



# Benchmark Survey EDI

Onderzoek naar EDI processen en trends in Nederland en België

# Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Managementsamenvatting	4
Karakteristieken van de onderzoeksgroep	5
<b>1.</b> Huidige B2B integratie	8
<b>2.</b> Toekomstige ontwikkelingen en trends	10
<b>3.</b> Kiezen van een EDI oplossing voor nu en in de toekomst	13

# Voorwoord

Retailbedrijven staan voor nieuwe uitdagingen. De markt verandert in hoog tempo en de concurrentie om de gunst van de klant is moordend. Dankzij transparantie via internet en social media is de klant niet meer trouw, maar kiest hij of zij voor uitstekende en snelle service tegen de beste prijs. Tegelijk wordt de communicatie tussen ketenpartners steeds complexer en tijdrovender. Descartes is in de unieke positie getuige te zijn van deze ontwikkelingen in de markt. Haar netwerk van klanten en relaties bestaat voor een groot deel uit spelers in de retailbranche, van producent tot retailer/e-tailer en ook logistieke dienstverleners. Vanuit die invalshoek heeft Descartes een benchmarkonderzoek gedaan naar de communicatie tussen ketenpartners en wat voor uitdagingen zij staan voor de toekomst. We hebben klanten en partners onder andere de volgende vragen gesteld: Met welke handelspartners wisselt u via EDI berichten uit? Welke processen kunnen er nog meer via EDI ondersteund worden? Welke uitdagingen zijn er? Wat is belangrijk bij het kiezen van een EDI-oplossing voor de toekomst?

Het antwoord op deze en andere vragen leest u in dit rapport. Het biedt u een unieke mogelijkheid om uw situatie en doelen te vergelijken met andere bedrijven. Het bevat de resultaten van ruim 140 respondenten uit Nederland en België. Op basis van de resultaten kunt u beter beslissen over hoe u communicatie tussen ketenpartners efficiënter in kan zetten en hoe u schaalbaar kunt zijn naar toekomst.

Uiteraard bedanken we alle deelnemers aan het onderzoek hartelijk voor hun medewerking en we wensen u veel inspiratie bij het doornemen van dit rapport.

Januari 2017



Fred van der Heide  
Descartes Systems Group  
+31 33 4606270  
info@descartes.com

# Management samenvatting

Het onderzoek is uitgevoerd onder producenten, leveranciers, retailers en logistieke dienstverleners in Nederland en België van medio oktober tot medio november 2016. Het merendeel van deze bedrijven opereert in de retailbranche. Veel respondenten zijn IT manager en eindverantwoordelijk voor de EDI-communicatie binnen hun bedrijf. Ruim 140 respondenten hebben de vragenlijst ingevuld. Daarnaast is er met ruim 10 respondenten een uitgebreidere vragenlijst doorgenomen in een persoonlijk gesprek.

## Een manier om efficiency te verbeteren

Beter, sneller en goedkoper werken staat bovenaan op de agenda van de diverse spelers in de supply chain. Om communicatie met handelspartners te verbeteren wordt EDI al breed ingezet. Met name in relatie tot klanten en in order-to-cash processen. EDI kan echter nog breder worden toegepast door bijvoorbeeld ook de communicatie richting leveranciers en logistiek dienstverleners in te zetten. Alsook het ondersteunen van onder andere purchase-to-pay en logistieke processen.

## EDI is business critical

EDI integratie met een back office systeem is inmiddels common use. Veel bedrijven hebben zelf (beperkte) kennis in huis, slechts enkele besteden het volledig uit. Operationele stabiliteit wordt gezien als het allerbelangrijkste bij de prestatie van een EDI oplossing. EDI communicatie is dan ook business critical. Haaks hierop staat dat de keuze en implementatie van EDI zelden onderwerp is op de strategische agenda.

## Business kennis en expertise

De EDI kennis binnen een organisatie is vaak beperkt. Zowel in kennisniveau als in aantal medewerkers die hier ervaring mee hebben. Het ontbreken van kennis en kunde is een belangrijke reden om EDI vraagstukken bij een solution provider neer te leggen en uit te besteden. Daarnaast worden EDI projecten vaak reactief opgestart. Door de waan van de dag worden er pas handelspartners aangesloten als dit nodig is of verplicht wordt gesteld. Wel is er de wens om de EDI integratie graad te verhogen.

## Flexibele organisatie

Bijna alle bedrijven in de retail hebben te maken met een snel veranderde wereld om zich heen. Niet alleen de handelspartners veranderen, maar ook de soorten en aantallen berichten veranderen. Om te kunnen concurreren in deze veranderende wereld moet je als organisatie flexibel zijn en je snel kunnen aanpassen aan de wensen van de klant. Dit betekent dat de EDI oplossing schaalbaar en flexibel moet zijn.

