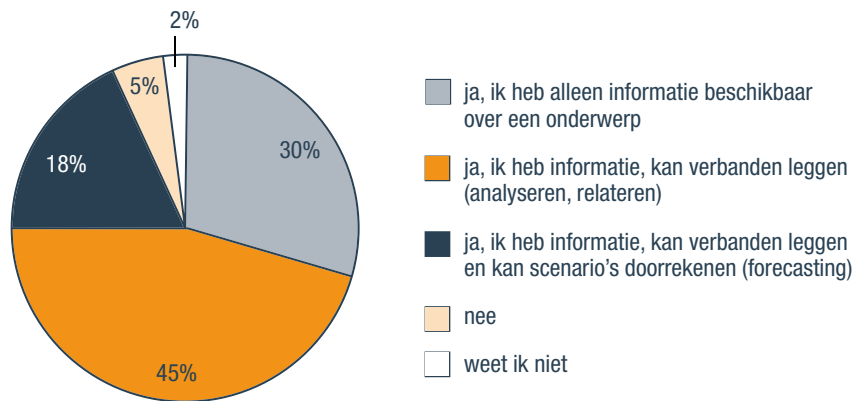
De beschikbaarheid van actuele informatie blijkt te verschillen per bedrijfsproces. Zo kan maar liefst 86% van de groothandels direct beschikken over financiële informatie over de facturatie & boekhouding. Wat voorraad & inkoop betreft, heeft driekwart direct informatie beschikbaar. In vergelijking met andere primaire bedrijfsprocessen is de beschikbaarheid van actuele gegevens over logistiek & distributie wel beduidend lager. Maar net iets meer dan de helft van de bedrijven (61%) kan op elk moment nagaan wat de status is van bestellingen en leveringen. Gegevens over de personele inzet zijn bij slechts een derde van de bedrijven voorhanden.



Grafiek 4: Direct beschikbare managementinformatie per bedrijfsproces

Fragmentatie van managementinformatie

Bij 30% van de groothandels is uitsluitend managementinformatie beschikbaar op onderwerp-niveau. Bijvoorbeeld de omzet per productgroep of het gemiddelde voorraadniveau per artikel. Verder stelt 45% van de respondenten verbanden te kunnen leggen tussen onderwerpen. Denk aan de vraag welke invloed de ordergrootte heeft op de winstgevendheid. De vraag hierbij is of alle verbanden aan het licht te brengen zijn. De helft van de bedrijven heeft het plan om over te stappen naar een geïntegreerd systeem. Ergo: ze werken nu nog met afzonderlijke systemen voor de verschillende bedrijfsprocessen. Dit maakt het leggen van dwarsverbanden zeer lastig. En tot slot blijkt dat slechts één op de vijf respondenten in staat is om betrouwbare prognoses te maken. De andere bedrijven hebben dus weinig zicht op consequenties van seizoensinvloeden of andere marktontwikkelingen.



Grafiek 5: Mate van directe managementinformatie

Managementinformatie nader bekeken

Om onderbouwd te kunnen beslissen, dient een groothandel verschillende zaken op orde te hebben. Allereerst moeten gegevens uit verschillende deelsystemen worden geïntegreerd. Als bijvoorbeeld de informatie over logistiek en voorraden op verschillende plaatsen en in verschillende vormen wordt opgeslagen, is het lastig om een compleet beeld te krijgen. Vervolgens moet het mogelijk zijn om de data vanuit verschillende invalshoeken te analyseren. Denk aan vragen als: 'Welke directe en indirecte kosten bepalen de winstgevendheid op een bepaald product?' of 'Welke invloed heeft de leversnelheid op de omzet en de voorraadkosten?'. Verder is het belangrijk dat de gegevens uit het verleden zijn door te rekenen naar de toekomst. Bijvoorbeeld om na te gaan hoe de omzet zich ontwikkelt als een bepaalde trend doorzet. Om vervolgens te kijken naar de consequenties hiervan voor onder andere inkoop of distributie.

Kortom, succesvolle groothandelsbedrijven:

- beschikken over actuele gegevens van alle verkooppunten;
- kunnen de data omzetten in heldere managementrapportages;
- zijn in staat om de informatie vanuit elke invalshoek te analyseren;
- hebben de mogelijkheid om betrouwbare prognoses te maken.

Expert aan het woord

'Voorheen was ik vaak veel tijd kwijt om goede, correcte en leesbare managementrapportages te maken. Met ons oude maatwerkpakket kreeg ik eigenlijk pas bij het afsluiten van het boekjaar een gedetailleerd beeld van de resultaten die we geboekt hadden. Dankzij onze huidige geïntegreerde oplossing kan ik op ieder gewenst moment met één druk op de knop verkoopcijfers en winst per productgroep tot in detail oproepen. Aanpassingen binnen deze rapportages zijn gemakkelijk door te voeren. Hierdoor zijn we veel beter in staat om snel en efficiënt bij te sturen in een veranderende markt.'

