



5 Trends in de groothandel

5 Trends in de groothandel

In de steeds veranderende wereld van de groothandel zijn aanpassingsvermogen en inzicht essentieel. Onze whitepaper belicht vijf kernthema's, van de verdere evolutie in e-commerce tot het toenemende accent op duurzaamheid, die cruciaal zijn voor moderne groothandelsstrategieën. Ontdek nieuwe inzichten en lees meer over de toekomstige uitdagingen.

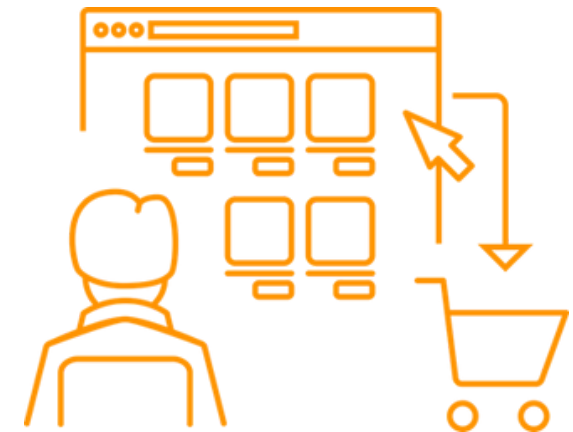
- 1 De digitale transformatie van orderbeheer in groothandelsbedrijven** P. 2
- 2 E-invoicing: de toekomst van financiële transacties** P. 5
- 3 E-commerce en omnichannel-retail: De nieuwe norm voor groothandels** P. 9
- 4 Het belang van duurzaamheid** P. 12
- 5 Verder en sneller: datagedreven groothandel** P. 15

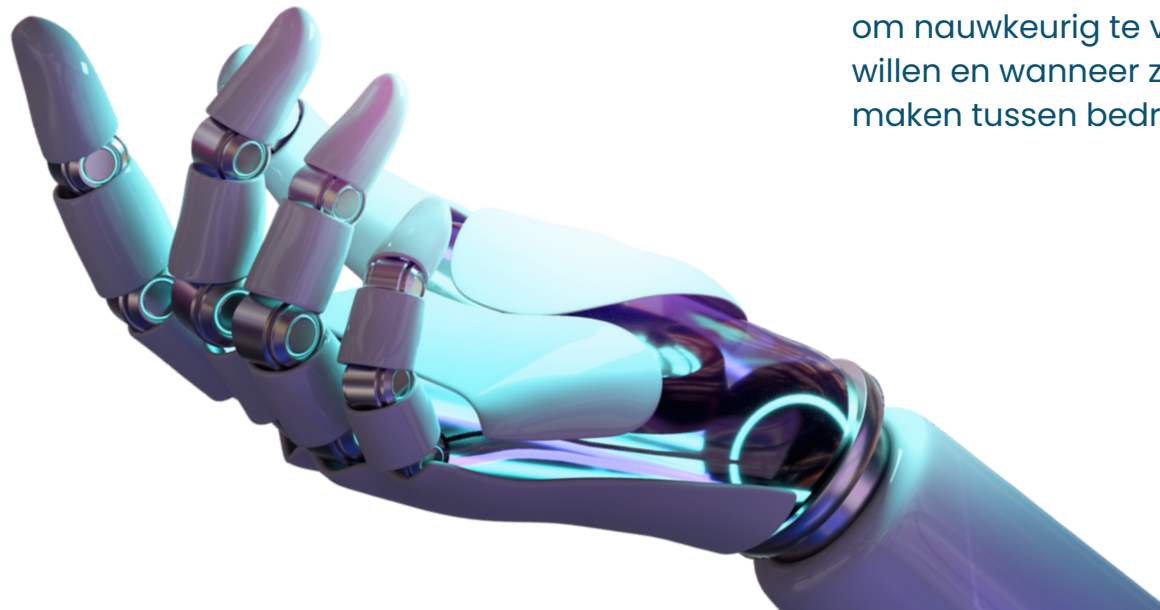
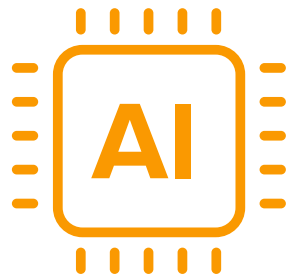
De digitale transformatie van orderbeheer in groothandelsbedrijven

In een tijdperk waarin technologie de drijvende kracht is achter bedrijfstransformaties, staan groothandelsbedrijven voor de uitdaging om hun order- en voorraadbeheerprocessen te moderniseren. De opkomst van e-commerce en de snelle digitale transformatie hebben de manier waarop bedrijven orders beheren en verwerken drastisch veranderd.