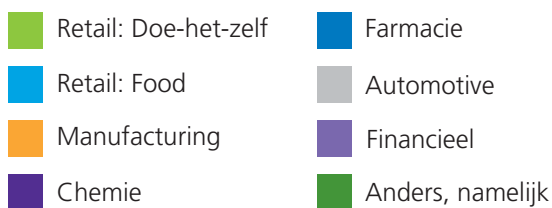
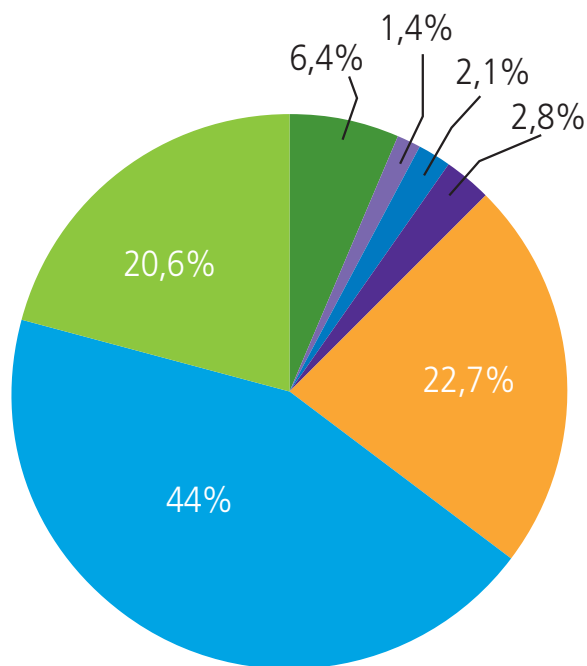
# Karakteristieken van de onderzoeksgroep

## Kenmerken van de respondenten

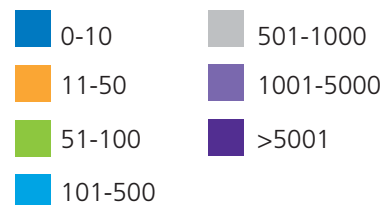
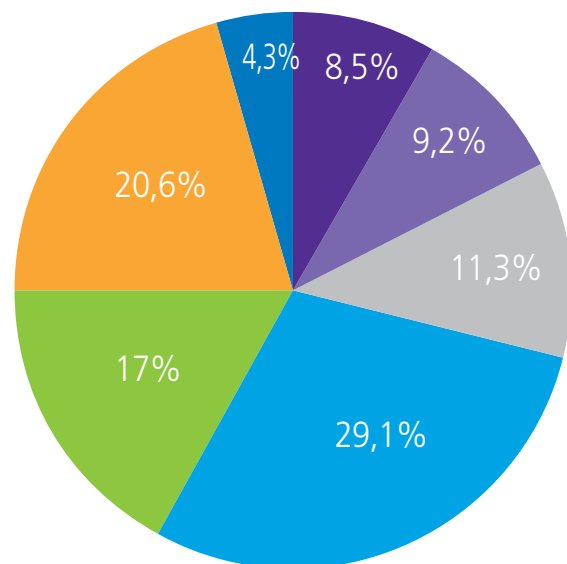
Het merendeel van de respondenten is werkzaam bij bedrijven in de retail. 44% van de respondenten is werkzaam in de levensmiddelen branche en ruim 20% van de respondenten is actief in de doe-het-zelf branche. Dit betekent dat in totaal zo'n 65% van de respondenten werkzaam is in de retail branche. Daarnaast werkt bijna 23% in een productieomgeving (manufacturing). De onderzoeksgroep bestaat dus uit diverse spelers, van producent tot leverancier tot retailer, in de supply chain.

Het grootste deel van de ondervraagde bedrijven heeft tussen de 51-1000 medewerkers. Slechts een klein aantal van de respondenten behoort tot de kleinere of hele grote bedrijven.

## Wat is uw branche?

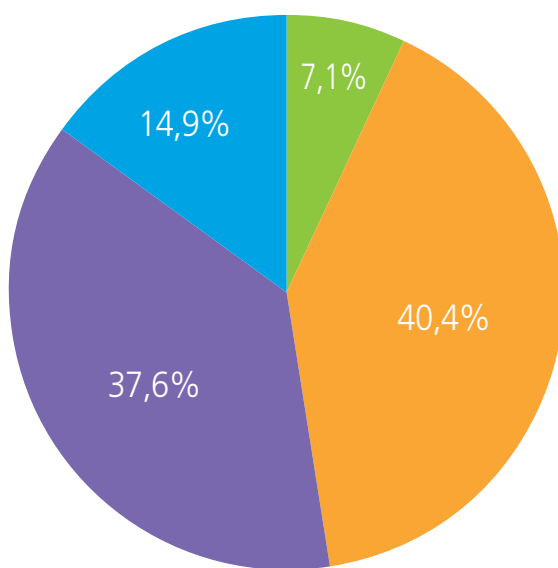






## Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf? (aantal werknemers)



---

## Wat is uw rol binnen uw organisatie?



-  Ik ben een gebruiker
-  Ik ben een beslisser
-  Ik ben een beïnvloeder
-  Anders, namelijk

