



Kassa's in kaart

Leveranciersonderzoek naar POS-oplossingen
voor detaillisten in Nederland

Eindrapportage

In opdracht van:

Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Project:

2008.087

Publicatienummer:

2008.087-0909

Datum:

Utrecht, 15 juli 2009

Auteurs:

drs. Hugo Gillebaard

drs. Marijn Plomp

Glenn van Rijn BSc

ir. ing. Jurgen Verweijen

Inhoudsopgave

1	INLEIDING	5
1.1	AANLEIDING	5
1.2	DOELSTELLING.....	6
1.3	LEESWIJZER.....	7
2	VERLOOP VAN HET ONDERZOEK	9
2.1	INLEIDING.....	9
2.2	STAP 1: AANPASSEN VRAGENLIJST EN GBNED-PORTAL	9
2.3	STAP 2: REKRUTEREN LEVERANCIERS	9
2.4	STAP 3: UITVOERING VRAGENLIJSTVELDWERK	11
2.5	STAP 4: LEVERANCIERSBEZOEK EN GEGEVENSVALIDATIE	12
2.6	CONCLUSIE	13
3	UITKOMSTEN ONDERZOEK	14
3.1	INLEIDING.....	14
3.2	RESPONS ONDERZOEK	14
3.3	TOELICHTING DELIVERABLES	15
3.4	CONCLUSIE	17
4	AANDACHTSPUNTEN EN AANBEVELINGEN	19
4.1	INLEIDING.....	19
4.2	AANDACHTSPUNTEN DATA ONDERZOEK	19
4.3	AANBEVELINGEN ONTWERP PORTAL KASSAKIEZER.NL	20
4.4	SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK	22
	LITERATUUR	23
	BIJLAGE 1: HERINNERINGSBRIEF	24
	BIJLAGE 2: BRANCHEOVERZICHT TOTAALTELLINGEN	25
	BIJLAGE 3: PAKKETCOMBINATIES	27
	BIJLAGE 4: OVERZICHT BEDRIJFSBEZOEKEN	28

1 Inleiding

In dit eerste hoofdstuk beschrijven we de aanleiding voor en doelstelling van het onderzoek waar deze eindrapportage toe behoort. Tot besluit geven we een korte leeswijzer voor de rest van dit rapport.

1.1 Aanleiding

Het onderzoek “kassa’s in kaart” moet leiden tot vulling voor de portal ‘kassakiezer.nl’. Het is voorafgegaan door een pilotonderzoek, maar maakt ook deel uit van een groter geheel. Daarom beginnen we bij het programma o3d2009.

o3d2009

Het programma o3d2009 is een technologiestimuleringsproject van het HBD (Hoofdbedrijf-schap Detailhandel) en het HBA (Hoofdbedrijfschap Ambachten), medegeïnitieerd door MKB-Nederland en het ministerie van Economische Zaken. Het doel van het project is professionalisering van de sector door het ICT-gebruik in de detailhandel en ambachten te intensiveren. Tijdens de looptijd van het programma zijn brancheorganisaties uitgenodigd projectvoorstellen in te dienen die aansluiten bij de speerpunten van o3d2009:

- ketendigitalisering & winkelautomatisering (ICT inzetten om de goederen, informatie- en geldstromen binnen en tussen opeenvolgende schakels in de keten te managen);
- sturen op cijfers (ICT inzetten om MKB-ondernemers te voorzien van de juiste stuurinformatie met behulp van bijvoorbeeld: marktcijfers, kengetallen, en bedrijfsrapportages) en
- klantcommunicatie (ICT inzetten voor bedrijfsactiviteiten die van belang zijn voor direct contact met (potentiële) klanten).

Naast de mogelijkheid tot het indienen van voorstellen heeft het HBD parallel diverse overkoepelende activiteiten opgestart die aansluiten bij bovenstaande indeling. Het deelproject ‘Kassa’s in kaart’ valt binnen de eerste categorie, namelijk ‘ketendigitalisering & winkelautomatisering’.

Ketendigitalisering – Point of Sale

In een eerdere studie naar de innovatiepositie van de Nederlandse detailhandel (Batenburg, Segers, Plomp & Bouwman, 2007) heeft Dialogic geconstateerd dat ketendigitalisering in slechts een beperkt aantal detailhandelsbranches wordt geïnitieerd en geïmplementeerd. Eén van de oorzaken hiervoor vormen de lage ICT-bewustwording en ICT-vaardigheden van detaillisten. Het bezit van een afrekenstelsel (‘kassa’) wordt door vrijwel iedere detaillist beschouwd als onmisbare technologie. Maar in veel gevallen wordt daarbij niet gedacht aan de vele andere functionaliteiten waarmee een dergelijk afrekenstelsel kan worden uitgebreid. Dergelijke geavanceerdere afrekenstelsels worden ook wel Point of Sale- of POS-systemen genoemd, de term die wij vanaf nu ook zullen hanteren. Door middel van gekoppelde scan- en betaalapparatuur kunnen voorraadbeheer en de financiële administratie met behulp van een POS-systeem aanzienlijk worden

vergemakkelijkt en versneld. Maar ook bij het (elektronisch) bestellen bij en samenwerken met leveranciers en groothandels vallen grote voordelen te behalen. Een belangrijke voorwaarde daarbij is dat de detaillist de juiste POS-oplossing weet te selecteren, waarbij naast de specifieke kenmerken van de eigen bedrijfsvoering ook de wensen van de ketenpartners meewegen. Dit keuze- en afstemmingproces tussen ICT en organisatie(s) is een kernprobleem voor elk bedrijf; zelfs multinationals hebben de problematiek van business/IT-alignment hoog op de strategische agenda staan.

Pilotonderzoek

Tijdens het project 'Pilotfase vergelijking POS-leveranciers voor een drietal detailhandels-branches' in de periode najaar 2007 - voorjaar 2008 zijn van 19 leveranciers hun POS-systeem voor de kappersbranche, de mode-, schoenen- en sportwinkels en/of de meubel- en woonwinkels volledig in kaart gebracht. Alle 19 leveranciers hebben een uitgebreide vragenlijst ingevuld die op meer dan 800 functionaliteiten betrekking had. Daarnaast zijn zij persoonlijk bezocht om ter plaatse hun pakket op een aantal van die functionaliteiten te laten testen. Op basis van dit succesvol verlopen pilotonderzoek is besloten tot een vervolg.

Portal kassakiezer.nl

Het vervolgonderzoek is groter van opzet en behelst alle leveranciers van POS-systemen voor de Nederlandse detailhandel. Op basis van de lessen uit de pilot is de vragenlijst verbeterd en de te volgen procedure aangescherpt. Op 3 oktober 2008 is door het HBD (in samenwerking met de Belastingdienst, GBNED en Dialogic) een bijeenkomst georganiseerd waarin alle POS-leveranciers voor detaillisten in Nederland zijn uitgenodigd om deel te nemen aan dit detailhandelsbrede leveranciersonderzoek. Tijdens deze bijeenkomst zijn de resultaten van het pilotonderzoek gepresenteerd, en tevens de geplande keuzeportal voor detaillisten die zich oriënteren op een POS-systeem (werknaam: www.kassakiezer.nl). Dit portaal gaat detaillisten direct ondersteunen bij de keuze van een POS-systeem. In de toekomst kan een detaillist hier op basis van enkele vragen een selectie opvragen van de voor zijn situatie geschikte POS-systemen.

Om het te bouwen portaal van input te voorzien heeft Dialogic in opdracht van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en in samenwerking met bureau GBNED een onderzoek uitgevoerd naar POS-oplossingen voor de Nederlandse detailhandel. Dit onderzoek beoogt een zo volledig mogelijk beeld te geven van het aanbod van kassasoftware voor MKB-detaillisten.

