

# Het juiste product voor de juiste prijs aan de juiste klant op het juiste moment

## Product in beeld van oogst tot kassa



Annette Poiesz tegen Koen Knol: "Het juiste product voor de juiste prijs aan de juiste klant op het juiste moment. Onze Vers Product Business Ketentool maakt dit mogelijk."

De teler die opnieuw gaat oogsten zodra hij heeft gezien dat een bepaalde hoeveelheid van zijn producten is afgerekend bij de kassa in de supermarkt. De retailer die paprika's na aflevering onmiddellijk in het schap legt omdat hij weet dat ze tijdens het vervoer iets te warm zijn opgeslagen. Softwarebedrijf agriMORE ontwikkelde een middel waarmee alle ketenpartners het product in beeld hebben van de oogst tot aan de kassa.

TEKST: GERBEN STOLK/PLUMATEKST

BEELD: ANOESKA VAN SLEGTENHORST

Het juiste product voor de juiste prijs aan de juiste klant op het juiste moment. Welke ondernemer streeft er niet naar? AgriMORE uit Bleiswijk heeft een 'tool' ontwikkeld - de Vers Product Business Ketentool - die het mogelijk maakt. Van teler tot afzetorganisatie, van vervoerder tot zaadveredelaar en van verpakker tot supermarkt: stuk voor stuk hebben ze de mogelijkheid hun data ontsluitbaar te maken voor de ander.

Ketentool

Elke ketenpartner kan op zijn computer inloggen op de gedeelde website om er de gewenste productinformatie te achterhalen. Hoe staat het product erbij? Onder welke klimatologische omstandigheden wordt het geteeld?

Dankzij de verbeterde communicatie vindt het product veel efficiënter zijn weg in de keten, wat ook weer leidt tot een betere kwaliteit. Het komt in de juiste hoeveelheden in de schappen terecht op

het moment dat het vers is en het beste van smaak.

### Fonkelnieuw

Koen Knol is landelijk projectleider Agri bij Syntens, innovatienetwerk voor ondernemers. Hij hielp agriMORE onder meer met het samenstellen van een cluster van bedrijven die met de fonkelnieuwe 'business intelligence-tool' aan de slag gingen.

cluster van bedrijven

## Optimalisatie bedrijfsvoering

"Ik werd gegrepen door de mogelijkheden. Hier was sprake van een tool die moest bijdragen aan de optimalisatie van de bedrijfsvoering van telers. Ik dacht: hier moet Syntens steun aan geven."

De woorden zijn van Koen Knol, innovatieadviseur bij Syntens. Hij doelt op de door agriMORE ontwikkelde software voor ketendigitalisering waarmee hij eind 2005 kennismaaakte. "Het bedrijf had op dat moment een 'launching customer' nodig: een partij die de software ging toepassen in de praktijk. Wij zijn toen een keten van bedrijven gaan bouwen. Samen met directeur Annette Poesz van dit softwarebedrijf heb ik een workshop over ketendigitalisering gegeven tijdens de Hortifair van 2006. Mede daardoor ontstond steeds meer interesse voor de software en kwam een keten tot stand. We hebben deze software bouwer aan de juiste contacten gebracht en zo geholpen beter, sneller en eerder te innoveren."



**Koen Knol:** "Ik ben ervan overtuigd dat deze tool bijdraagt aan de optimalisatie van de bedrijfsvoering van telers."

Knol: "De glastuinbouw produceert verse waren, die over het algemeen snel kunnen bederven. Het is dus zaak dat een product zo snel mogelijk door de keten gaat. Wil je dat hele proces stroomlijnen, dan moeten de partners in de keten op elk moment 'on demand' informatie beschikbaar hebben. Waar bevindt het product zich? Wat is de toestand? Hoeveel graden Celsius is het er bijvoorbeeld? Als je dat allemaal weet, kun je het product veel beter sturen."

Directeur Annette Poesz van het softwarebedrijf vult aan: "Als voorraadhoudende handel of als retailer wil je bijvoorbeeld graag precies weten in welke staat een product bij je arriveert. Een supermarkt kan zich er dan bijvoorbeeld op voorbereiden dat het product na binnenkomst onmiddellijk in het schap moet worden gelegd. En als je bijvoorbeeld weet dat het product speciale eigenschappen heeft, dat het bijvoorbeeld zoeter is dan normaal, dan kun je er een actie aan koppelen. De retail kan heel gericht acties op het schap afstellen."