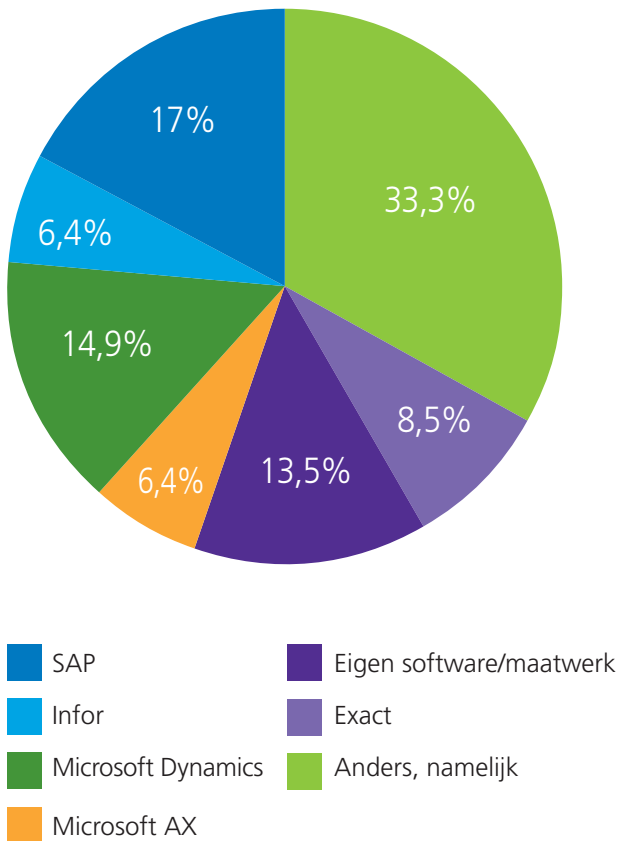
---

78% van de respondenten is beïnvloeder of beslisser in relatie tot de besluitvorming van EDI processen. Dit zijn de personen die dagelijks te maken hebben met de EDI processen en hier ook beslissingen over nemen of hier sterk bij betrokken zijn.

## De IT-omgeving

---

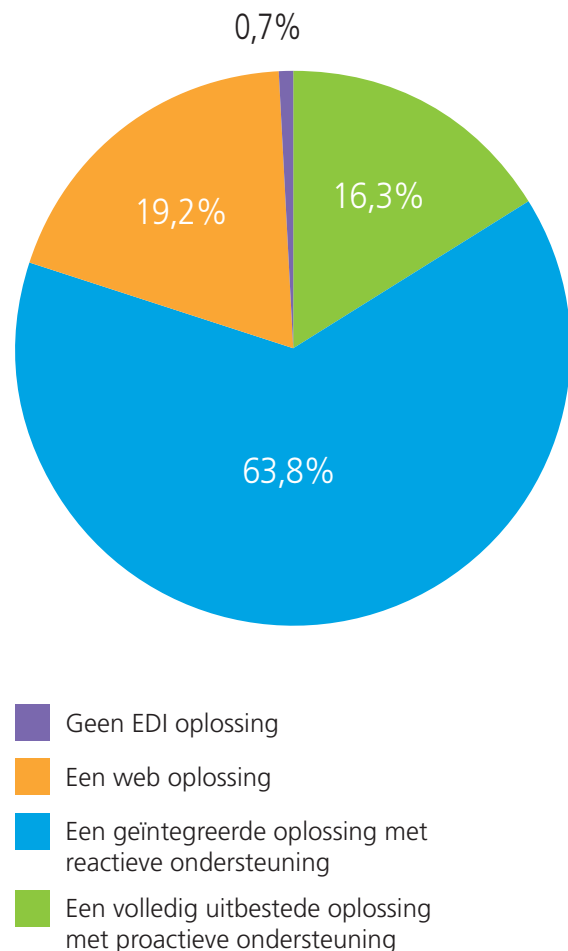
### Welk ERP-systeem gebruikt u momenteel?



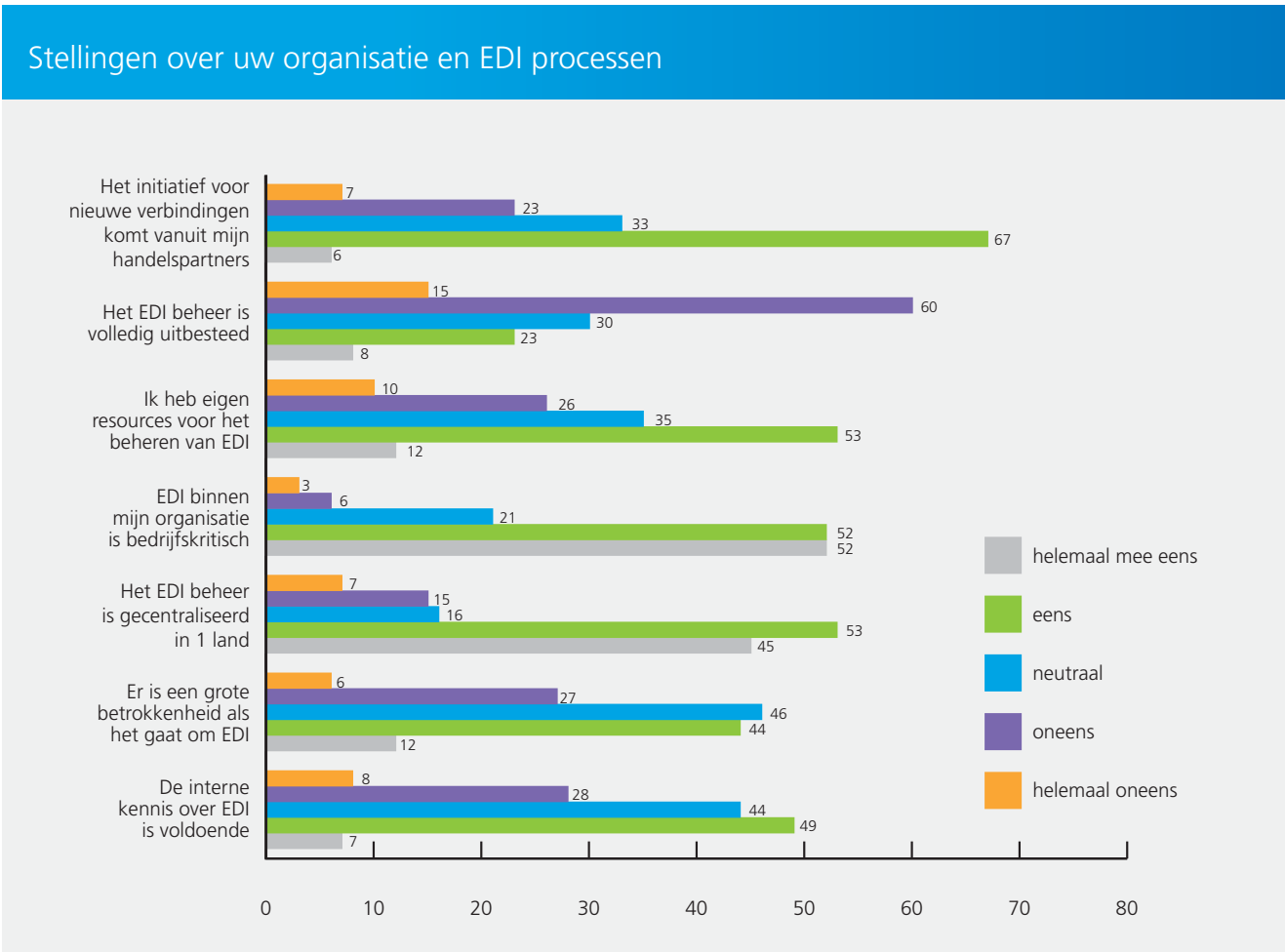
Om een indruk te krijgen van de IT-omgeving in combinatie met de gebruikte EDI oplossing is er gevraagd naar het back office systeem en welke soort EDI oplossing men gebruikt. De meest gebruikte ERP omgevingen zijn SAP, Microsoft Dynamics en Exact. Daarnaast heeft 17% een eigen software-oplossing ontwikkeld of maatwerk in gebruik. In de categorie 'anders' worden oplossingen genoemd van o.a. Afas, Baan en Unit4. Ook een mix van verschillende systemen is regelmatig genoemd. Kortom, onder de respondenten wordt een verscheidenheid aan verschillende soorten ERP systemen gebruikt.