1.2 Doelstelling

De hoofddoelstelling van het onderzoek is bij de start ervan als volgt geformuleerd:

"Het uitvoeren van een zo breed mogelijk onderzoek onder softwareleveranciers voor de detailhandel in Nederland, waarbij de functionaliteiten van hun POS-systeem uitgebreid in kaart worden gebracht door een digitale dan wel papieren vragenlijst, een aanvullend bezoek aan de leverancier wordt gebracht, en al deze gegevens op een betrouwbare en efficiënte wijze input vormen voor een beslissingsondersteunende portal voor detaillisten die de aanschaf van een POS-systeem (her)overwegen."

1.3 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt de gevolgde aanpak beschreven om alle POS-pakketten in kaart te brengen. Daarna worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Opmerkingen en aanbevelingen worden uitgewerkt in het afsluitende hoofdstuk.

2 Verloop van het onderzoek

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk bevat een beknopt verslag van de vele activiteiten die hebben plaatsgevonden binnen het onderzoek 'Kassa's in Kaart' gedurende de periode september 2008 tot en met juli 2009. Gedurende 11 maanden heeft een team van vijf onderzoekers van Dialogic in samenwerking met Gerard Bottemanne van GBNED de markt voor POS-oplossingen voor Nederlandse detaillisten zo goed als mogelijk in kaart gebracht. Om de activiteiten enigszins gestructureerd te beschrijven, maken we gebruik van de indeling in vier stappen uit de offerte.

2.2 Stap 1: Aanpassen vragenlijst en GBNED-portal

De eerste stap in het onderzoek was het verbeteren van de functionaliteitsvragenlijst op basis van de ervaringen uit het pilotonderzoek. Deze vragenlijst was met het bevragen van ruim 800 potentiële functionaliteiten van een POS-systeem zeer omvangrijk (hetgeen uit het oogpunt van een zo betrouwbaar mogelijke assessment een pluspunt is), maar kon qua structuur, indeling en item-/functionaliteitsbeschrijving op een aantal punten worden verbeterd en gestroomlijnd.

Naast aanpassingen in de vragenlijst, is ook de te volgen procedure verder aangescherpt ten opzichte van het pilotonderzoek. Veel zaken – e-mails, telefoongesprekken – zijn gestandaardiseerd en zo veel mogelijk in 'massaproductie' behandeld.

Veel aandacht is besteed aan de koppeling tussen de database van softwarepakketten.nl en de te genereren vragenlijsten en bezoekprotocollen. Hiertoe zijn door Dialogic diverse tools ontwikkeld, bijvoorbeeld om vrijwel automatisch op maat gemaakte vragenlijsten en bezoekprotocollen op te stellen. Hierdoor werden alle beschikbare gegevens automatisch verwerkt om te voorkomen dat de softwareleverancier bepaalde vragen dubbel moest invullen.

Ten slotte is om de communicatie binnen Dialogic en tussen Dialogic en GBNED te stroomlijnen 'Toolcentral' gebouwd. Naast het managen van het contact met de leveranciers kon hiermee nauwlettend gemonitord worden in welke fase iedere leverancier verkeerde. De actuele stand van zaken van het veldwerk was ook te bekijken via www.dialogiconderzoek.nl/toolcentral/ (password: point-of-sale). Door deze tool kon elk lid van het projectteam én de opdrachtgever op elk moment de administratie van het veldwerk inzien en bijwerken. Met name het probleem dat GBNED en Dialogici vanaf verschillende locaties en in verschillende administraties operen was hiermee opgelost.

2.3 Stap 2: Rekruteren leveranciers

Vanaf de kickoff-bijeenkomst op 3 oktober 2008 is gestart met het rekruteren van leveranciers. Medewerking van leveranciers was immers de belangrijkste voorwaarde voor het slagen van het onderzoek en daarmee de haalbaarheid van kassakiezer.nl. Op 3 oktober zijn meteen al intakeformulieren (zie verderop) onder de aanwezige leveranciers uitgedeeld, maar vooral daarna zijn talloze acties opgezet om een zo hoog mogelijke respons te bevorderen.

Alle leveranciers zijn periodiek nagebeld, en het centrale e-mailadres pos@dialogic.nl wordt ingezet om vanuit Dialogic met alle leveranciers snel en via één adres/loket te communiceren. Al snel werden veel specifieke afspraken met leveranciers gemaakt, maar toch zullen we hieronder enkele algemene acties uitlichten. We noemen achtereenvolgens: een aantal schriftelijke offensieven, waarvan in het bijzonder de herinneringsbrief in maart, de onverwacht arbeidsintensief gebleken herbenadering van de pilotleveranciers, de focus op marktleders en een belactie voor concrete afspraken.

In het Digitaal Journaal van het HBD is regelmatig aandacht geschonken aan het onderzoek en de ontwikkeling van het portal. Nummer 6 (november 2008) stond zelfs volledig in het teken hiervan. Ook in de maandelijkse nieuwsbrief van GBNED is veelvuldig aandacht besteed aan het onderzoek, onder de noemer "geen pakket mag ontbreken". GBNED heeft in de vorm van een conceptartikel voor Retail Trends (coproductie met Marijn Plomp) met daarin een overzicht van de tot dan toe deelnemende leveranciers ook nog voor extra 'dwang' weten te zorgen.

In nauwe samenwerking met het HBD (o.a. Joyce Siao), GBNED en de Belastingdienst is er op 25 maart 2009 een herinneringsbrief verstuurd aan drie groepen:

- Groep 1 – Intake nog niet teruggestuurd (n=58);
- Groep 2 – Vragenlijst nog niet teruggestuurd (n=38), echter exclusief;
- Groep 3 – Pilot-leverancier die nog aanvullende vragenlijst heeft open staan (n=9).

Naast de door de directeur van het HBD ondertekende brief (zie bijlage 1), bevatte de mailing een folder van de Belastingdienst en enkele screenshots van het te ontwikkelen portal kassakiezer.nl. Ook werd een lijst toegevoegd met de reeds deelnemende leveranciers.

Destijds heeft (vrijwel zeker naar aanleiding van de brief) ongeveer een tiental leveranciers zich gemeld via een intakeformulier. Hierbij zaten ook enkele nieuwkomers (o.a. Cow Hills) die we op voorhand nog niet in beeld hadden maar die via concullega's de brief doorgestuurd hadden gekregen. Eveneens hebben we nog enkele vragenlijsten opnieuw nagezonden naar leveranciers die zich hadden gemeld naar aanleiding van de brief.

Een bijzondere vermelding is op zijn plaats voor de pilot-leveranciers – zij die al aan het eerdere onderzoek (Batenburg, Plomp & Verweijen, 2008) deelnamen. Daar de vragenlijst enigszins is aangepast en de opzet van het onderzoek licht gewijzigd (i.e. tijdens de pilot deden leveranciers in principe mee met één pakket voor één branche), was het noodzakelijk de door hen verstrekte gegevens aan te vullen. Dit leek in eerste instantie slechts een formaliteit, maar bleek in de praktijk een stuk lastiger te realiseren. De verwachting was dat deelnemers uit deze groep gemakkelijk bereid waren om mee te werken. Zij hadden immers al eerder de lange vragenlijst ingevuld en waren bereid geweest een onderzoeker te ontvangen voor een bedrijfsbezoek. Respons van deze groep pilot-leveranciers kwam echter maar moeilijk op gang. Dit heeft wellicht te maken met het feit dat het hier alsnog om een 'tweetrapsraket' ging. In eerste instanties werden de pilot-leveranciers per e-mail herbenaderd met de vragen: (i) levert u nog andere pakketten waarmee u aan het onderzoek wilt deelnemen, (ii) voor welke branche(s) is uw pakket/zijn uw pakketten geschikt en (iii) kunt u ons de handleiding(en) van dit pakket/deze pakketten doen toekomen? Op basis van deze gegevens (m.n. branches en pakketten) werden hen dan vervolgens de aanvullende vragen toegemailed. Er zijn talloze herinneringen per e-mail en telefoon voorafgegaan aan een uiteindelijke respons van 18 uit de 19. Een aanzienlijke inspanning voor iets dat aanvankelijk als 'quick win' werd gezien.