### Minder bederf

De digitalisering en beschikbaarheid van informatie in de keten gaat gepaard met nog meer voordelen. Prijsstelling bijvoorbeeld. Knol: "Omdat de partij aan het eind van de keten precies weet hoeveel product eraan komt en wat de kwaliteit ervan is, kan hij er de juiste prijs aan hangen." Poesz: "De supermarkt kan veel beter aan productdifferentiatie en dus ook prijsdif-

ferentiatie doen. De klant heeft de mogelijkheid specifiek te kiezen voor een product en een prijs."

Knol vult aan: "Een andere reden dat je een goede, structurele prijs kunt rekenen, is dat er dankzij de goede communicatie weinig afval wordt veroorzaakt. Er is minder bederf, en je weet: elk weggegooid product is verlies."

De verbeterde informatie over het product biedt ook de kans te werken aan een merknaam. Poesz: "Bij verse waar is vaak sprake van een bulkproduct en wordt er geen merknaam aan gekoppeld. Maar als je dankzij ketendigitalisering verzekerd bent van een kwalitatief sterk product dat op het juiste moment in de schappen ligt, kun je wel degelijk een merknaam gaan gebruiken, met alle gevolgen voor de prijs van dien."

Poesz noemt de tool een platform waarop de ketenpartners met hun bijdrage toegevoegde waarde creëren waarvan zij zelf eigenaar zijn en waarvoor ze dus een meerprijs krijgen. "Het enige wat wij doen is de versproductketen faciliteren."

### Hoge verwachtingen

Meer snelheid en een betere kwaliteit. Het klinkt veelbelovend, maar wat is de stand van zaken met de software? Kwekerij Dingemans-Vierpolders heeft de keten van haar paprika's vorig jaar gedigitaliseerd. De ketenpartners zijn: een veredelingsbedrijf, een telervereniging/

verkooporganisatie, een logistiek expert en een supermarktketen.

Knol: "Aan het eind van het jaar willen we aan de hand van de ervaringen bij Dingemans definitief bewezen hebben dat de software werkt. Het is te vroeg om te zeggen dat de effecten perfect zijn, maar we koesteren hoge verwachtingen."

Poesz: "Wij zijn nu grote proefprojecten aan het uitzetten. Het doel is onder meer dat we beter over product- en prijsdifferentiatie kunnen communiceren. We streven naar uitstekend schapmanagement."

Investeringen in software kunnen evenmin het struikelblok zijn, stelt Knol. "De Vers Product Business Ketentool respecteert de bestaande software. Als ondernemer hoef je niets te veranderen aan je software. Het enige wat je doet, is jouw digitale informatie openstellen voor de ketenpartners. Daarbij bepaal je zelf welke informatie je wilt delen. Er wordt al met al een ICT-deken over de betrokken bedrijven gelegd." Poesz: "Wij leggen dus geen standaard op aan ondernemers en niemand hoeft van automatiseringssysteem te veranderen. Wij knopen alleen de verschillende systemen aan elkaar vast." Wat de kosten zijn om een product te volgen met informatietechnologie? Poesz: "Bij commerciële aantallen is dat minder dan één cent bovenop de productprijs."

Producten die in de juiste hoeveelheden in de schappen belanden op het moment dat ze vers zijn en het beste van smaak. Het kan worden bereikt wanneer alle partners in de keten goed met elkaar communiceren en voortdurend zicht hebben op de staat van de producten. Ketendigitalisering maakt dit mogelijk. agriMORE ontwikkelde de Vers Product Business Ketentool: een middel waarmee de ketenpartners het product in beeld hebben van de oogst tot aan de kassa. Syntens hielp een cluster van bedrijven samen te stellen die er ervaring mee opdoen. Vele partijen zijn ermee gemoeid: teler, veredelingsbedrijf, telervereniging/verkooporganisatie, logistiek expert en supermarktketen. Eind dit jaar moeten de voordelen zijn bewezen.

## SAMENVATTING

grote proefprojecten

ketenpartners

informatietechnologie

on demand informatie

prijsstelling