En hoe verhoudt dat zich tot de integratie van EDI? De mate van een geïntegreerde oplossing binnen de onderzoeksgroep is zeer hoog. In totaal heeft 80% van de respondenten een geïntegreerde oplossing en slechts 19% gebruikt een weboplossing. Van alle geïntegreerde oplossingen heeft zo'n 20% gekozen voor een volledig uitbestede oplossing met proactieve support.

### Welk soort EDI-oplossing gebruikt u momenteel?



# 1. Huidige B2B integratie



## Bedrijfskritisch

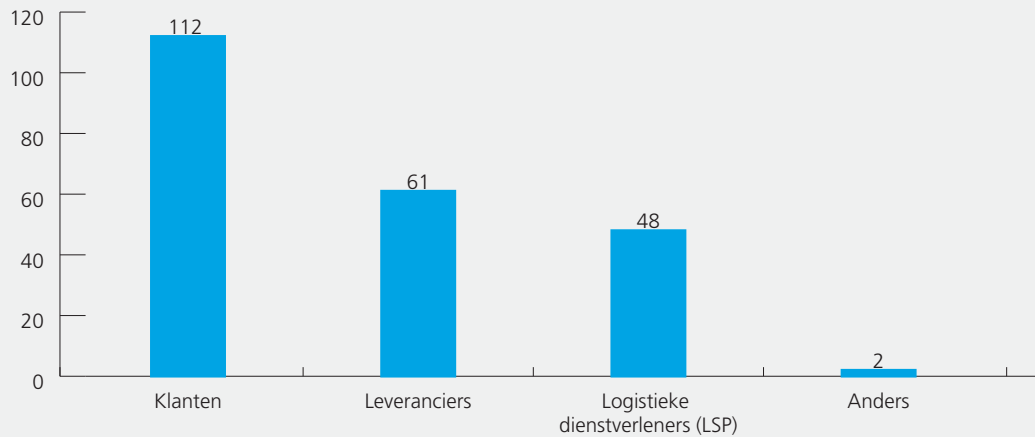
EDI is voor een organisatie bedrijfskritisch, bijna 80% van de respondenten onderstreept dit. EDI neemt een belangrijke plek in om processen automatisch en foutloos te laten verlopen. De betrokkenheid binnen de organisatie is groot. Het initiatief om een nieuwe EDI verbinding met handelsrelaties op te zetten, komt vaak vanuit de handelspartner. Er wordt weinig proactief gezocht naar het opzetten van nieuwe verbindingen. Het EDI beheer wordt zelden volledig uitbesteed en er zijn eigen resources voor het beheer. De interne kennis is echter lang niet altijd voldoende en ook de betrokkenheid van de organisatie is niet overal even groot. Hiermee geven de respondenten aan dat ze graag een gedeelte van het EDI proces zelf willen blijven doen, maar dat het lastig is om de kwaliteit intern te kunnen waarborgen.

## Welke handelspartners?

Op de vraag met welke handelspartners er via EDI wordt gecommuniceerd, blijkt het overgrote deel informatie uit te wisselen met klanten. In dit geval wordt als 'klant' niet de eindklant e/o consument bedoeld, maar een afnemer. Een klant kan hier dus ook een retailer zijn. Een kleiner deel communiceert ook met leveranciers en/of logistieke dienstverleners.