Er is voorrang gegeven aan de leveranciers die als marktleider te beschouwen zijn. Dit naar aanleiding van een lijst van 39 POS-leveranciers die door het HBD is opgesteld. Hoewel het algemene doel bleef om zo veel mogelijk leveranciers in kaart te brengen, is vanaf dat moment in het project ook het specifieke doel geweest alle marktleiders te werven. Aan de marktleiders is dan ook extra wervingsaandacht besteed, hetgeen uiteraard nog geen garantie was dat ze ook allemaal zouden meewerken.

Tegen het eind van de veldwerkperiode hebben we om extra leveranciers over de streep te trekken de meeste leveranciers van wie we een intakeformulier hadden ontvangen nagebeld om een afspraak met ze te plannen voor zowel het aanleveren van de vragenlijst alsmede het bedrijfsbezoek. Hierbij is voorrang gegeven aan de leveranciers die tot de marktleiders werden gerekend. Deze actie is ondernomen op basis van de – naar later bleek terechte – assumptie dat de concrete afspraak voor een bedrijfsbezoek leveranciers zou prikkelen om de vragenlijst daadwerkelijk in te vullen. Door deze actie kwam er nog een groot aantal vragenlijsten binnen in de maand mei.

2.4 Stap 3: Uitvoering vragenlijstveldwerk

Voordat een vragenlijst uitgestuurd kon worden, was een zogenaamd ‘intakeformulier’ vereist. Dit formulier is een soort intentieverklaring dat de leverancier bereid is aan het onderzoek deel te nemen en daarnaast een manier om (actuele) contactgegevens te verkrijgen. De belangrijkste informatie die erop moet worden ingevuld is echter voor welke branches het pakket (volgens de leverancier) geschikt is. Op basis van die gegevens kan een vragenlijst ‘op maat’ gemaakt worden, namelijk met alleen branchespecifieke vragen voor branches waar het pakket betrekking op heeft.

Elke ‘nieuwe’ leverancier (na degenen die zich op 3 oktober hadden aangemeld) is voor het veldonderzoek in eerste instantie per e-mail benaderd. Vervolgens werd nagebeld totdat het intakeformulier volledig is ingevuld en duidelijk is welk pakket of welke pakketten onderwerp worden van één of meerdere functionaliteitsvragenlijsten die vervolgens per mail in Word werden toegestuurd.

Voor de aanmaak van de functionaliteitsvragenlijst is de onder stap 1 genoemde tool gebruikt. Zo krijgen leveranciers niet alleen een zo kort mogelijke lijst, ook zijn eventueel al bekende gegevens reeds ingevuld. De geretourneerde ingevulde lijst is door Dialogic/GBNED gecontroleerd en in de database van softwarepakketten.nl ingevoerd. Door een tool die deze database op elk gewenst moment met een kopie-database te Dialogic kan synchroniseren, staan steeds de meest recente gegevens in de database. Met behulp van deze tool konden ook de te testen functionaliteiten en andere leveranciersdata uit de database van softwarepakketten.nl gehaald en in een bezoekprotocol verwerkt worden. Voordat een leverancier werd bezocht, is de vragenlijst nog één keer doorgelopen op eventuele onduidelijkheden of ‘lege plekken’.

Leveranciers zijn bij het uitblijven van een ingevulde vragenlijst herhaaldelijk gerappelleerd per mail en telefoon, zoals beschreven onder stap 2.

2.5 Stap 4: Leveranciersbezoek en gegevensvalidatie

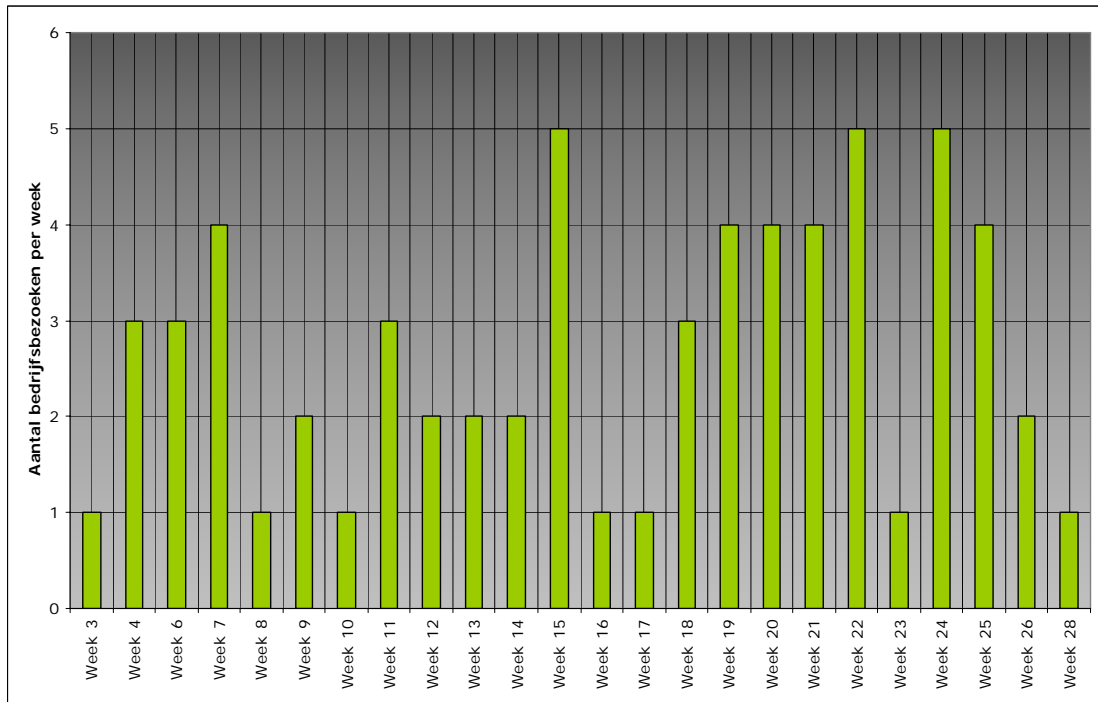
Het bedrijfsbezoek werd door vele leveranciers gewaardeerd. Dat blijkt ook uit de gemiddelde tijd van 3 à 4 uur dat een bedrijfsbezoek heeft geduurd. In vele gevallen was het bedrijfsbezoek met een salesmanager of de directeur zelf. Tijdens het bedrijfsbezoek werd stilgestaan bij de kassakiezer, is gevraagd naar eventuele onduidelijkheden in de vragenlijst en is het bezoekprotocol doorlopen. Het protocol bevatte vier onderdelen. Gestart werd met een aantal algemene vragen over het pakket, zoals wat is het aantal klanten en welke branches bedient het pakket op dit moment? Daarnaast werd gevraagd naar volgens de klant onderscheidende voordelen van het pakket. Hier kon de leverancier aangeven waarin zijn pakket zich onderscheidt van de concurrentie. Daarnaast werd ook gevraagd naar beperkingen waar ondernemers (nog) op stuiten bij gebruik van het pakket. Daarna werd stilgestaan bij het prijsvoorbeeld voor één winkel met één kassapunt. Ook hier was uitgebreid de ruimte voor het toelichten van het prijsmodel. Bijna alle partijen hebben hier prijsinformatie gegeven. Alleen enkele POS-leveranciers voor grote partijen wilden of konden geen informatie prijsgeven.