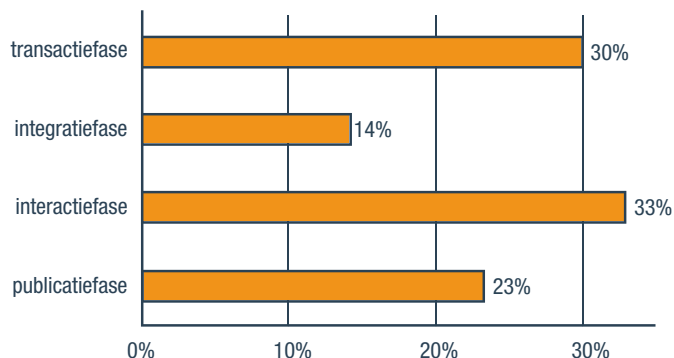
Danny Digneffe,
directeur Energetica Natura

4. Online faciliteiten

Veel eenrichtingsverkeer via internet

Merendeel van de websites is nog statisch

Bij 23% van de respondenten blijkt de website nog in de publicatiefase te zitten: er is uitsluitend statische informatie te vinden over producten en diensten. Volgende stap is de interactiefase, waarbij ook bijvoorbeeld downloads beschikbaar zijn en via e-mail gecommuniceerd kan worden. In deze fase bevindt zich 33% van de sites. Opgeteld heeft dus meer dan de helft van de groothandelsbedrijven een relatief statische website.



transactiefase (koppeling van klanten en leveranciers aan back-office, zoals bijvoorbeeld webshop)

integratiefase (koppeling van front-office diensten met back-office)

interactiefase (uitwisseling communicatie, zoals email en downloaden)

publicatiefase (statische info over producten en diensten)

Grafiek 6: Fase waarin de huidige website zich bevindt

Minderheid heeft koppeling met back-office en externe systemen

Derde stap naar de 'volwassenheid' van sites is koppeling van het web-front-end aan back-office systemen. Deze integratiefase is bij 14% van de responderende bedrijven voltooid. Tot slot biedt 30% van de bedrijven faciliteiten voor transacties, bijvoorbeeld in de vorm van een webshop of door directe koppeling met de systemen van klanten en leveranciers.

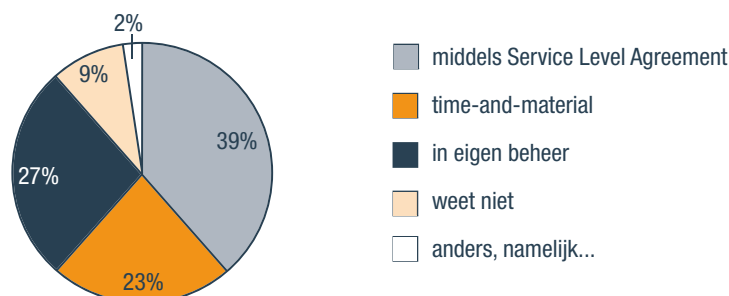
De winst van een webshop

In de top 10 van trends (zie hoofdstuk 1) zien we dat web-based selling door een derde van de groothandels als belangrijk wordt gezien. Verder blijkt eveneens een derde van de bedrijven al te beschikken over een webshop of een koppeling met klantsystemen. Die trend is om verschillende redenen begrijpelijk. Allereerst is het efficiënt en kostenbesparend als klanten online – dus zonder tussenkomst van medewerkers – bestellingen kunnen plaatsen. Online orderinvoer heeft ook voordelen voor sales managers. De order staat direct in hun systeem en hoeft dus niet meer handmatig te worden ingevoerd. Andersom geldt ook dat wijzigingen van artikelgegevens in de back-office direct op de webshop zichtbaar zijn. Daardoor hebben ze de handen vrij voor hun eigenlijke werk: relaties opbouwen en cross-selling realiseren bij bestaande klanten.

Beschikbaarheid van systemen niet altijd gegarandeerd

Meeste groothandels hebben een SLA

Wat de support van ICT-systemen betreft, is 27% van de respondenten op de expertise van eigen mensen aangewezen. Dat is uiteraard een risico bij storingen. Dat risico groeit omdat de communicatie met klanten en leveranciers steeds verder digitaliseert en het aantal communicatiekanalen groeit. Verder krijgt 23% van de bedrijven support op afroep waarbij de uren op basis van nacalculatie worden berekend. Bij deze time-and-material contracten is niet vastgelegd binnen hoeveel uren na een melding de leverancier ter plaatse moet zijn. Dat gebeurt wel bij het afsluiten van een Service Level Agreement (SLA). In een SLA is doorgaans ook vastgelegd na hoeveel tijd het probleem opgelost dient te zijn (voor zover het onder de verantwoordelijkheid van de leverancier valt). Deze supportvorm wordt met 39% het meeste gebruikt door de respondenten.