## Met welke handelspartners bent u momenteel aangesloten via EDI?

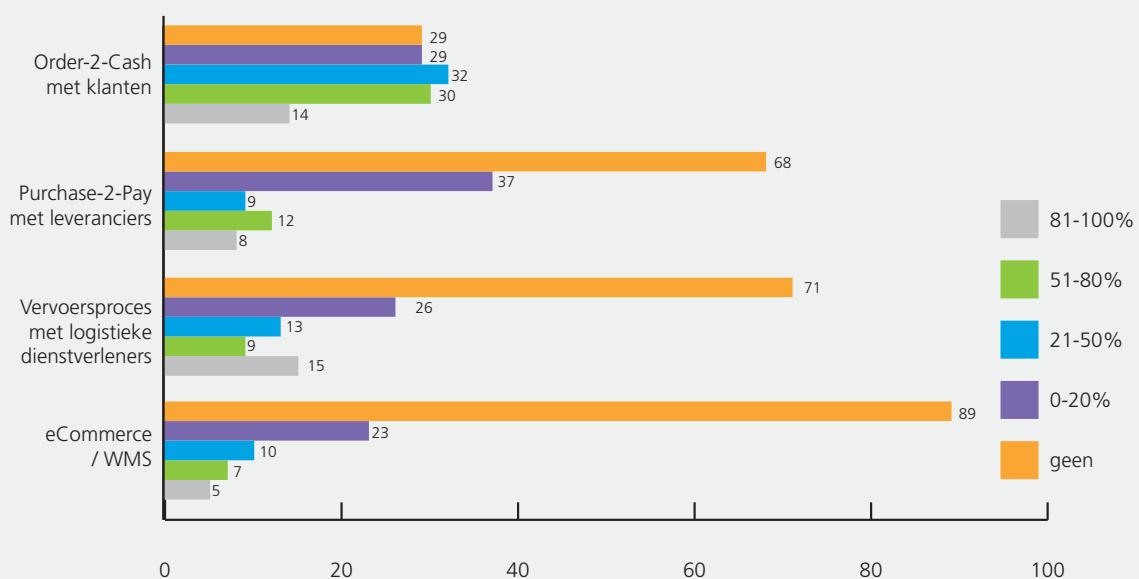


## Ondersteuning van processen

Als we op procesniveau kijken welke processen ondersteund worden door EDI, zien we dat dit het meeste gebeurt bij order-to-cash. Uit de interviews is naar voren gekomen dat veel respondenten wel van mening zijn dat ze met het inzetten

van EDI ook voordelen kunnen behalen bij andere processen, maar het staat niet hoog genoeg op de agenda om dat direct uit te voeren. Daarnaast is de interne kennis vaak niet toereikend om de vertaalslag naar andere processen te maken.

## Welk % van de volgende processen is momenteel gebaseerd op EDI berichten?



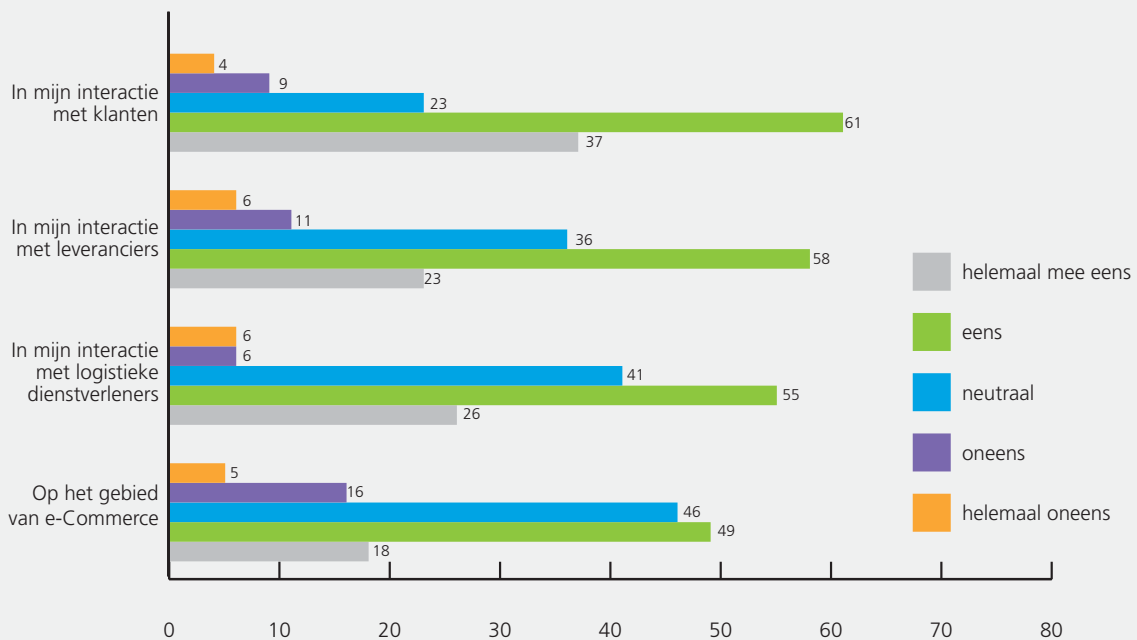
## 2. Toekomstige ontwikkelingen en trends

De laatste jaren is er veel veranderd in de retail branche en de veranderingen gaan in hoog tempo door. Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen en welke trends worden er waargenomen? Communicatie met klanten wordt steeds belangrijker. Zo ook het snel en adequaat kunnen reageren op de wensen van klanten. Daarnaast neemt het aantal en soort berichten

toe. Verder wordt ook de communicatie met logistieke dienstverleners en de communicatie met leveranciers (upstream) als belangrijk gezien voor de toekomst.

Op het gebied van e-Commerce geven vooral retailers aan de EDI communicatie als heel belangrijk beschouwen.

Voor de toekomst ben ik van mening dat EDI belangrijker zal worden...