Het belangrijkste deel van het bedrijfsbezoek stond echter in het teken van een demonstratie van het POS-pakket door de leverancier. Hier werd hij geleid door de onderzoeker met een selectie van functionaliteiten uit de vragenlijst. Deze 'steekproefsgewijze selectie' bestond uit drie onderdelen: algemeen (rond de 60 items), branchespecifiek (afhankelijk van het aantal ondersteunde branches) en functionaliteiten op het gebied van ketendigitalisering (20 items). Dat elk bezoekprotocol toch uniek was, had te maken met de wijze waarop leveranciers de vragenlijst hadden ingevuld. Alleen branchespecifieke items van ondersteunde branches werden meegenomen. Daarnaast werden (voor alledrie de categorieën) alleen die items uitgevraagd waarop 'aanwezig' was geantwoord (dat wil zeggen: standaard aanwezig, deels, optioneel of via ander pakket). Een functionaliteit die niet aanwezig is kan en hoeft immers niet gedemonstreerd te worden.

Aan het einde van het bezoek werden eventuele vervolgafspraken gemaakt, in ieder geval met betrekking tot het accorderen van het bezoekverslag.

Alle bezoeken zijn afgerond met een bezoekverslag, waarin gedetailleerd is vastgelegd of de functionaliteiten inderdaad aanwezig zijn in het bezichtigde pakket. Wanneer de waardering van een functionaliteit veranderde, is dit door ons gecommuniceerd naar de leveranciers in het bezoekverslag. Nadat het bezoekverslag is geaccordeerd zijn deze wijzigingen ook doorgevoerd op www.softwarepakketten.nl.

De bezoeken vonden met wisselende frequentie plaats, afhankelijk van de agenda's van de leveranciers en met duidelijke oplevingen na weer een nieuwe wervingsactie zoals omschreven onder stap 2. In sommige gevallen liep de frequentie zelfs op tot vijf leveranciers per week zoals valt af te leiden uit Figuur 1.



Figuur 1: Aantal bedrijfsbezoeken per week

2.6 Conclusie

Het gehele onderzoeksproces overziend kunnen we stellen dat we in het algemeen conform offerte hebben gehandeld. De tijdsbesteding voor de eerste twee activiteiten, namelijk het bijstellen van de vragenlijst en optimaliseren van de workflow en het rekruteren van leveranciers hebben beduidend meer tijd geveerd dan vooraf verwacht.

Ondanks dat dit onderzoek voorafgegaan is door een pilotonderzoek en we dus de mogelijkheid hebben gekregen de onderzoeksmethode te optimaliseren, zijn we ook gedurende dit traject weer op een aantal aspecten gestuit dat voor verbetering vatbaar is. In het laatste hoofdstuk vragen wij aandacht voor deze kwesties en geven ook aanbevelingen voor de toekomst. In het volgende hoofdstuk gaan we echter eerst in op wat nu precies de resultaten zijn van de hier beschreven inspanningen.

3 Uitkomsten onderzoek

3.1 Inleiding

Binnen dit hoofdstuk worden de uitkomsten van het onderzoek Kassa's in kaart gepresenteerd. Allereerst zal de respons van het onderzoek worden besproken. Vervolgens worden beknopt de 'deliverables' afzonderlijk toegelicht. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie.

3.2 Respons onderzoek

In de tabel hieronder wordt uiteengezet welke aantallen behaald zijn per deelactiviteit van dit onderzoek uitgesplitst naar doelgroep. Onderstaand beeld is waargenomen aan het einde van het onderzoek d.d. 15 juli 2009.

Tabel 1: Beschikbare deliverables Kassa's in Kaart d.d. 15 juli 2009

	N	Intake Binnen	Manual binnen	Vragenlijst Binnen	Bezocht	Verslag geaccordeerd
1. Kassa-in-kaart zonder formulier	9	6	2	4	4	2
2. Pilot geselecteerd en meegedaan	19	19	8	18	19	19
3. Pilot niet geselecteerd	20	8	0	7	7	4
4. Kassa-in-kaart met formulier	26	26	5	25	25	23
5. Overig	74	50	5	33	27	18
Totaal	148	109	20	87	82	79

Uit de tabel valt af te leiden dat er in totaal 148 softwareleveranciers zijn geïdentificeerd als door ons beschouwde relevante populatie van de in Nederland actieve softwareleveranciers die een POS-oplossing bieden aan de detailhandel. In totaal hebben 109 POS-leveranciers hun interesse in deelname aan het onderzoek toegezegd door het retourneren van een intakeformulier/branchetabel. Al deze leveranciers hebben een vragenlijst op maat ontvangen voor hun specifieke pakket(ten). Ongeveer 59% van de totale door ons geïdentificeerde populatie (n=148), namelijk 87 leveranciers (samen goed voor 96

softwarepakketten!), hebben hun vragenlijst compleet ingevuld en aangeleverd. Inmiddels zijn er 82 bedrijfsbezoeken afgelegd en hiervan zijn 79 bezoekverslagen geaccordeerd.

Per leverancier waarvan wij een intakeformulier hebben ontvangen is de status per 15 juli 2009 te herleiden in de tabel die is opgenomen in Bijlage 2a. In de daarop volgende Bijlage 2b is tevens het marktleideroverzicht opgenomen welke door het HBD in een eerder stadium zijn geselecteerd. Hiervan (n=38) heeft uiteindelijk ongeveer tweederde (n=25) meegewerkt aan het voorliggende onderzoek.

3.3 Toelichting deliverables

Intakeformulieren en brancheoverzicht

Op bijgesloten DVD zijn 109 intakeformulieren opgenomen. De nummering die wordt toegekend in de bestandsnaam is op basis van moment van verwerken door Dialogic. Deze formulieren zijn doorgaans naar Dialogic gefaxt dan wel ingescand en per e-mail aangeleverd op het centrale e-mailadres POS@dialogic.nl. Een ander deel van de intakeformulieren hebben wij ontvangen via GBNEED. De formaten in de map zijn afwijkend (PDF, MS-Word, JPG) aangezien we indien beschikbaar de originele formulieren hebben opgenomen. Ook de intakeformulieren van de pilotleveranciers zijn aangevuld.

Op basis van de intakeformulieren is een brancheoverzicht (zie Bijlage 3a en 3b) opgesteld. Hieronder worden de acht hoofdcategorieën besproken:

Tabel 2: Aantal pakketten per hoofdcategorie

Branchenaam	Aantal pakketten
Winkels in levensmiddelen	62
Kleding- en textielzaken	70
Winkels in vrije tijd en educatie	77
Woonzaken	52
Winkels in huishoudelijke artikelen	45
Winkels in consumentenelektronica	59
Doe-het-zelf-zaken	59
Winkels in persoonlijke verzorging	55

Inzoomend op het achterliggende bestand toont het 'brancheoverzicht' ons waar eventuele witte vlekken zitten. Tegelijkertijd stelt dit overzicht ons in staat om te kijken of er sprake is van een generiek dan wel branchespecifiek pakket.

Dit bestand is ook gebruikt ter vergelijking van onze data versus alle POS-pakketten die beschikbaar zijn op Softwarepakketten.nl. In de database van Softwarepakketten staan hoofdbanches (bv "Winkels in levensmiddelen" met daaronder o.a. groentezaken, slagerijen, poeliers, etc) als aparte branche opgenomen. Bij sommige pakketten is deze hoofdbanche aangevinkt, maar de subbranches niet. Dit behoeft aandacht bij het ontwerp

van de kassakiezer.nl. In de branchetabel is met roze vinkjes aangegeven waar dit het geval is. Verder lijken een aantal branchetabellen niet goed overgenomen te zijn in de database. Dit is met blauwe vinkjes aangegeven. Daarnaast is er in dezelfde map 'brancheoverzicht' een bestand opgenomen met POS-pakketten die onderdeel uitmaken van de database van Softwarepakketten.nl, maar niet een resultaat zijn van het onderzoek Kassa's in Kaart.

