



Pilotfase vergelijking POS-leveranciers voor een drietal detailhandelsbranches

Eindrapportage

In opdracht van:

Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Project:

2007.078

Publicatienummer:

2007.078.01

Datum:

Utrecht, 10 juni 2008

Auteurs:

Dr. Ronald Batenburg

Drs. Marijn Plomp

Ir. ing. Jurgen Verweijen



2 Onderzoeksoopzet

2.1 Inleiding

Het uitgangspunt van dit project vormen de ruim 140 leveranciers van POS-systemen zoals die thans zijn opgenomen in de portal www.softwarepakketten.nl. Deze portal kan beschouwd worden als het meest complete overzicht van softwarepakketten en haar aanbieders in Nederland, met name voor het MKB. De (potentiële) gebruikers van deze portal wordt echter nog weinig specifieke ondersteuning geboden bij de daadwerkelijke keuze van pakketten en/of leveranciers. Hieruit komt dus de primaire uitdaging van deze pilot voort: is het mogelijk een positie in te nemen die zowel door klanten als leveranciers gerespecteerd wordt, waarin informatie op een transparante wijze gepresenteerd wordt en concrete beslissingsondersteuning voor detaillisten wordt geboden? Daarbij is het uiteindelijke doel niet een ééndimensionaal of absoluut advies te genereren, maar juist een situationeel advies dat zoveel mogelijk rekening houdt met de specifieke omstandigheden van de eindgebruiker; in dit geval de Nederlandse detaillist. In de praktijk worden sommige detaillisten door hun branchevereniging geadviseerd, en soms ook gestimuleerd, om een bepaald systeem aan te schaffen. Het mogelijke nadeel hiervan is het zogenaamde *lock-in* effect; door de gedane investeringen en het relatief lage kennisniveau wordt het voor de detaillist zeer kostbaar om over te stappen, ook al komen er potentieel betere en goedkopere oplossingen beschikbaar. Leveranciers zouden deze *lock-in* situatie kunnen misbruiken, aangezien zij dan vrij spel hebben in het aanpassen van kosten van onderhoud en service. Daarnaast kan bijvoorbeeld de informatievoorziening naar de detaillist of brancheorganisatie bewust laaggehouden worden. Dit is overigens een kwestie van marktmacht die in bijna alle branches speelt en aangeeft dat het van cruciaal belang is dat klanten, in dit geval ICT-inkopende detaillisten, voldoende en objectief geïnformeerd zijn over product en markt.

De portal www.softwarepakketten.nl is in zijn soort waarschijnlijk de meest volledige en actuele digitale informatiebron voor de branches die door het HBD vertegenwoordigd worden¹. De portal is het resultaat van jarenlange inspanningen en persoonlijke benadering van softwareleveranciers in Nederland. Wat betreft de detailhandelsbranches zijn weinig relevante ICT-oplossingen buiten beschouwing gelaten, omdat financiële-, voorraad- en POS-systemen de kern van de portal en de onderliggende leveranciersmonitoring vormen. Het onbedoelde gevolg hiervan is dat er *de facto* 'te veel' alternatieven via de portal gepresenteerd worden. Voor een 'gemiddelde' detaillist worden al snel meer dan 10 of soms wel 20 verschillende POS-pakketten weergegeven die in een niet nader te bepalen volgorde onder elkaar gepresenteerd worden. Hierdoor is het voor de detaillist moeilijk om overzicht te krijgen en een onderbouwde beslissing te nemen. Dit komt ook door het ontbreken van een *tool* waarmee een inhoudelijke pakketvergelijking kan worden gedaan. Op dit moment biedt www.softwarepakketten.nl na selectie wel de naam van het

¹ Andere portals zoals www.softwaregids.nl en www.ictbase.nl (voorheen het Automatisering Jaarboek) hadden een vergelijkbare dekking en scope, maar worden niet meer onderhouden en in de markt gehouden vanwege de geringe opbrengst voor de betreffende uitgevers. Zie ook: Robbin te Velde, Reg Brennenraedts, Christiaan Holland, Ronald Batenburg, Pim den Hertog, Slinger Jansen en Sjaak Brinkkemper (2007) *Go with the (data) flow. Feasibility of using Internet as a datasource: methods, case studies and indicators*. Utrecht: Dialogic.

