

WHITEPAPER

Transport management systeem geeft een strategisch voordeel

Modern TMS met meer flexibiliteit noodzaak binnen B2B

Sneller en slimmer moeten producten van de fabrikant via een distributeur naar de consument. Voor multinationals met high volume producten in hun supply chain verloopt dat proces steeds complexer. Bedrijven hebben bij het B2B-transportmanagementproces juist behoefte aan overzicht, flexibiliteit in een landschap met digitaal opererende stakeholders. Een modern transportmanagementsysteem en een beter geïntegreerde keten helpt logistiek managers aan een strategische voorsprong en hogere winsten ten opzichte van concurrenten.

E-commerce is niet meer weg te denken uit ons dagelijkse leven. Bijna iedereen koopt uiteenlopende producten vanachter hun pc of vanuit de palm van hun hand met een smartphone. In alle westerse landen groeit de e-commerce jaarlijks met dubbele getallen. Zo steeg volgens berekeningen van het CBS de Nederlandse online detailhandelsverkoop in het tweede kwartaal van 2017 met 20,8 procent¹. In 2016 werd al voor 20,16 miljard euro via internet verkocht. In België werd volgens BeCommerce in 2016 9,1 miljard euro omgezet², een stijging van 13,4%.

Omzet e-commerce B2B groeit explosief

Internethandel is zeker niet het exclusieve domein van B2C-verkoop. De B2B e-commerce van productie en groothandel in Europa is aan een grote opmars bezig. Sinds 2016 werd in de EU rond de 850 miljard aan goederen en diensten verkocht². B2B-bedrijven omarmen e-commerce massaal. Nog voor 2020 wordt er volgens ramingen binnen het B2B-kanaal meer dan één triljoen euro verkocht. Dat is twee keer zoveel als de omzet van wat bedrijven via internet aan consumenten verkopen.

E-commerce is een serieus afzetkanaal dat bedrijven ook voor serieuze uitdagingen plaatst. Zeker omdat de product life cycle van de producten kort is, de prijzen en marges laag zijn en veel producten van ver moeten komen. Niet alleen consumenten eisen en krijgen de snelheid van vandaag online besteld, morgen of zelfs vandaag in huis of op het afhaalpunt. Ook in het B2B-kanaal gaat alles steeds sneller en slimmer. Bavaria laat niet alleen consumenten Swinckels bier online bestellen, maar sinds kort ook horecaondernemers. Bestellen zij Kroon Bier vóór 20.00 uur, dan kunnen ze het de volgende dag tappen³. Net als consumenten kunnen ze het bier zonder contract afnemen.