## Uitdagingen bij groei

De berichtenuitwisseling met handelspartners wordt niet alleen belangrijker, maar het is tevens de grootste uitdaging voor de respondenten. In de praktijk wordt het als lastig en complex ervaren om snel nieuwe handelspartners te kunnen aansluiten, terwijl dit juist wel heel hoog op de wensenlijst staat. Daarnaast vormt de interne kennis een struikelblok. Uit de antwoorden is gebleken dat de beschikbare kennis van onvoldoende niveau is en vaak maar beperkt tot 1 of

2 medewerkers. Er is behoefte aan het kunnen beschikken over kennis van een hoger niveau en het altijd beschikbaar hebben van die kennis. De snelle en voortdurende ontwikkelingen in de branche bemoeilijkt het bijhouden van kennis. Verder wil bijna 40% van de respondenten EDI inzetten bij andere processen,

## Wat is uw grootste uitdaging als het gaat om EDI? (2 antwoorden mogelijk)

Antwoord	Percentage
Aansluiten en communicatie met handelspartners	<b>61.2%</b>
Interne kennis binnen mijn organisatie	<b>56.7%</b>
Technische problemen en beperkingen	<b>44.0%</b>
Planning en projectbeheer	<b>27.6%</b>
Anders	<b>10.4%</b>

## In de toekomst wil ik graag... (2 antwoorden mogelijk)

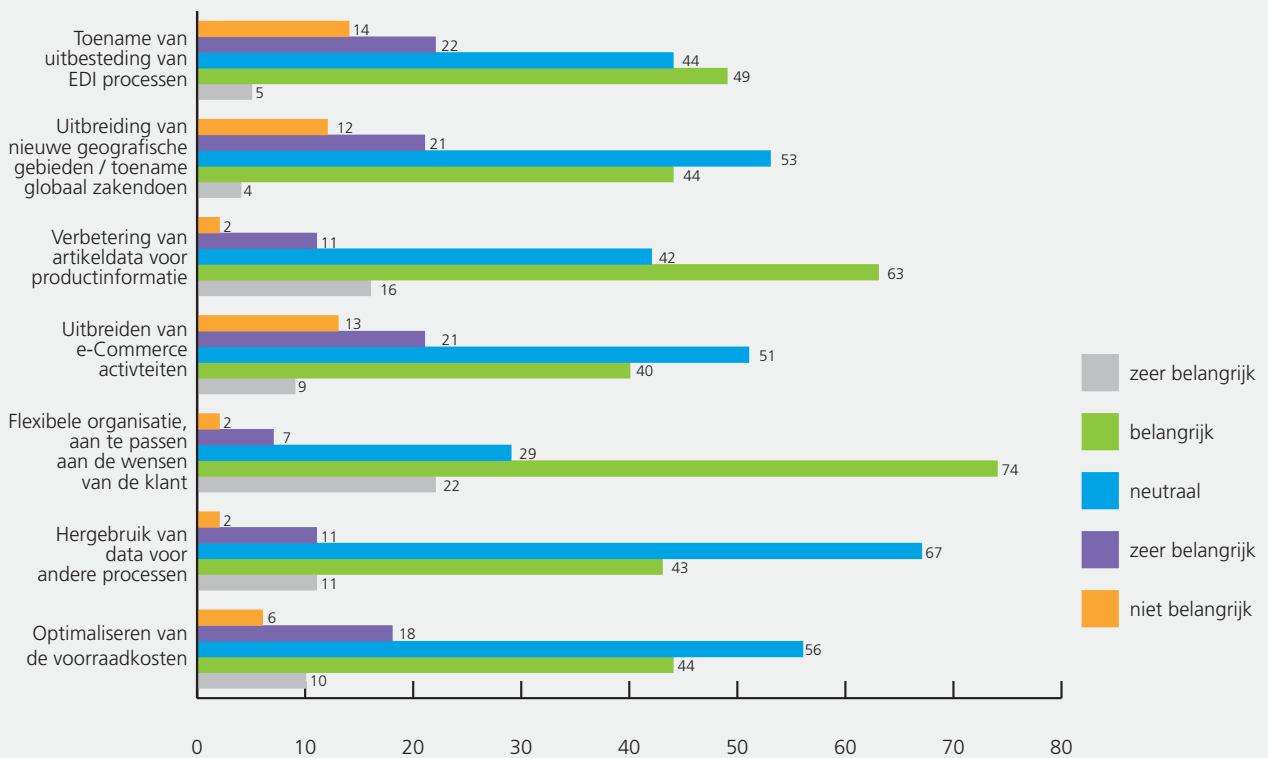
Antwoord	Percentage
EDI uitbreiden met meer handelspartners	<b>78.4%</b>
EDI uitbreiden met meer processen (O2C, VMI, P2P, vervoer,...)	<b>39.6%</b>
Integratie van productinformatie om artikeldata te verbeteren	<b>30.6%</b>
Volledige evaluatie van mijn EDI opzet & aanpak	<b>15.7%</b>
Alleen de noodzakelijke updates doen	<b>15.7%</b>
Andere	<b>9.0%</b>

## Inspelen op de wensen van de klant

Flexibel en schaalbaar zijn als organisatie is volgens de respondenten het allerbelangrijkste voor de toekomst. In de retailbranche zijn de wensen en eisen van de klant grillig. Om de concurrentie voor te kunnen blijven, moet je als organisatie kunnen meebewegen met je klant. De EDI omgeving moet in dezelfde pas kunnen lopen. Een andere belangrijke ontwikkeling is het up-to-date houden van artikeldata voor

productinformatie. Steeds meer klanten verwachten dat alle productinformatie (afmetingen, allergenen etc.) correct doorgevoerd en beschikbaar is. Het synchroniseren van artikeldata blijkt echter nog voor verbetering vatbaar.