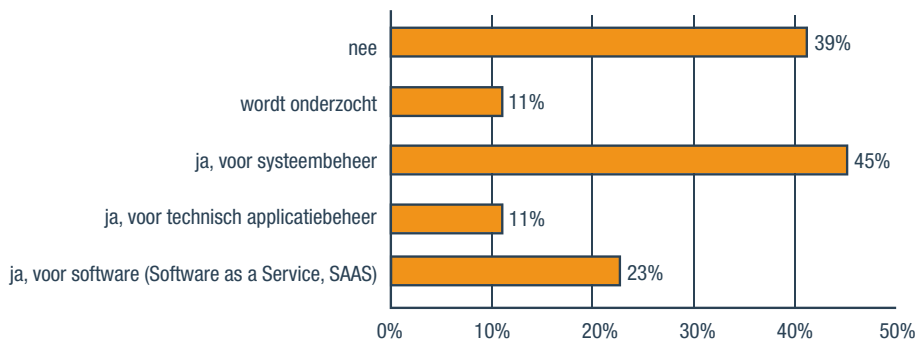


Grafiek 7: Supportregelingen



Outsourcing eerder regel dan uitzondering

Maar liefst 45% van de groothandels heeft systeembeheer uitbesteed. Daarnaast is het technisch applicatiebeheer bij 11% in externe handen gelegd. De keuze voor ICT-outsourcing is begrijpelijk, zeker in deze tijd van 24-uurs (online) beschikbaarheid. Verder maakt 23% gebruik van Software as a Service (SaaS). Dit percentage is hoog in vergelijking met andere branches. Bij SaaS wordt zowel voor applicaties als gegevensopslag gebruik gemaakt van externe servers via een beveiligde internetverbinding. Dat elimineert de kans op gegevensverlies door calamiteiten als brand en inbraak in het bedrijf. De informatie wordt immers direct weggeschreven naar een extern rekencentrum dat non-stop bewaakt wordt. Verbindingszekerheid is hierbij uiteraard wel een basisvoorwaarde. Bovendien wordt bij SaaS afgerekend op basis van het aantal gebruikers en hoeft niet vooraf te worden geïnvesteerd in software en hardware. Dat is met name een voordeel voor kleinere bedrijven met een beperkt ICT-budget.



Grafiek 8: ICT-outsourcing

Vrijwel geen web-based systemen

Eenzijds maakt de medische groothandel branche bovengemiddeld gebruik van Software as a Service (SaaS), waarbij informatie en applicaties online beschikbaar worden gesteld. Toch is maar liefst 89% van de systemen nog server-based. Navraag op dit punt brengt twee mogelijke verklaringen aan het licht. Sommige respondenten stellen dat web-based systemen lastiger te beveiligen zijn. Anderen melden dat er geen budget is voor vervanging van de huidige server-based systemen. Het argument dat de informatie met een web-based systeem ook buiten het kantoor beschikbaar is, is voor deze branche kennelijk nog geen reden tot het overwegen van een dergelijk systeem.

Meer informatie

Contactgegevens mYuice

Bezoekadres: Goudsbloemvallei 30, 5237 MJ 's-Hertogenbosch

Postadres: Postbus 773, 5201 AT 's-Hertogenbosch

Telefoon: 073 69 20 602

Fax: 073 69 50 688

Email: trendonderzoek@myuice.nl

mYuice

Uw implementatie; onze zorg!

De implementatie van een nieuw ERP-systeem is en blijft mensenwerk. mYuice beschikt daarom over pragmatische consultants met de nodige branche kennis. Consultants die bewust hebben gekozen voor de middenmarkt en over jarenlange ervaring beschikken wat betreft SAP-implementaties bij bedrijven in het MKB. Dit in combinatie met haar specifieke aanpak verzekert u ervan dat implementatieprojecten snel en efficiënt worden uitgevoerd. Het voordeel van de mYuice-aanpak is helder: een vlotte invoering van een nieuw automatiseringssysteem met als gevolg een snelle en directe return-on-investment voor uw organisatie.

Vragen en opmerkingen

Heeft u vragen of opmerkingen over dit rapport, dan kunt u die doorspreken met onze sales manager Business One:

Léon Hillebrand

telefoon: 06 270 63 520

email: leon.hillebrand@myuice.nl

mYuice is een dochteronderneming van Ctac N.V. en richt haar bedrijfsactiviteiten op de verkoop, implementatie en ondersteuning van op SAP-software gerelateerde oplossingen voor de Nederlandse middenmarkt (MKB). mYuice is door SAP Nederland B.V. benoemd tot erkende implementatiepartner voor een aantal specifieke segmenten in het MKB. De oplossingen van mYuice zijn dan ook terug te vinden in (technische) handelsbedrijven, klant-order-gestuurde productiebedrijven in de metaal-, high tech- & machinebouwsector, productie- & handelsbedrijven in de voedingsmiddelenindustrie en groothandelsbedrijven in de medische & farmaceutische branche.



© 2009 Goals Marktbewerking, alle rechten voorbehouden.

mYuice
Goudsbloemvallei 30
5237 MJ 's-Hertogenbosch
073 69 20 602
www.myuice.nl



• POWERED BY CTAC POWERHOUSE