Modernisering digitale supply chain noodzakelijk

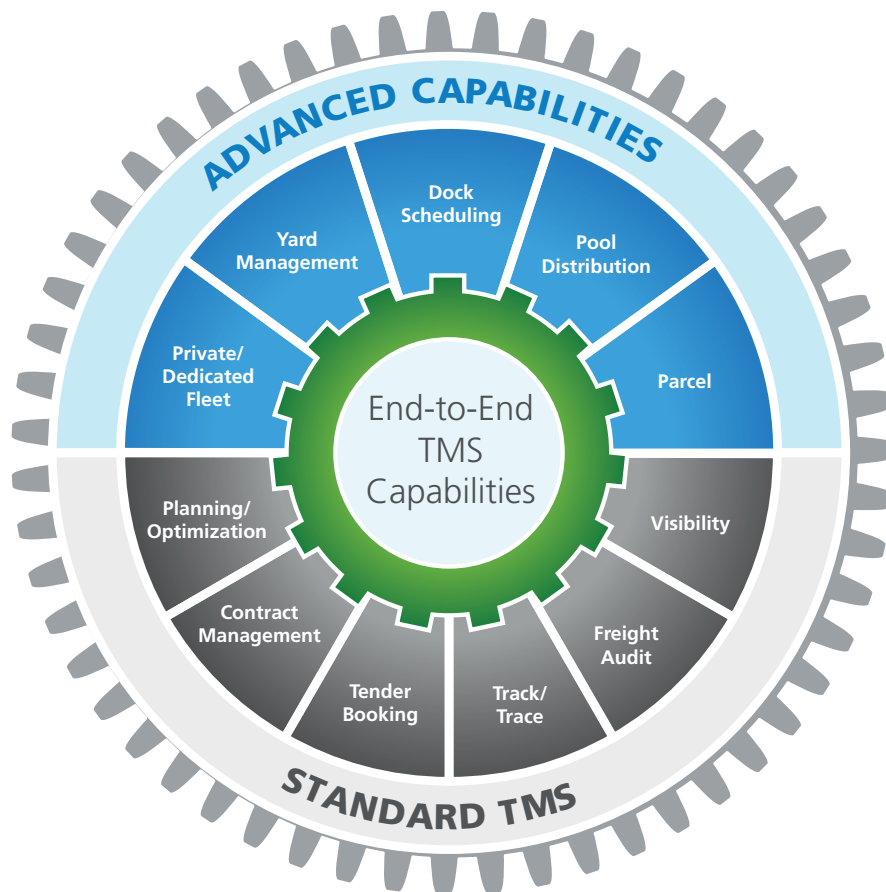
Nationaal en internationaal opererende groothandels en producenten staan aan de vooravond van een felle concurrentiestrijd om hun deel van het online B2C-kanaal op te eisen. Via B2B-webshops of portalen willen ze de kosten minimaliseren en tegelijk inspelen op gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie. De ondersteunde systemen moeten door deze ontwikkelingen grotere volumes, meer complexiteit en extra uitvoerings- en vervoersmodaliteiten aankunnen. Dat lukt deze bedrijven alleen via verdere digitalisering van de hele supply chain.

Bij de stormachtige groei van e-commerce moeten de ondersteunende systemen aan nieuwe eisen voldoen. We zien dat veel systemen en processen die in het verleden voldeden voor de productie, groothandel en detailhandel niet hebben kunnen meegroeien en nu niet meer voldoen. Daarom zal de komende twee jaar meer geïnvesteerd worden in dit soort systemen. Niet alleen om de handel soepeler, flexibeler en efficiënter te kunnen laten verlopen, maar ook als strategisch voordeel op de concurrentie.

Transportmanagementsysteem is strategische schakel

Omdat het in de logistiek complexer en belangrijker wordt om de klant tevreden te houden, is een transportmanagementsysteem (TMS) dé strategische schakel. Een TMS is een softwaresysteem dat de inkoop van transportdiensten, het berekenen van de optimale routes en de registratie en uitvoering van de transportplannen ondersteunt. Hiermee zijn onder andere de kosten van transport te minimaliseren. Denk bijvoorbeeld aan een optimale rittenplanning waardoor er minder kilometers worden verreden en producten sneller en slimmer worden afgeleverd. Tegelijk verhoogt het de zichtbaarheid en traceerbaarheid van producten voor de fabrikant én de klant. Dankzij meer data uit de supply chain bij de voorbereiding, de planning, de controle, de financiële, administratieve afhandeling en de beheersing komt er meer inzicht en dus grip op het proces.

De logistieke kosten kunnen hierdoor omlaag terwijl de kwaliteit in levering juist verbetert. Producten komen vaker op de juiste tijd en plaats aan, voldoen beter aan de eisen van de klant waardoor minder klachten, retouren of boetes worden opgelegd. Vermissing of beschadiging of andere informatie wordt sneller gemeld bij alle partijen dankzij snellere digitale informatievoorziening binnen de gesloten digitale keten. Hierdoor verlagen kosten, is een snellere facturering mogelijk en wordt de documentenstroom teruggedrongen. Omdat de data-uitwisseling digitaal gaat, hoeven minder gegevens foutgevoelig worden overgetypt. Een goed werkend TMS waarborgt continuïteit en flexibiliteit en kwaliteit. Niet alleen in het outbound-, maar ook in het inboundproces. Door zowel de in- als uitgaande transporten te analyseren, kan bijvoorbeeld worden gekozen zelf het transport uit te voeren indien dat goedkoper of sneller kan.