Ontvangen vragenlijsten

Op bijgesloten DVD zijn alle ontvangen vragenlijsten per softwarepakket opgenomen. Ook hier wordt dezelfde nummering gebruikt als bij de intakeformulieren. Een klein deel was rechtstreeks ingevuld op Softwarepakketten.nl. Hiervan hebben wij eveneens een export gemaakt (zie deelmap 'Online ingevulde vragenlijsten'). Net als bij de intakeformulieren hebben we hier de originele en ongecorrigeerde vragenlijsten opgenomen.

Gecorrigeerde bezoekverslagen

Alle 82 opgestelde bezoekverslagen zijn opgenomen op bijgesloten DVD. In bijna alle gevallen gaat het om de versie welke bij de desbetreffende softwareleverancier geaccordeerd is en indien noodzakelijk is gecorrigeerd door Dialogic. Een drietal bezoekverslagen staat momenteel nog uit ter controle bij de desbetreffende leverancier (Orbak, Toshiba TEC en ACA Retail).

Handleidingen

Op dit moment hebben wij 20 handleidingen in ons bezit, grotendeels digitaal en een paar hardcopy exemplaren. Daarbij dient opgemerkt te worden dat dit 20 handleidingen zijn van leveranciers die eveneens hun vragenlijst ingezonden hebben. Hoewel de vraag naar een pakkethandleiding een standaard onderdeel is van de procedure 'vragenlijst per mail verzenden van Dialogic naar softwareleverancier' merkten we in de praktijk dat leveranciers sceptisch zijn in het verstrekken hiervan omdat ze bang zijn dat er bedrijfsgevoelige informatie op straat komt te liggen. We hebben formeel geen toestemming van de leveranciers om de beschikbare handleidingen op te nemen op Kassakiezer.nl.

Database toolcentral

Op de bijgeleverde DVD is eveneens de achterliggende database (*.mdb) van Toolcentral opgenomen. Hieruit kunnen de contactgegevens en gemaakte afspraken worden herleid.

Aanwijzing per functionaliteit

Tijdens het veldonderzoek is in een aantal gevallen gebleken dat bepaalde functionaliteiten zich minder goed lenen voor een onderlinge vergelijking van softwarepakketten. Bij deze bezoeken zijn we in staat geweest de functionaliteiten uit het bezoekersprotocol te controleren. Van deze items weten we dus beter wat er in de markt leeft en hoe deze op verschillende manieren geïmplementeerd zijn. Zo is bij een aantal items gebleken dat deze niet (langer) relevant zijn, onjuist of evident. Van deze items is aangegeven dat deze beter niet gebruikt kunnen worden. De voorwaarden waar we op getest hebben, zijn vastgelegd in de tabel 'Toelichting Items protocol'. Het is aan te raden voor de kassakiezer zoveel mogelijk deze items (uit het protocol dus) te gebruiken omdat deze antwoorden zoveel

mogelijk op gelijke wijze beoordeeld zijn, waar de overige items geheel naar inzicht van de softwareleverancier ingevuld zijn.

3.4 Conclusie

In de afgelopen 11 maanden is er veel inspanning geleverd om bovenstaande resultaten te bereiken. Het responspercentage van dit onderzoek is in vergelijking met een reguliere enquête bijzonder hoog. Afgezien van de onderzoeksdata en deliverables behandeld in dit hoofdstuk zijn er ook een tweetal belangrijke neveneffecten te verwachten zijn. Hoewel moeilijk kwantificeerbaar draagt dit onderzoek positief bij aan de concurrentie binnen de POS-markt. Daarnaast hebben we regelmatig vernomen dat de vragenlijst inspirerend heeft gewerkt voor softwareleveranciers met soms zelf (plannen tot) een productverbetering tot gevolg.

4 Aandachtspunten en aanbevelingen

4.1 Inleiding

Bijna alle gesproken leveranciers ondersteunen het initiatief van het HBD tot het maken van de portal Kassakiezer. Sommige leveranciers plaatsen kanttekeningen bij de gekozen route en opzet van het onderzoek. Daarnaast hebben een aantal leveranciers gedurende de bedrijfsbezoeken aanbevelingen gedaan over hoe zij de portal in de toekomst graag zien en welke informatie het moet bevatten om een succes te worden. Dit hoofdstuk vormt met deze opmerkingen de spreekbuis van de leverancier. Hun aandachtspunten worden aangevuld met onze eigen waarnemingen en aanbevelingen die wij ontleen aan de contactmomenten met de leveranciers en de opdrachtgever.

4.2 Aandachtspunten data onderzoek

Afbakening onderzoekseenheid

Gedurende het onderzoek is er een verbreding aangebracht ten aanzien van het 'object van onderzoek'. Zoals de ondertitel van dit onderzoek doet vermoeden staan POS oplossingen centraal. Hierbij gaat het primair om een intelligent afrekenpunt. Tegelijkertijd bevatte de vragenlijst functionaliteiten die de detaillist in staat stellen om 'retailmanagement' te organiseren. Hoewel er in de communicatie met leveranciers is aangegeven dat het niet zuiver en alleen gaat om de afrekenfunctionaliteit, maar ook (indien aanwezig) om achterliggende backoffice functionaliteiten, hebben de leveranciers de vragenlijst ingevuld op basis van hun eigen definitie van wat tot een POS-pakket behoort.

Een aantal leveranciers is daarbij uitgegaan van de afrekenapplicatie als basis met backoffice functionaliteiten als optioneel of via een ander softwarepakket. Andere leveranciers zijn uitgegaan van een totaaloplossing, namelijk de combinatie van afrekenen en backoffice. Een laatste groep heeft alleen backoffice functionaliteiten als basis beschouwd en biedt de afrekenapplicatie aan tegen een meerprijs of via een ander pakket. Dit heeft consequenties bij de vergelijking van pakketten op basis van prijsmodel en mogelijkheden (zie eveneens bijlage 4).

Aanwezigheid functionaliteiten

Tijdens de bedrijfsbezoeken was er regelmatig discussie rondom de aanwezigheid van functionaliteiten. Dit kan deels worden verklaard door bovenstaande POS definitiekwestie waarbij de leverancier een deelpakket dan wel de combinatie van pakketten ging toelichten. Bij het bedrijfsbezoek is dezelfde 'pakketbril' gehanteerd die de leverancier had gebruikt tijdens het invullen van de vragenlijst. Hoewel de indeling 'standaard, deels, meerprijs, ander pakket, afwezig' goed bruikbaar bleek te zijn voor het scoren van functionaliteiten, ontstond er soms discussie of het softwarepakket in kwestie rechtstreeks (bijvoorbeeld via een knop) dan wel via een andere (indirecte) manier (bijvoorbeeld dankzij 'workarounds' als een waardebon als artikel of aanvullend programmeerwerk) een oplossing kon bieden. Bij het opstellen van de bezoekverslagen is de beoordeling van de onderzoeker leidend geweest.

Vragenlijst

De vragenlijst werd door vrijwel alle leveranciers als lang beoordeeld. Zodra een leverancier een oplossing biedt voor meerdere branches dan werden zij geconfronteerd met een vragenlijst die rond de honderd pagina's besloeg. Eveneens wanneer een leverancier meerdere POS-pakketten aanbiedt kon de belasting flink oplopen. In aantal gevallen heeft dit geleid tot leveranciers die niet bereid waren om een dergelijke tijdsinvestering te plegen. Bij een aantal andere vragenlijsten heeft de lengte vermoedelijk gezorgd voor een bepaalde 'non chalance' bij de invuller. Afgezien van het verzoek tot het drastisch inkorten had een aantal leveranciers liever een online vragenlijst ingevuld in plaats van het huidige XML document.