### Welke trends vindt u belangrijk voor uw organisatie?

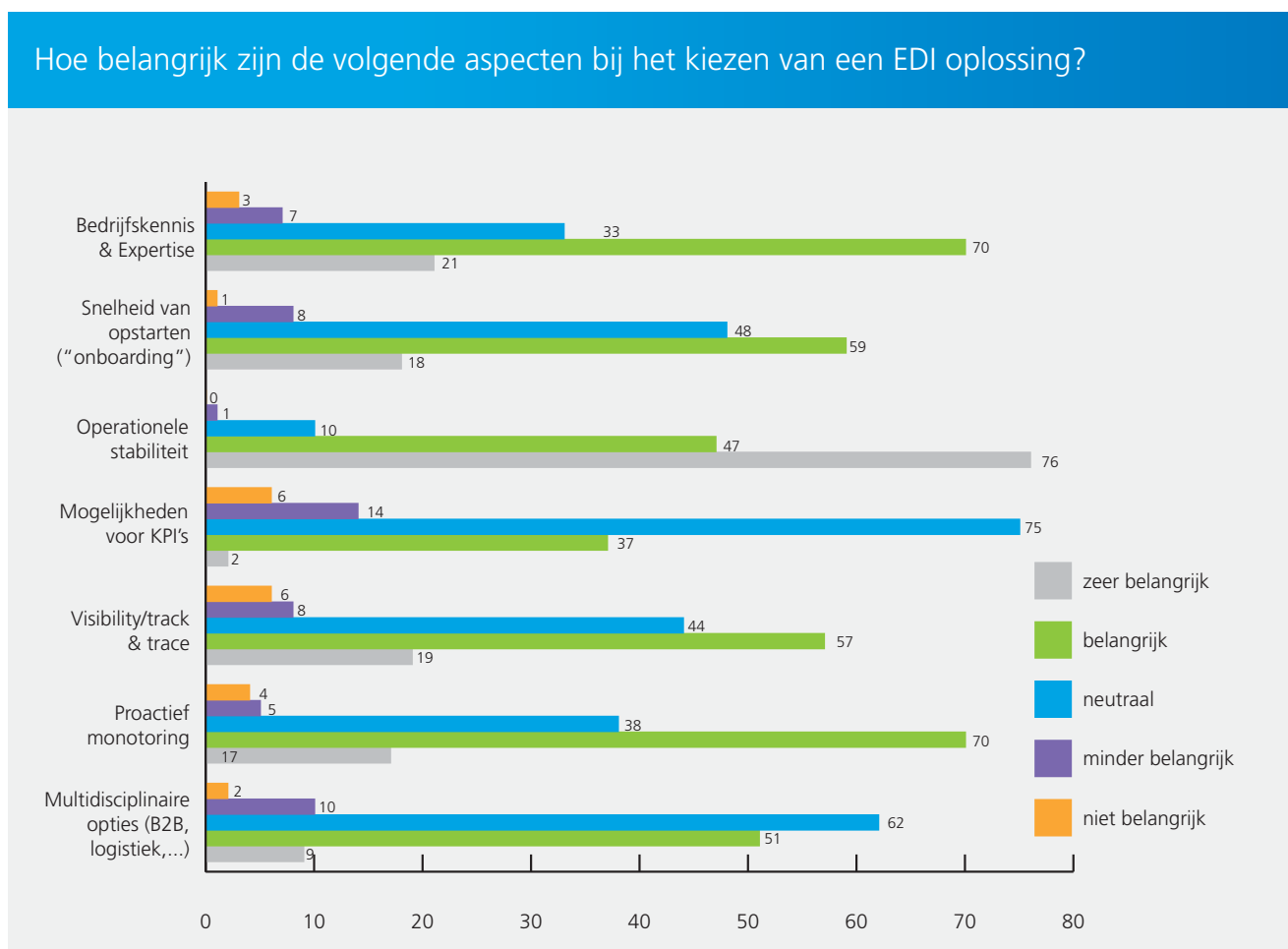


### 3. Kiezen van een EDI oplossing voor nu en in de toekomst

#### Operationele stabiliteit

Een EDI oplossing die beschikbaar en betrouwbaar is, staat unaniem bovenaan als het gaat om de keuze van een oplossing. Het communiceren via EDI is iets wat automatisch en bijna onzichtbaar verloopt, maar dat wel altijd beschikbaar

moet zijn. Hulpmiddelen om inzicht te hebben in deze communicatie via track&trace of proactieve monitoring wordt door 25% van de respondenten, met name in de grotere organisaties, als belangrijk gezien.



## Bedrijfskennis en expertise

De bedrijfskennis en expertise van een dienstverlener zijn doorslaggevende aspecten bij de keuze voor een provider. Zowel bij de online vragenlijst als in de interviews geven respondenten aan dat er veel behoefte is aan een goed advies bij het inrichten en onderhouden van een EDI-oplossing. Het is belangrijk om terug te kunnen vallen op een partij die over voldoende kennis beschikt. Niet alleen puur technische kennis, maar juist ook functioneel. 70% van de respondenten is ervan overtuigd dat B2B integratie bedrijfsprocessen efficiënter maakt. De helft van de respondenten geeft aan dat het vaak geen keuze is, maar wordt afgedwongen door klanten.