Steeds meer complexe leveringen

Een TMS kent traditioneel vijf basisprocessen: planning & optimalisatie, contractmanagement, aanbesteding, track & trace en controle/verrekening. Dit voldoet tegenwoordig niet meer omdat fabrikanten meer aan maatwerk moeten doen bij hun transport. Bulktransporten komen steeds minder voor, bestellingen bestaan vanwege het multichannel-distributienetwerk uit een mix van B2B- en B2C-bestellingen van zeer uiteenlopende formaten met verschillende leveringswijzen en -snelheden. Daarnaast zijn de eisen van de retailer aan producenten scherper dan ooit. Denk aan elektronische douaneaangifte, verpakking, EDI ASN's en GS1-etikettering. Een hogere leveringssnelheid via deelzendingen (LTL: waar meerdere shippers mee kunnen in één vrachtwagen) en realtime inzicht in de leveringstijd zijn voorwaarden voor verkoop aan het retail- en distributiekanaal.

Door de toenemende eisen van de retailers en groothandels wordt het steeds belangrijker om overal in de supply chain inzicht te hebben en alles te kunnen meten. Zeker omdat e-commercevolumes groeien, moeten complexere logistieke processen op een efficiënte en concurrerende manier de business ondersteunen. In de praktijk blijkt dit niet het geval omdat bij veel bedrijven de systemen stap voor stap zijn meegegroeid zonder alle processen integraal te benaderen. Bedrijven hebben hierdoor eilandautomatisering gecreëerd waardoor ze managementinformatie uit verschillende kanalen hebben met elk hun eigen waarheid. Deze aparte systemen voor voorraad, logistiek en processen beperken daarnaast de schaalbaarheid en flexibiliteit. Bovendien geeft het TMS, als het er al is, een beperkt inzicht: netwerkplanning en -optimalisatie. Een beter op e-commerce, en de effecten daarvan, toegesneden TMS geeft meer en realtime inzicht waarop direct kan worden ingegrepen om efficiëntie te verbeteren.

Cloud-technologie garandeert betere samenwerking

Traditionele on-premise systemen beschikken niet over de gewenste integratie van de meerdere soorten vervoer van onder andere bulk-, TL-, LTL-, pakket-, inbound, land, zee-, lucht-, en expreszendingen. Dat moet allemaal integreren met eigen en externe systemen, vanuit het warehouse tot en met de eigen vloot en externe vervoerders, retailers en toeleveranciers. Oudere systemen zijn hiervoor dikwijls niet flexibel genoeg. Cloud-oplossingen zijn juist gemaakt om te integreren met andere cloud-software als cloud-ERP's tot alle denkbare cloud-toepassingen. Hierdoor kunnen nieuwe cloud-apps en cloud-oplossingen van ketenpartners gemakkelijker aansluiten. Daardoor kan de supply chain eenvoudiger groeien, veranderen en aangepast worden om efficiënter te worden. Dit is een belangrijk aspect omdat een efficiënte, snelle en flexibele samenwerking steeds belangrijker wordt.

Een modern TMS zal daarom een aantal extra functies moeten kunnen zoals:

- **Eigen vloot integratie:** slimmer beslissen of een zending (die net buiten de eigen actieradius valt) efficiënter of goedkoper is om zelf uit te voeren dan uit te besteden.
- **Yard Management:** ondersteunt bij het plannen van ladingen en traceert en controleert op basis van kenmerken als verzendtype, laadconfiguratie, benodigde arbeid en dock- en warehousecapaciteit. Het voorraadbeheer kan hierdoor aanzienlijk verbeteren.

- **Dock Scheduling:** optimaliseert ontvangstoperaties voor inbound zendingen naar een magazijn. Hiermee zijn vervoerders, de verlader en de ontvanger in staat om de afspraken tot het dock te plannen. Dit versnelt het distributieproces naar klanten en winkels.
- **Pool distribution:** zorgt dat retailers binnen een gebied hun winkels inzetten voor de uitvoering en/of verzending of als ophaalpunt voor klanten.
- **Parcel management:** verzorgt de integratie van kleinvracht als pakketjes.
- **Zichtbaarheid:** inzicht in processen en goederen in de volledige supply chain waardoor afstemming met leveranciers en afnemers verbetert.