Bij het inleveren van de vragenlijsten maakten enkele leveranciers de opmerking dat ze graag nader in wilden gaan op enkele functionaliteiten uit de vragenlijst in verband met onduidelijke vraagstelling dan wel afwezigheid van definities van de begrippen. Tijdens de bezoeken is hierop een nadere toelichting verzorgd. Desondanks is de kans reëel aanwezig dat er verschillen zijn in de wijze van interpretatie van de vragenlijst en gebruikte begrippen. Mogelijk hebben leveranciers bij het invullen van de vragenlijst items anders beoordeeld dan dat de onderzoekers voor ogen hadden. Daarnaast zijn inter- en intra beoordelaarsverschillen aannemelijk bij een dergelijke grootschalige inventarisatie. Om dit te voorkomen is er binnen Dialogic regelmatig afstemming geweest tussen de beoordelaars onderling en GBNED. Ook de gebruiker zou in de praktijk een andere voorstelling kunnen hebben bij de beschreven functionaliteiten. Het blijft dus raadzaam om een duidelijke toelichting te geven op de onderzoeksdata.

Aggregatie van data

Dialogic wil benadrukken dat de aggregatiestap zeer accuraat dient te gebeuren en dat selectief omgegaan dient te worden met de gekozen items. Bij aggregatie dient, per item(!), heel goed nagegaan te worden wanneer een S, D, O of A ingevuld is mits het gaat om de zaken uit het bezoeksprotocol. De betekenis achter deze code kan immers per item verschillen. Bij het opstellen van de beslisregels kunnen de verslagen worden geraadpleegd, alsmede de toelichting per item (zie map op DVD). Daarnaast adviseren we om ook het functionele ontwerp te raadplegen welke is opgenomen in de eerder uitgebrachte rapportage 'Een selectietool voor POS-oplossingen - Functioneel ontwerp' (Batenburg, Huiden, Plomp & Verweijen, 2008).

4.3 Aanbevelingen ontwerp portal Kassakiezer.nl

Gebruiksvriendelijk en begrijpelijk

Wat betreft de Kassakiezer zelf heeft een groot aantal leveranciers aangegeven dat het belangrijk is dat men met de portal aansluit bij het ICT-kennisniveau van de gebruiker, de 'gemiddelde' detaillist. Naast duidelijke detaillisten taal zou een heldere taxonomie kunnen helpen bij het classificeren van de functionaliteiten. Bij de selectie van pakketten moet het voor de detaillist duidelijk zijn wat de functionaliteiten inhouden en wat hij/zij ermee kan. Aanvullend zou volgens de leveranciers een inleiding tot winkelautomatisering (voor- en nadelen; behoeftes) deel moeten uitmaken van de portal.

Selectieproces

Hoewel het een hogere betrouwbaarheid zou opleveren is het niet haalbaar om aanstaande gebruikers van Kassakiezer.nl te belasten met de selectie en/of weging van alle mogelijke (ruim 800) POS-functionaliteiten. Het HBD is momenteel bezig met het ontwikkelen van het achterliggende zoekalgoritme. De geraadpleegde leveranciers hebben diverse aanbevelingen ingebracht ten aanzien van het selectieproces. Volgens hen is het waardevol om bij het zoekproces een selectie te kunnen maken op basis van:

- branchespecifieke versus generieke oplossingen;
- deeloplossing versus totaaloplossing;
- filiaalondersteuning: er zijn zowel pakketten voor individuele winkeliers (incl. 'papa-mama winkels') als pakketten voor grote filiaalbedrijven opgenomen. Bij grotere filiaalbedrijven is doorgaans sprake van maatwerk (consultancy bij ontwerp en implementatie!), met name voor het backoffice gedeelte;
- mogelijkheid tot branchespecifieke koppelingen met toeleveranciers: in hoeverre ondersteunt het pakket de mogelijkheid voor digitale samenwerking in de keten (digitaal besteladvies, uitwisseling doorverkoopcijfers);
- softe criteria waaronder usability en look & feel.

Daarnaast waren de leveranciers benieuwd hoe de zoekresultaten (shortlist) binnen de Kassakiezer gesorteerd en gepresenteerd gaan worden naar de gebruiker.

Gebruikersinteractie

Naast duidelijke taal voor detaillisten en een bruikbare website zien enkele leveranciers voordelen in een beoordelingssysteem van pakketten door de gebruikers zelf. Daarnaast zou een forum ook toegevoegde waarde kunnen bieden. Dankzij dit medium is het voor eindgebruikers (de detaillisten/ondernemers) mogelijk ervaringen uit te wisselen met betrekking tot keuze, selectie en gebruik van een POS-pakket.

Betrouwbaarheid leveranciersdata

De empirie wijst uit dat 20-30% van de geverifieerde items na demonstratie moet worden bijgesteld. Aangezien er tijdens de bedrijfsbezoeken een selectie (steekproef) wordt genomen uit de totale vragenlijst bestaat de kans dat de niet-getoetste vragen een vergelijkbaar niveau van inconsistenties bevat. Veel leveranciers spraken de wens uit dat de 'demonstratieplicht' uit oogpunt voor validiteit ook dient te gelden voor latere toetreders. Tot slot stellen veel leveranciers vraagtekens bij het 'zelfcorrigerend vermogen' van hun concullega's. Externe objectieve moderatie blijft volgens hun gewenst, ook na lancering van de portal Kassakiezer.nl.

4.4 Suggesties voor vervolgonderzoek

Deze paragraaf beschrijft een aantal suggesties voor vervolgonderzoek. Deze activiteiten zouden in de nabije toekomst opgepakt kunnen worden om de Kassakiezer uit te breiden (softwareleveranciers, branches en functionaliteiten), actueel te houden en om het succes (kritische massa) te vergroten. Hieronder worden de activiteiten afzonderlijk beschreven:

1. Een jaarlijkse update per softwarepakket zorgt voor actuele gegevens. Mogelijk zijn er per pakket wijzigingen aangebracht waardoor een pakket andere functionaliteiten bevat. Hoewel het deels de verantwoordelijkheid is van de leverancier om zijn gegevens bij te houden zal een hogere respons volgen als deze periodiek geconfronteerd worden. Middels dit update-onderzoek kunnen tevens nieuwe functionaliteiten worden bevestigd. De jaarlijkse update heeft uiteraard ook betrekking op het in kaart brengen van nieuwkomers (pakketten en leveranciers).
2. Naast de huidige groep softwareleveranciers van POS-pakketten zou de Kassakiezer uitgebreid kunnen worden met webshop pakketten. Aangezien een deel van de onderzochte POS pakketten dit ondersteunen in combinatie met andere pakketten lijkt het raadzaam om deze ook op te nemen. In een aantal gevallen zou een webshop zelfs als alternatief kunnen dienen voor een kassa.
3. Een andere uitbreiding zou kunnen plaatsvinden in de richting van andere branches. Niet alle ambachten maken deel uit van de huidige inventarisatie. Daarnaast vallen ook de horecaondernemers momenteel buiten de boot. Deze groep zou ook zeker profijt kunnen hebben van Kassakiezer mits hun branchespecifieke eisen worden uitgevraagd.
4. Om te voorkomen dat de gebruiker zijn weg niet weet te vinden op Kassakiezer zou een Usability-onderzoek uitkomst kunnen bieden. In hoeverre is het zoekproces logisch voor de gebruiker? Zijn de uitkomsten bruikbaar? Is de website begrijpelijk en gebruiksvriendelijk? Al deze vragen zouden getest kunnen worden.
5. Ter promotie en ondersteuning van eindgebruikers zouden er bijeenkomsten kunnen worden georganiseerd waarin de portal Kassakiezer centraal staat. Indien wenselijk kunnen leveranciers hier ook de kans krijgen om hun toepassingen te demonstreren en vragen van gebruikers te beantwoorden.
6. Tot slot, lijkt het ons raadzaam om het daadwerkelijke gebruik en resultaat te monitoren. Deze statistieken zijn waardevol voor de opdrachtgever, de softwareleveranciers en de eindgebruikers. Inzicht in de ontwikkeling van het aantal gebruikers en softwareleveranciers, zoektermen, meest geselecteerde pakket gecombineerd met gebruikersbeoordelingen kunnen voor een interessante dynamiek zorgen. De statistieken kunnen ook gebruikt worden om achterblijvers te overtuigen van het succes van Kassakiezer.nl.