Het voordeel van de eerste twee branches is dat hun brancheorganisaties tevens actief waren binnen het o3d-programma en thans ook binnen het o3d2009-programma. Zij zien duidelijk het belang van winkelautomatisering en ketendigitalisering en ondernemen ook initiatieven op dit terrein. De kappersbranche, eigenlijk een HBA-branch, heeft het HBD benaderd in het kader van het uitvoeren van een pakketvergelijking. Ook al ressorteert deze branche officieel niet onder het HBD, de timing en inhoud van dit initiatief van deze brancheorganisatie pasten zodanig goed in de onderhavige opzet van dit onderzoek dat zij toch bij het pilotonderzoek betrokken zijn.

Op basis van de informatie uit de GBNed-portal is ten eerste geïnventariseerd welke leveranciers in aanmerking komen voor het pilotproject. Dit zijn in principe alle leveranciers die op de GBNed-portal hebben aangegeven POS-systemen te leveren voor één of meer van de drie detailhandelsbranches. Deze lijst met leveranciers is tevens voorgelegd aan de brancheorganisaties, te weten de ANKO voor de kappers, MITEX voor de mode-, schoenen- en sportwinkels en CBW voor de woon- en meubelwinkels. Voor deze leveranciers is een brief en een korte inventariserende vragenlijst opgesteld (zie bijlage A).

2.2.2 Fase II: Functionaliteitenvragenlijst en bezoek

Voor de geselecteerde softwareleveranciers uit fase I is vervolgens een vragenlijst ontwikkeld die voortbouwt op het eerder genoemde onderzoek van GBNed uit 2007. Deze vragenlijst bevat een groot aantal (ongeveer 1000) generieke en branchespecifieke functionaliteiten, waarbij tevens aandacht wordt besteed aan functionaliteiten ten behoeve van twee centrale o3d2009-thema's te weten 'sturen op cijfers' en ketendigitalisering. Deze lijst is grondig besproken, geherstructureerd en daar waar nodig tekstueel en inhoudelijk aangepast en verduidelijkt. Daarbij is ze tevens vergeleken en aangevuld met items uit andere POS-surveys aangereikt door het HBD. De complete vragenlijst is vervolgens op drie manieren beschikbaar gemaakt: (1) op papier, ingebonden als boekwerk van 125 pagina's, (2) als Word-file en (3) als (beschermde) invultool op de portal www.softwarepakketten.nl.

De geselecteerde leveranciers hebben een brief en e-mail ontvangen met de uitnodiging de volledige functionaliteitenvragenlijst in te vullen, om *daarna* een afspraak te maken voor een bedrijfsbezoek (zie bijlage B). Vooraf werd ingezet op een maximale respons op de vragenlijst. Enkele leveranciers hadden al delen van de vragenlijst ingevuld via de GBNed-portal, maar voor de meeste kon worden vermoed dat zij de omvang van de vragenlijst toch als te belastend zouden ervaren. Er is daarom een protocol ontwikkeld om de leveranciers zo veel mogelijk persoonlijk te benaderen en tot medewerking te bewegen. Daarbij werden zowel positieve als negatieve argumenten gehanteerd. Zo werd o.a. het argument gebruikt dat zij met dit onderzoek beter zichtbaar worden voor de Nederlandse detailisten, hetgeen kan leiden tot nieuwe afzetmogelijkheden en *free publicity*. Ook werd het argument gehanteerd dat – omgekeerd – het ontbreken in de lijst van meewerkende leveranciers een nadelige invloed kan hebben op hun imago.