Verschillende portalen: de uitdaging van multichannel orderbeheer

Met de opkomst van e-commerce en digitale transformatie hebben groothandelsbedrijven te maken met orders die via meerdere kanalen binnenkomen. Dit kan variëren van traditionele telefoonorders tot online e-commerce platforms en zelfs directe berichten via sociale media. Het beheren van deze verschillende kanalen vereist geïntegreerde systemen die realtime updates kunnen bieden. Het is niet langer voldoende om slechts één kanaal efficiënt te beheren; bedrijven moeten nu in staat zijn om een naadloze ervaring te bieden, ongeacht hoe de klant ervoor kiest om een bestelling te plaatsen.





AI-gedreven Forecasting: De Toekomst van Voorraadbeheer

Artificiële intelligentie (AI) biedt enorme mogelijkheden voor groothandelsbedrijven, vooral als het gaat om voorraadbeheer. Door historische verkoopgegevens en andere relevante informatie te analyseren, kan AI helpen bij het voorspellen van toekomstige verkooppatronen. Dit kan leiden tot efficiënter voorraadbeheer, minder overstock en minder gemiste verkoopkansen door stockouts. In een concurrerende markt kan het vermogen om nauwkeurig te voorspellen wat klanten willen en wanneer ze het willen, het verschil maken tussen bedrijfsgroei en stagnatie.

De digitale transformatie heeft de manier waarop groothandelsbedrijven opereren fundamenteel veranderd. Van multichannel orderbeheer tot AI-gedreven voorraadvoorspellingen, bedrijven moeten nu meer dan ooit investeren in geavanceerde technologieën om concurrentieel te blijven. Terwijl het technologische landschap blijft evolueren, zullen die bedrijven die zich aanpassen en innoveren ongetwijfeld de leiders van morgen zijn.



E-invoicing: de toekomst van financiële transacties

E-invoicing, ofwel elektronische facturatie, is niet louter een innovatieve benadering van financiële transacties, maar wordt steeds meer een verplichting opgelegd door de wetgever. Een e-factuur is niet simpelweg een PDF, een gescande factuur, een factuur die via een portaal moet worden opgehaald, of een e-mailbijlage. Een authentieke e-factuur is een XML-factuur die voldoet aan de PEPPOL-standaard en wordt overgedragen volgens de Peppol-afspraken.

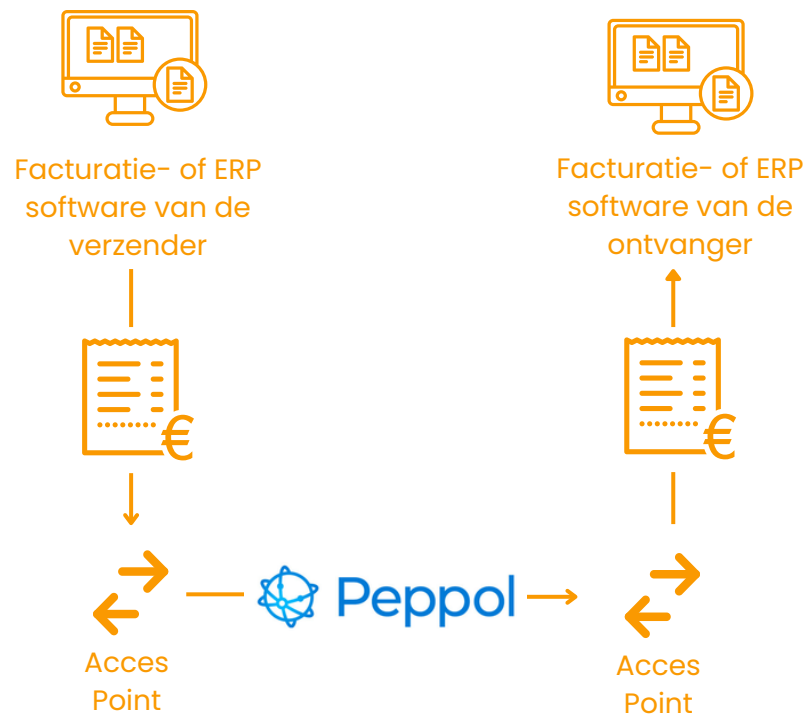
Deze verschuiving biedt tal van voordelen, waaronder een snellere facturatie, vermindering van menselijke fouten en een duurzamere aanpak door het verminderen van papiergebruik.