Literatuur

Batenburg, Huiden, Plomp & Verweijen, (2008). 'Een selectietool voor POS-oplossingen - Functioneel ontwerp'. Utrecht: Dialogic.

Batenburg, R.S., Plomp, M.G.A. & Verweijen, J. (2008). *Pilotfase vergelijking POS-leveranciers voor een drietal detailhandelsbranches*. Utrecht: Dialogic.

Batenburg, R.S., Segers, J., Plomp, M.G.A. & Bouwman, H. (2007). *Innovatiepositie ketendigitalisering Nederlandse detailhandel*. Utrecht: Dialogic.

Bijlage 1: Herinneringsbrief

Adis
t.a.v. mevrouw Slagter
Stationstraat 16
4001 CE Tiel

Nieuwe Parklaan 72-74 T (070) 33 85 600
Postbus 90703 F (070) 33 85 711
2509 LS Den Haag <http://www.hbd.nl>

DOORKIESNUMMER E-MAIL
(030) 215 05 87 POS@dialogic.nl

ONDERWERP
Laatste mogelijkheid deelname portal Kassakiezer.nl

BIJLAGEN
- Digitaal Journaal nr. 6 (november 2008)
- Screenshots Kassakiezer.nl
- Folder Belastingdienst: "Uw bedrijf en het afrekenstelsel"

Den Haag, 25 maart 2009

Geachte mevrouw Slagter,

Deze zomer lanceert het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) 'Kassakiezer.nl', een portal rondom 'intelligente kassasoftware' voor alle detaillisten van Nederland. Adis heeft al meegedaan aan het HBD POS-onderzoek uit 2008. Inmiddels is de vragenlijst uit dit zogenaamde 'pilot-onderzoek' definitief opgesteld en verzoeken we u nog enkele aanvullingen te doen. Volgens onze gegevens heeft u de ontbrekende vragen ontvangen, maar heeft daarop nog niet gereageerd. Hierdoor kunnen wij uw POS- (Point of Sale) systeem nog niet binnen 'Kassakiezer.nl' registreren. Deze brief is een laatste oproep tot deelname in verband met de naderende lancering.

Een belangrijk onderdeel van deze portal betreft de selectietool waar een detaillist, op basis van zijn eigen eisen en wensen, het meest geschikte POS-systeem kan selecteren. Het HBD heeft hiertoe het onderzoeksbureau Dialogic en GBNED gevraagd om de functionaliteiten van Nederlandse POS-systemen in kaart te brengen. Als bijlage bij deze brief vindt u een speciale editie van het HBD's Digitaal Journaal en de Belastingdienstfolder "Uw bedrijf en het afrekenstelsel" met meer relevante achtergrondinformatie.

Veel van uw collega-softwareleveranciers hebben intussen hun medewerking toegezegd: 88 op het moment van schrijven. Op de achterzijde van deze brief vindt u een overzicht van deze deelnemende bedrijven die het (commerciële) belang onderkennen om op 'Kassakiezer.nl' vertegenwoordigd te zijn. Naast het voordeel dat hun POS-pakket direct bij aanvang opvraagbaar zal zijn, profiteren zij van de inspanningen die het HBD zal plegen om de portal breed onder de aandacht te brengen bij de Nederlandse detaillist. Om u alvast een indruk te geven van de 'look and feel' van 'Kassakiezer.nl', zijn enkele 'screenshots' opgenomen in de bijlage.

Uw POS-systeem zal ook worden meegenomen zodra de 'functionaliteitsvragenlijst' volledig is aangevuld. Wij verzoeken u dan ook om de laatste stap te zetten door de vragenlijst, die u van ons al heeft ontvangen, aan te vullen en uiterlijk 15 april 2009 a.s. te retourneren. Wij rekenen op uw medewerking en kijken uit naar een blijvende samenwerking bij het bedienen van de Nederlandse detailhandel.

Mocht u naar aanleiding van deze brief nog vragen/opmerkingen hebben over het onderzoek, of wenst u de vragenlijst opnieuw te ontvangen, dan kunt u contact opnemen met Hugo Gillebaard (t. 030 – 215 05 87 | POS@dialogic.nl).

Met vriendelijke groet,

Lotte de Jong
Algemeen secretaris/directeur

Bijlage 2: Brancheoverzicht totaal-tellingen

Branchenaam	Aantal pakketten
- Aardappelen, groente en fruit	22
- Algemene textielzaken	58
- Apotheken	23
- Auto-accessoires handel	47
- Baby- en kinderkledingzaken	56
- Badkamer- en sanitairzaken	34
- Bloemenwinkels	45
- Bodyfashionzaken	59
- Boekhandel	59
- Bouwmarkten	55
- Breedpakketzaken	47
- Brood en banket	35
- Buitenlandse levensmiddelen	33
- Caravanhandel	35
- CD-zaken	50
- Computershops	48
- Dames- en herenkledingzaken	58
- Dameskledingzaken	56
- Dierenspeciaalzaken	59
- Drogisterijen	51
- Fotovakhandel	49
- Gebruikzaken	40
- Gemengde wonenzaken	43
- GPA zaken (glas, porcelein, aardewerk)	34
- Herenkledingzaken	56
- IJzerwaren- en Gereedschappenzaken	54
- Juweliers	42
- Kaas en delicatessen	23
- Kantoorboek- en vakhandel	58
- Kappers	12
- Keukenspeciaal (sanitair)zaken	30
- Kunst- en antiekhandel	36
- Kurk- en parketzaken	30
- Lederwarenzaken	58
- Meubelspeciaalzaken	39
- Modeartikelen- en bijouteriezaken	60
- Muziekhandel	47

- Natuurvoeding en reformartikelen	41
- Opticiens	27
- Parfumerieën	50
- Poeliers	21
- Pompstations	27
- Rijwielhandel	53
- Schoenenzaken	59
- Slaapkamerspecialzaken	41
- Slagerijen	21
- Slijterijen	41
- Snoep- en chocolateriezaken	40
- Speelgoedzaken	60
- Sport en/of kampeerartikelen	56
- Supermarkten	37
- Tabaks- en gemakzaken	42
- Tegelhandel	35
- Telecomwinkels	48
- Textielsupermarkten	54
- Tuincentra	55
- Verf- en behangzaken	48
- Verlichtingszaken	47
- Videotheken	37
- Viswinkels	22
- Warenhuizen	46
- Wit en bruingoedzaken	51
- Woningtextielzaken	43
- Zonweringszaken	34

Bijlage 3: Pakketcombinaties

Er zijn nogal wat pakketten die grotendeels gebaseerd zijn op koppelingen met pakketten van andere leveranciers. Zo zijn bepaalde kassasystemen erg sterk, maar worden deze, ondanks het feit dat de betreffende leverancier ook een backoffice oplossing biedt, vaak gebruikt worden om te koppelen aan andere back-office systemen. Daarnaast zijn er verscheidene hoogstaande backoffice applicaties voor de retail die de strategische keuze gemaakt hebben samenwerkingsverbanden te sluiten met kassaleveranciers en zelf geen kassafunctie te bieden. Hoewel de vragenlijst ruimte biedt om dit in kaart brengen, zal deze data lastig te converteren zijn naar data die bruikbaar is voor de detaillist die op zoek is naar een totaaloplossing.