Nadat de leverancier de volledige functionaliteitenvragenlijst had ingevuld, werd met de contactpersoon een afspraak gemaakt voor een bedrijfsbezoek om ter plaatse een aantal functionaliteiten *live* te testen en te (her)beoordelen. Omdat het hier gaat om een redelijke grote groep van leveranciers en een uitgebreid bezoek, zijn, op initiatief van Dialogic, GBNed en het HBD drie studenten Informatiekunde van de Universiteit Utrecht geïnstrueerd tijdens een bijeenkomst op 21 februari 2008. De drie studenten werden uitgebreid geïnstrueerd en gecoached in hun rol van *assessor* bij de leveranciers. Dit onderdeel binnen het pilotproject diende een aantal doelstellingen. De belangrijkste is om *steekproefsgewijs* na te gaan of de door de antwoorden van de leverancier ook bevestigd

3 Uitkomsten

Dit hoofdstuk geeft als eerste een inventarisatie van de respons. Hierbij zijn de diverse leveranciers waarop dit onderzoek zich richt, geïnclassificeerd naar resultaat en inspanning. Vervolgens zullen de knelpunten die in de huidige onderzoeksaanpak naar voren kwamen uitgelicht worden. Deze knelpunten zullen puntsgewijs en gegroepeerd naar thema besproken worden.

3.1 Fase 1: Voorselectie

In november 2007 hebben 60 softwareleveranciers een brief en een basisvragenlijst ontvangen (beide zijn opgenomen in Appendix A). Deze eerste wervingsactie leverde een goede respons op: 48 van de 60 (80%) reageerde positief, vulde de basisvragenlijst in en retourneerde deze. De resterende 20% viel in de meeste gevallen af omdat de leverancier in kwestie niet (of niet meer) actief was in één van de bedoelde branches. In een paar gevallen was het bedrijf niet bereikbaar of verzuimde het na meerdere malen rappelleren te voldoen aan het verzoek de basisvragenlijst in te vullen. Op basis van de brancheorganisatieconsultatie zijn nog 3 leveranciers van POS-systemen voor kappers aan de lijst toegevoegd, zonder dat zij de brief en basisvragenlijst hebben ingevuld.

Van deze *long list* van 51 (48 plus 3) POS-leveranciers is vervolgens een *short list* van 27 leveranciers gemaakt voor de tweede fase van dit onderzoek; te weten het afnemen van de uitgebreide functionaliteitsvragenlijst en het bedrijfsbezoek.

Voor deze selectie is gelet op een evenredige vertegenwoordiging van ('unieke') leveranciers per branche, omzet, aantal jaren actief, klanten en marktaandeel. Het doel was hiermee om voor elk van de drie detailhandelsbranches de 'belangrijkste' POS-leveranciers in het vervolgonderzoek te betrekken. Hoewel alle leveranciers op deze lijst eerder hadden aangegeven mee te willen doen aan het vervolgonderzoek, was de verwachting toch dat er een aantal zou kunnen afhaken. Daarom is van tevoren op een netto respons gerekend van in totaal 20 (van de 27) leveranciers die aan alle fasen van het vervolgonderzoek meedoen.

Ook bij deze fase dient rekening te worden gehouden met het feit dat de 27 geselecteerde leveranciers hun POS-systeem niet altijd exclusief aan één van de drie detailhandelsbranches in deze pilot leveren. Sommige leveranciers hebben klanten in meerdere branches. Ten behoeve van de focus van dit onderzoek werd hen echter gevraagd hun antwoorden op de functionaliteitsvragenlijst en de praktijktest toe te spitsen op de klanten uit de desbetreffende detailhandelsbranche.

3.2 Fase 2: De functionaliteitsvragenlijst en het bedrijfsbezoek

Rond februari 2008 is begonnen met het voornaamste veldwerk; het laten invullen van de grote functionaliteitsvragenlijst door en bezoeken van de 27 geselecteerde leveranciers. Gezien de omvang en complexiteit van het veldwerk, worden de resultaten van deze fase hieronder op drie verschillende manieren gepresenteerd.