Hoewel B2B integratie dus wel de efficiency verhoogt, ziet men het minder als een manier om kosten te besparen. Dit lijkt een tegenstelling te zijn. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat B2B integratie wel degelijk kostenbesparend is, maar dit vaak niet de reden is om te kiezen voor een geïntegreerde EDI-oplossing.

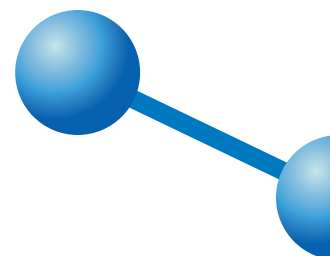
Tevens is het opvallend dat 40% aangeeft dat B2B integratie een strategisch element is voor groei. Hoewel dit dus als onmisbaar wordt gezien om in de toekomst te kunnen groeien, heeft B2B integratie vaak geen prioriteit op de strategische agenda.

## Ik verwacht dat mijn EDI provider... (2 antwoorden mogelijk)

Antwoord	Percentage
Een aanspreekpunt is voor technische vragen	57.5%
Fungeert als een expertisecentrum met bedrijfskennis	50.0%
Een IT-serviceprovider is voor het leveren van diensten met een SLA	35.8%
Een businesspartner wordt voor de toekomst	28.4%
Mij regelmatig op de hoogte brengt over EDI ontwikkelingen/trends	21.6%
Andere	1.5%

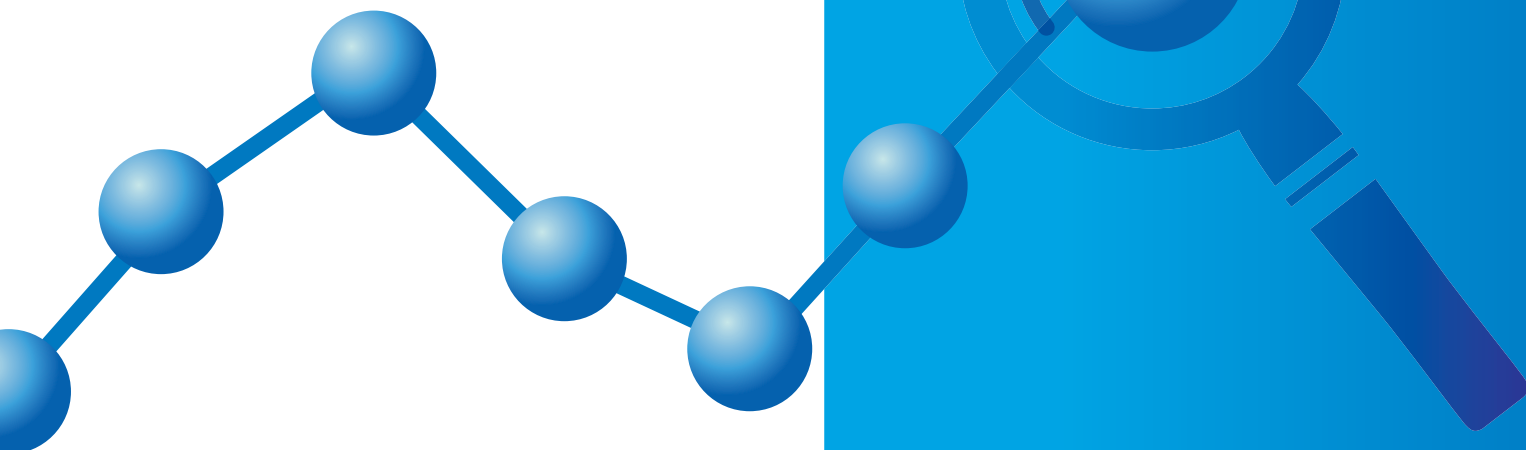
## B2B integratie verhoogt efficiency (2 antwoorden mogelijk)

Antwoord	Percentage
Een manier om efficiëntie te verbeteren	70.9%
Een noodzaak om zaken te kunnen doen met mijn klanten	50.0%
Een strategisch element in mijn bedrijf voor toekomstige groei	40.3%
Een manier om kosten te besparen	25.4%
Andere	3.0%



## Over Descartes Systems Group

Descartes (TSX: DSG) (Nasdaq: DSGX) is de wereldwijde leider op het gebied van on-demand, SaaS-oplossingen (Software-as-a-Service) die bijdragen aan de verbetering van de productiviteit, en de prestaties en zekerheid voor ondernemingen, waarbij logistiek een belangrijke rol speelt. Klanten gebruiken de modulaire, cloud-based oplossingen om leveringen te plannen, te sturen, te volgen en te meten. Ook kunnen zij vrachten plannen, toewijzen en uitvoeren, transportfacturen opstellen, controleren en betalen, wereldwijde handelsdata bekijken, douane- en beveiligingsdocumenten voor import en export archiveren, en verschillende andere logistieke processen uitvoeren. Dit alles door deelname aan 's werelds grootste, multimodale samenwerkingscommunity voor logistiek. Het hoofdkantoor van Descartes is gevestigd in Waterloo, Canada, en de organisatie heeft kantoren en partners wereldwijd. Meer informatie: [www.descartes.com](http://www.descartes.com).



**Descartes**

Uraniumweg 44  
3812 RK Amersfoort, Nederland  
+31 33 460 62 70

Duwijckstraat 17  
2500 Lier, België  
+32 3 800 06 00

[info@descartes.com](mailto:info@descartes.com) | [www.descartes.com/nl](http://www.descartes.com/nl)