Kassa	Backoffice
A	A
A	B
A	C
B	B
B	C

Boven de hypothetische situatie waar we drie vragenlijsten hebben van drie leveranciers A, B en C. Leverancier A heeft daarbij koppelingen ontwikkeld met leveranciers B, C en D die allen back-office systemen leveren en in de betreffende branche koplopers zijn. Hoewel A zelf ook een back-office levert, worden van A in de regel vrijwel alleen de kassa's afgenomen. Leverancier A kent echter de details van de backoffice systemen van B en C niet goed en levert zelf ook een bescheiden backoffice. Daarom vult deze leverancier de vragenlijst in voor zijn eigen combinatie (A-A). Hoewel bij de items betreffende koppelingen aangegeven is dat het kan koppelen met B en C, wordt uit deze vragenlijst niet duidelijk wat de oplossing bestaande uit A-B of A-C kan. Leverancier B levert zelf een bescheiden kassa en een backoffice pakket en vult hem voor deze combinatie in. Leverancier C heeft zelf alleen een backoffice en koppelt met diverse kassa's, waaronder de kassa's van A en B. De functionaliteiten in het pakket van C hangen af van of aan de kassa van A of B gekoppeld wordt. Daarnaast is het C niet precies duidelijk wat de kassa's van A en B kunnen en vult daarom bij de kassa-functionaliteiten niets in.

In de kassakiezer zullen de oplossingen A-B en A-C niet staan, terwijl het niet ondenkbaar is dat juist die combinatie in de markt het meest gebruikt wordt en derhalve precies biedt wat een specifieke detaillist zoekt. Daarnaast zal het pakket B-C niet goed over het voetlicht komen, het heeft zélf immers geen kassa-functionaliteiten.

Bijlage 4: Overzicht bedrijfsbezoeken

Softwareleverancier	Locatie	Datum
POSWISE	Gamerslagplein 2, Arnhem	Di 13-1-2009
Hills Automatisering	Platinastraat 25, Hengelo	Ma 19-1-2009
SW-IT	Sparstraat 27, Oldenzaal	Ma 19-1-2009
K3/Landsteinar	Donau 106-108, Den Haag	Wo 21-1-2009
Visipos (pakketten Go en Dynamic)	Nistelrodeseweg 9A, Uden	Di 3-2-2009
New-Way Automation	Huiskenstraat 51, Venlo	Do 5-2-2009
Lenstra Informatica	Bedrijfsweg 7, Harmelen	Vr 6-2-2009
Straight Systems	Kattenburg 29-31, Druten	Ma 9-2-2009
Detasoft	Kringloop 11, Zeewolde	Di 10-2-2009
R2Retail	Koestraat 87, Hoensbroek	Wo 11-2-2009
GenCom	Schemkensstraat 6, Paal (Belgie)	Do 12-2-2009
E.B.P. Point of Sale (pakketten PosManager+ Retail, Mode & Food)	Keurmeesterstraat 9A, Ridderkerk	Wo 18-2-2009
SDP	Vijfstraten 10, Sint-Niklaas (België)	Di 24-2-2009
NedFox	Techniekweg 10-12, Emmeloord	Wo 25-2-2009
Desyde Retail	Siliciumweg 67, Amersfoort	Vr 6-3-2009
Quadrant Software	Eglantierbaan 95, Capelle a/d IJssel	Di 10-3-2009
De Ridder	Molenstraat 21, Haafden	Di 10-3-2009
Torex (pakketten OSCAR-POS en Retail POS)	Larikslaan 8, Leusden	Wo 11-3-2009
Fint Automatisering	Plaats 12, Zoetermeer	Wo 18-3-2009
KW-Systems	Turbinestraat 49, Hengelo	Ma 23-3-2009
Bovertis	Aalsmeerderweg 610a, Rozenburg (NH)	Wo 25-3-2009
GEV.NET	Groene Hil 5, Breda	Vr 27-3-2009
Bedrijfs Automatiserings Centrum (BAC)	Van Vredemburchweg 12, Rijswijk	Ma 30-3-2009
Unit4Agresso	Stationsplein 1000, Sliedrecht	Wo 1-4-2009
Reeleezee	De Corridor 5A, Breukelen	Di 7-4-2009
Comsalon	Beatrixlaan 11, Goes	Wo 8-4-2009
Informer Software	De Star 5G, Leidschendam	Vr 10-4-2009
Exact Software Nederland BV	Poortweg 6, Delft	Vr 10-4-2009
Iservi	Bastakenlaan 6, Eindhoven	Vr 10-4-2009
Modis	Aphroditestraat 5, Tilburg	Vr 17-4-2009
ProfX	Haagweg 209, Rijswijk	Wo 22-4-2009
Microcash	Mauritskade 1, Den Haag	ma 27-4-2009
SRS	Camerastraat 25, Almere	di 28-4-2009

Marti	Hollewatering 3B, Kwintsheul	wo 29-4-2009
Lisis	Hollebeekstraat 8, Merelbeke (België)	ma 4-5-2009
AXI	Hooilaan 1, Breda	di 5-5-2009
Bronboek	Dorpsstraat 20, Krimpen a/d Lek	wo 6-5-2009
Digi	Neerland 7, Wilrijk-Antwerpen (België)	vr 8-5-2009
Data Group Europe	De Weel 12, Nieuwerkerk	di 12-5-2009
Kassaman	Genieweg 27, Mijdrecht,	wo 13-5-2009
Didata	Aalsbergen 12, Didam	vr 15-5-2009
Cow Hills	Dodeweg 6, Leusden	vr 15-5-2009
TFC	Speelkamp 22, Leusden	ma 18-5-2009
ORBAK	Rijndijk 137, Hazerswoude-Rijndijk	di 19-5-2009
Sharp	Meidoornkade 10, Houten	wo 20-5-2009
VJA	Fluitekruitstraat 43, Goes	ma 25-5-2009
Mutsaars	Galvaniweg 15, Schijndel	di 26-5-2009
Eldata	Weteringschans 129, Amsterdam	di 26-5-2009
Extendas	Anninksweg 14C, Hengelo	wo 27-5-2009
Loyal Retail	Middenbaan 108, Barendrecht	do 28-5-2009
Logictrade / Sintrum	Industrieweg 20, Staphorst	vr 2-6-2009
in-in-automatisering	Redoute 20M, Groenlo	wo 3-6-2009
Telemos (pakket Winparf)	Pelmolenlaan 3, Woerden	wo 10-6-2009
Bizerba	Het Lentfert 38, Enschede	wo 10-6-2009
Rotopi BVBA	Terlaemenlaan 8 Heusden-Zolder (België)	do 11-6-2009
Adsoft BVBA	August Ruyssealaan 6, Sleidinge-Evergem (België)	do 11-6-2009
Centric Retail Solutions	Siemenslaan 12, Oostkamp (België)	vr 12-5-2009
Shape4all	Rontgenweg 16L, Alphen a/d Rijn	ma 15-6-2009
Our Solutions	Kosterijland 12D, Bunnik	di 16-6-2009
Valk Software	Vlasakker 5, Montfoort	do 18-6-2009
CTAC	Goudsbloemvallei 30, Den Bosch	vr 19-6-2009
Telemos (Pakket Telemos Trade)	Hooghiemstraplein 33, Utrecht	Ma 22-6-2009
ACA Retail Solutions	De Witbogt 2, Eindhoven	do 25-6-2009
Toshiba TEC Netherlands	Softwareweg 3, Amersfoort	Vr 10-7-2009



Contact:

Dialogic
Hooghiemstraplein 33-36
3514 AX Utrecht
Tel. +31 (0)30 215 05 80
Fax +31 (0)30 215 05 95
www.dialogic.nl