PEPPOL: De standaard voor E-invoicing

PEPPOL, wat staat voor "Pan European Public Procurement On-Line", is een raamwerk dat drie cruciale elementen van e-invoicing adresseert:

- **Gestandaardiseerde factuurvorm:** Facturen worden opgesteld volgens de UBL-standaard, wat zorgt voor uniformiteit en compatibiliteit tussen verschillende systemen en organisaties.
- **Internationale acceptatie:** PEPPOL is niet alleen een Belgische standaard, maar wordt ook internationaal erkend. België, met name de Belgische overheid, is hierin een voorloper en heeft actief bijgedragen aan de ontwikkeling en adoptie van deze standaard.
- **Veilige uitwisseling:** Facturen worden uitgewisseld via het PEPPOL-netwerk, waarbij toegang alleen mogelijk is via een geautoriseerd "Access Point".



Gefaseerde invoering van B2B e-facturatie in België

Voorlopig heeft het ministerie een gefaseerde invoering van B2B e-facturatie in drie nog te bevestigen fasen voorgesteld:



De informatie over de gefaseerde invoering van B2B e-facturatie zoals voorgesteld door het ministerie is gebaseerd op de meest recente gegevens tot de datum van dit document.

De wereld van financieel beheer is in een snel tempo aan het evolueren. Met de opkomst van e-invoicing en de integratie van PEPPOL-standaarden, gecombineerd met de gefaseerde invoering van B2B e-facturatie in België, is het voor groothandelsbedrijven essentieel om bij te blijven en zich aan te passen aan de snel veranderende wereld, zowel qua concurrentie als compliance..



E-commerce en omnichannel-retail: De nieuwe norm voor groothandels

De pandemie heeft de groothandelssector flink door elkaar geschud, waarbij e-commerce prominenter dan ooit is geworden. In deze post-COVID-wereld is een online aanwezigheid geen luxe meer, maar een noodzaak. Groothandels staan nu voor de uitdaging om zich aan te passen aan deze nieuwe realiteit en na te denken over hoe een modern ERP-systeem daarbij kan ondersteunen.

Omnichannel: verder dan de webshop

Terwijl e-commerce het zichtbare uithangbord is van het digitale speelveld, vormen omnichannel en marketplaces samen het brede en gevarieerde fundament. Enkel een online winkel hebben volstaat niet meer. Klanten verwachten een coherente ervaring, of ze nu online winkelen, een app gebruiken, een fysieke winkel bezoeken of een aankoop doen via een marketplace. De uitdaging ligt in het naadloos integreren van al deze kanalen en het waarborgen van een gestroomlijnde gegevensuitwisseling.



De digitale toekomst van de groothandel

Groothandels die digitaal voorop willen lopen, dienen zowel in e-commerce als in omnichannel-strategieën te investeren. Dit gaat verder dan alleen technologie; het gaat om het herzien van bedrijfsmodellen, het trainen van personeel en het waarborgen van financiële robuustheid in een snel veranderende markt.

Dropshipment: een strategische keuze, niet alleen logistiek

Dropshipment is meer dan alleen een logistieke beslissing; het is een strategische keuze die de manier waarop groothandels opereren kan veranderen. Dropshipment maakt de directe levering van producten van leveranciers aan klanten mogelijk. Voorraadbeheer wordt bij dropshipment anders benaderd net als de logistieke afhandeling. Groothandels moeten flexibele IT-oplossingen hebben die deze benadering ondersteunen, evenals een diepgaand begrip van de financiële implicaties.



Dropshipment: niet enkel een logistieke keuze, maar een strategische verschuiving die flexibele IT en financieel inzicht vereist



Het belang van duurzaamheid

De druk om milieuvriendelijk en duurzaam te handelen is nog nooit zo groot geweest voor bedrijven in de groothandelssector. Met toenemende regelgeving vanuit de EU, zoals de PPWR, en de verschuivingen in consumentengedrag, is het duidelijk dat verandering niet langer een optie is, maar een noodzaak. Maar waar liggen precies de kansen voor optimalisatie en duurzaamheid in deze sector?



PPWR: duurzame verpakkingsinitiatieven in de EU

Binnen de Europese Unie is er een groeiend besef van de milieueffecten veroorzaakt door verpakkingen. Dit heeft geleid tot de introductie van de Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR). De focus ligt op het terugdringen van verpakkingsafval, vooral van eenmalig gebruik. De ambitie is duidelijk: de ecologische voetafdruk van verpakkingen verminderen, hergebruik en recycling stimuleren en zorgen voor geharmoniseerde wetgeving binnen de EU. Terwijl de Single Use Plastics (SUP) Directive zich specifiek richt op eenmalige kunststof verpakkingen, omvat de PPWR alle verpakkingstypes. Er wordt benadrukt dat moderne software-oplossingen, zoals ERP- en PIM-systemen, bedrijven kunnen ondersteunen bij het efficiënt beheren en analyseren van verpakkingsdata. Door deze geïntegreerde aanpak kunnen bedrijven betere besluiten nemen met een positievere impact op het milieu.