Ten *eerste* geven we de respons weer naar resultaat én vereiste inspanning. Dit is immers primair van belang voor de extrapolatie van deze pilot naar het vergelijkbare vervolgonderzoek onder een grotere groep van leveranciers. Ten *tweede* laten we zien hoe het

3. Het is vaak voorgekomen dat specifieke functionaliteit niet expliciet aanwezig was, maar dat dit met wat maatwerk of 'trucs' met 'vrije invoervelden' wel na te bootsen viel. Dit is een oorzaak van onnauwkeurigheid in de resultaten, want hoewel een truc soms in die mate mogelijkheden kan bieden dat de functionaliteiten aanwezig geacht mogen worden, is in andere gevallen dermate veel improvisatie vereist dat hiervan niet meer gesproken kan worden. Helaas is deze grens lastig te definiëren en ligt de definitie hiervan nu dus bij de diverse leveranciers waardoor iedere vorm van uniformiteit verloren gaat, zeker gezien het feit dat leveranciers er belang bij hebben om de software optimaal weer te geven. Zodoende boeten de resultaten aan waarde in op het voor dit onderzoek cruciale gebied van vergelijkbaarheid. Voorbeelden hiervan zijn de mogelijkheden tot het maken/bijhouden van RMA-formulieren, het registreren van serie- en/of partijnummers en problemen omtrent specifieke maatbalken.
4. Hoewel er vooralsnog geen concrete aanleiding is om te veronderstellen dat het gebeurd is, kunnen leveranciers de ingevoerde gegevens op softwarepakketten.nl in principe na afloop van het onderzoek zelf weer aanpassen. Dat betekent dat de betrouwbaarheid van de verzamelde gegevens slechts gewaarborgd kan worden wanneer de validiteit met een vaste regelmaat onderhouden wordt. Ditzelfde geldt voor het up-to-date (laten) houden van de gegevens in de zeer veranderlijke ICT-wereld, om te voorkomen dat de gegevens incourant raken en de gegevensbank haar waarde verliest.
5. Bij softwareleveranciers met meerdere pakketten, zowel alternatief als complementair, ontstaan soms moeilijkheden. Dit omdat er dan een mismatch bestaat tussen vragenlijst en eenheid van analyse. Het onderzoek en derhalve de vragenlijst focust op één oplossing per leverancier. Sommige leveranciers kiezen er echter voor verschillende *complementaire* modules onder de paraplu van één pakket te laten vallen, terwijl andere leveranciers ze echt als aparte pakketten verkopen. Zo kan het gebeuren dat de ene leverancier bij het invullen de totaaloplossing hanteert waar de andere leverancier voor één pakket kiest en er dus in feite een oneerlijke vergelijking ontstaat.² Daarnaast kan een leverancier verschillende *alternatieve* pakketten aanbieden die feitelijk onderling concurreren. Daarbij kan gedacht worden aan een uitgekledede versie met slechts beperkte voorraadfunctionaliteiten of een alternatief pakket volgens SAAS dat aangeboden kan worden aan eenvoudigere detaillisten. Zo heeft één leverancier de lijst nauwkeurig ingevuld voor drie verschillende pakketten die van andere leveranciers overgenomen waren. Uiteindelijk is deze enkele vragenlijst door GBNed uitgewerkt als drie verschillende pakketten.
6. Sommige leveranciers lossen dergelijke mismatches op door, ondersteund door het softwarepakketten.nl-platform, de optie 'optioneel' aan te vinken. Dit kan in verschillende contexten echter totaal verschillende betekenissen hebben en komt de uniformiteit en dus de vergelijkbaarheid van de pakketten niet ten goede.
7. De vragenlijsten die digitaal in Word of op papier ingevuld zijn, moeten overgenomen worden op softwarepakketten.nl. Dat kan een inefficiënte en kostbare klus worden, zeker gezien het grotere aantal leveranciers in het beoogde vervolgonderzoek.

² Ter illustratie: één leverancier biedt haar pakket voor POS (1) los aan; (2) gekoppeld met haar eigen logistieke pakket of (3) op maat gekoppeld aan een extern logistiek pakket zoals SAP. Het logistieke pakket is echter, net als het POS-pakket als autonoom softwarepakket op softwarepakketten.nl opgenomen. Het POS-pakket is daarom ingevuld als autonoom pakket met beperkt artikelbeheer. De vergelijking met pakketten van andere leveranciers die bijvoorbeeld zijn ingevuld als totale oplossing geeft dan niet langer een adequaat beeld.



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