Dankzij data worden prestaties duidelijk

Door de hierboven genoemde extra functionaliteit van een modern TMS zijn allerlei processen continu te wijzigen en te optimaliseren, bijvoorbeeld de routeplanning. Voor alle onderdelen van de supply chain zijn kritieke prestatie-indicatoren of KPI's te bepalen. Daarmee zijn prestaties van een shipper of carrier te meten, te evalueren en te verbeteren. Dat kan handmatig, maar ook via slimme algoritmes die verschillende databronnen naast elkaar leggen om soms minder voor de hand liggende verbeteringen voor te stellen. Bedrijven zullen op deze manier digitaal transformeren: data wordt een centraal aspect van het bedrijfsmodel. Hoe meer inzicht een bedrijf krijgt uit zoveel mogelijk databronnen uit de keten, des te meer kan het logistieke processen optimaliseren, en zo kosten verminderen en kwaliteit verbeteren.

In een wereld waar het gaat om snel, sneller, snelst is het helemaal interessant voorbereid te zijn op een order nog voordat deze wordt geplaatst. Als een klant bezig is met een nieuwe e-commercebestelling, kan het systeem alle beslissingen over leveringswijze en route bekijken die zijn genomen voor eerder geplaatste bestellingen. Met deze gegevens kan een bedrijf de automatisering van het netwerk, vervoersselectie, kleinvrachtintegratie, continue optimalisatie en executie meenemen in de overwegingen.

Logistieke keten optimaliseert zichzelf

Door informatie te delen met ketenpartners is de logistiek verder te optimaliseren. Tijdens de bestelling kan het e-commercesysteem het leveringsmoment tonen die de bestaande routes en/of inmiddels geplande leveringen beter benutten. Daarop kan bijvoorbeeld een korting worden berekend of een meerprijs voor een minder optimale tijd. Hierdoor organiseert de keten zichzelf steeds beter.

Niet alleen de producten moeten slimmer op hun bestemming zijn, de data moeten ook liefst realtime geanalyseerd worden. Het probleem met verschillende legacy systemen is dat deze niet optimaal met elkaar kunnen communiceren waardoor de gewenste snelheid van inzicht niet wordt bereikt. Daarom moeten bedrijven hun logistiek moderniseren zodat ze klaar zijn voor omnimodale integratie en geautomatiseerde internetorders. Hierdoor zal niet alleen de keten beter integreren, maar ook de kosten dalen, de klanttevredenheid toenemen.

Het blijkt dat bedrijven met een modern TMS in de cloud gemiddeld 7,5% op hun logistieke kosten besparen. Volgens dezelfde analyse zijn dit soort systemen niet alleen weggelegd voor grote bedrijven^{iv}. Uit een benchmark onder grote bedrijven wereldwijd^v blijkt dat er een sterk verband is tussen hoe een bedrijf financieel presteert en hoe hoog transport en logistiek op de strategische agenda staat. Wilt u dat uw bedrijf klaar is voor B2B e-commerce voordat de concurrentie zijn prijzen vanwege slimme integratie al heeft kunnen aanpassen? Kijk dan naar de voordelen van een modern cloud-TMS dat u nu en in de toekomst een strategisch voordeel oplevert.

ⁱ<https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2017/36/kwartaalmonitor-detailhandel-tweede-kwartaal-2017>

ⁱⁱ<https://www.becommerce.be/nl/pers/persberichten/dl/detail/belgische-b2c-e-commerce-is-sterkste-europese-groeier-in-2016>

ⁱⁱⁱ<https://twinklemagazine.nl/2017/01/horeca-bier-contractloos-online-bestellen/index.xml>

^{iv}http://www.logisticsmgmt.com/article/state_of_tms_2016_roi_is_in_the_cloud

^v<https://www.descartes.com/nl/EBLAST-eBook-TM-Benchmark-FY18Q3>