Flexibele aanvulling op jouw ERP

Een Product Information Management (PIM) systeem biedt de flexibiliteit die veel ERP-systemen missen, vooral als het gaat om het dynamisch beheren van productinformatie. Met een centrale databeheer, naadloze integraties en geavanceerde validatietools, stelt PIM bedrijven in staat om efficiënt te reageren op veranderende verpakkingsnormen binnen de EU en tegelijkertijd een duurzame bedrijfsvoering te waarborgen.

Transportoptimalisatie: meer dan alleen kostenbesparing

Voor groothandels is transport niet alleen een noodzaak, maar ook een gebied met grote kansen voor optimalisatie. Het beheersen van transportroutes heeft directe voordelen, zoals een verminderde CO2-uitstoot en lagere operationele kosten. De integratie van technologische oplossingen, zoals Transport Management Systemen (TMS), kan deze optimalisatie ondersteunen.



Regionale supply chains: flexibiliteit in onzekere tijden

De recente wereldwijde ontwikkelingen hebben de inherente risico's van sterk geglobaliseerde supply chains blootgelegd. Hierdoor is er een hernieuwde interesse in het dichterbij huis brengen van de productie. Deze verschuiving naar regionale supply chains, zoals productie in Polen voor de Europese markt, biedt tal van voordelen. Niet alleen zijn er potentiële kostenbesparingen en ecologische voordelen, maar bedrijven kunnen ook profiteren van grotere veerkracht en wendbaarheid. Voor een effectieve transitie is een grondige kostenanalyse essentieel, evenals een vooruitziende blik op variabelen zoals schommelende transportkosten.

E-commerce retouren: een kostbare realiteit

De exponentiële groei van e-commerce heeft geleid tot een toename van retourzendingen, een ontwikkeling die zowel logistieke als financiële uitdagingen met zich meebrengt. Het is duidelijk dat de kosten verbonden aan retourzendingen zijn toegenomen, en dit wordt verder verergerd wanneer geretourneerde items niet opnieuw kunnen worden verkocht. Het implementeren van een robuust en efficiënt retourbeleid is nu belangrijker dan ooit. Technologie kan hierbij een cruciale rol spelen, door het retourproces te stroomlijnen en inzichten te bieden om toekomstige retourpercentages te verminderen.



Verder en sneller: datagedreven groothandel

Het gebruik van kunstmatige intelligentie (AI)

De integratie van AI in de groothandel kan een revolutie teweegbrengen in hoe data wordt begrepen en toegepast. AI-technologieën hebben het vermogen om automatisch grote datasets te analyseren en er patronen in te identificeren. Voor groothandels betekent dit dat complexe consumentengedragingen, seizoensgebonden trends en andere variabelen sneller en nauwkeuriger kunnen worden ontcijferd, wat leidt tot beter geïnformeerde beslissingen.

De toenemende beschikbaarheid van data

Dankzij de digitale transformatie hebben groothandels nu toegang tot een schat aan data. Of het nu gaat om informatie van leveranciers, feedback van klanten of interne operationele gegevens, het vermogen om deze data te verzamelen en te analyseren biedt een ongekende kans om de volledige waardeketen te optimaliseren en te verfijnen.





Datagestuurde besluitvorming: de toekomst van de groothandel

Steeds meer groothandels zien het potentieel van datagestuurde besluitvorming. In plaats van te vertrouwen op intuïtie of verouderde rapporten, stelt datagestuurde besluitvorming bedrijven in staat om beslissingen te nemen op basis van actuele, accurate data, wat resulteert in efficiëntere en effectievere bedrijfsvoering.

De groeiende vraag naar data-professionals

Naarmate de data-analyse complexer wordt, groeit ook de behoefte aan experts op dit gebied. Groothandels die willen profiteren van deze datarevolutie moeten investeren in opleidingen voor hun huidige personeel of overwegen om gespecialiseerde data-analisten aan te trekken. Deze professionals kunnen niet alleen helpen bij het analyseren van de data, maar ook bij het implementeren van best practices en tools.

Privacy en gegevensbescherming

Het verzamelen van data brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. In een tijdperk waarin privacy en gegevensbescherming centraal staan, moeten groothandels ervoor zorgen dat ze voldoen aan regelgeving zoals de GDPR. Dit betekent dat ze transparant moeten zijn over hoe ze data verzamelen, opslaan en gebruiken, en ervoor moeten zorgen dat de gegevens van hun klanten en partners te allen tijde beschermd blijven.

