



Agri&Food for thought

Meer inzicht in de agri&food-keten, dankzij data

Datatechnologie als hefboom voor groei

Het traditionele agri&food-ecosysteem staat onder druk. Veeleisende consumenten, steeds strengere regelgeving, de roep naar meer duurzaamheid, afval in de keten, lage marges: ze wegen allemaal zwaar op uw sector. Zoekt u als landbouwbedrijf, voedselproducent of -verwerker, retailer of distributeur een pasklaar antwoord op al deze uitdagingen, dan tast u nog vaak in het duister.

Kan IT u helpen? Meer en meer collega's denken van wel.

De agri&food-sector experimenteert al langer met digitalisering, denk maar aan de gekende track&trace toepassingen. En die evolutie zet zich voort. In 2018 steeg de investering in agri&food-technologie tot \$16.9 miljard, 11% meer dan het jaar ervoor.

De sleutel tot technologische vernieuwing die echt werkt?
Een ketenbenadering waarin data en kennis met alle relevante spelers wordt gedeeld. Vroeger lag de focus enkel op de interne processen. Vandaag ligt de winst in dataoptimalisatie, zowel eigen data als die van de consument, landbouwers en leveranciers. Want inzicht in data is de enige weg naar groei. Dat geldt voor elke speler in de voedselketen.

In dit e-book werpen we ons licht op een aantal uitdagingen in uw sector en ontdekt u hoe (data-) technologie u kan helpen om ze het hoofd te bieden.

\$16.9 miljard*

Zoveel bedroeg de totale som investeringen in de voedsel en landbouwtechnologie in 2018.
11 procent meer dan het jaar ervoor.

* Dit blijkt uit het AgFunder Agrifood Tech Investing Report 2018, dat de wereldwijde investeerders in (de voedsel en landbouw) technologie in kaart brengt.

Inhoudstafel

Intro: datatechnologie als hefboom voor groei

p. 2

-

1. Maak uw processen efficiënter en transparant, dankzij digitale feedbackloops

p. 5

-

2. Zet uw klant centraal, dankzij ultieme traceerbaarheid

p. 9

-

3. Introduceer snel nieuwe productvarianten, volledig compliant

p. 13

-

4. Uw data in actie: dynamics 365 for food

p. 17

-

1

—
Maak uw processen
efficiënter en
transparant,
dankzij digitale
feedbackloops



Werken doet u het liefst – en het best – zo efficiënt mogelijk. U bent voortdurend op zoek naar manieren om uw klanten beter te bedienen en uw producten of diensten sneller en goedkoper in de markt te zetten. Bovendien moet elke stap in de waardeketen traceerbaar zijn. De sleutel tot uw succes? Data!

Van data over prospects en klanten (via webanalytics, mails, sociale media, customer service enz.) tot data over hoe uw producten en diensten worden gebruikt (via IoT-sensoren, het ERP-systeem, verkoopcijfers enz.): elke organisatie beschikt over massa's data, van overal. Helaas zijn die data er in alle vormen, formaten en in verschillende systemen. Het globaal overzicht is daardoor een beetje zoek.

Digitale feedbackloops: het pad naar continue verbetering

Nochtans onthult de koppeling van al die datastromen heel wat waardevolle inzichten of patronen. Op basis van die inzichten kan u uw processen optimaliseren, wat op zijn beurt nieuwe data oplevert. Telkens opnieuw. Dat heen en weer gaan van data noemen we 'digitale feedbackloops'. Ze bieden tal van voordelen: van datacaptatie rechtstreeks bij de consument tot voorraadbeheersing en betere productieplanning. Cruciaal hierbij is dat de data op uniforme wijze worden opgeslagen en gedeeld, zodat er een lerend effect ontstaat waar iedereen in de keten slimmer van wordt.



Continue datastromen in alle richtingen

Wie niet verder kijkt dan de vier muren van zijn eigen organisatie, mist belangrijke inzichten. Door uw blik te verruimen en data te ontginnen uit elke fase van de supply chain krijgt u waardevolle inzichten die uw bedrijf

helpen groeien. En dat geldt in beide richtingen. Tussen alle partijen in de keten zijn er digitale feedbackloops mogelijk. Enkele voorbeelden:

Welke data wordt gedeeld?

Tussen producent en boer/teler

Data over de kwaliteit van het veld, gewasevolutie, kwaliteitsscores, gewasbescherming en meststoffen enz.

Tussen producent en retailer

Data over voorraadbeheer en effectieve verkoopcijfers: welke producten werden uit het magazijn gehaald?, hoeveel producten werden er verkocht, wanneer en waar? enz.

Tussen producent en consument

Informatie over het product: waar komt het vandaan, hoe en door wie is het verwerkt, hoe (on)gezond is het, wat is de ecologische voetafdruk enz.?

Feedback ontvangen over het product: voldoet het aan de behoeften van de klant?

Welk voordeel levert dit op?

Door de terugkoppeling van die inzichten naar de landbouwer kan die op zijn beurt gerichte acties ondernemen om de output te maximaliseren en de variabiliteit te minimaliseren.

Aan de hand van deze inzichten over het werkelijke verbruik van de producten, kan de producent de supply chain optimaliseren. Eventueel kan hier ook marketing data aan gekoppeld worden, wat op termijn kan leiden tot doelgerichtere acties.

Op basis van de ontvangen data kan de producent het product verbeteren of een variant aanbieden. Dit zal op zich weer leiden tot nieuwe informatie.

“Door uw blik te verruimen en data te ontginnen uit elke fase van de supply chain krijgt u waardevolle inzichten die uw bedrijf helpen groeien.”

ROB GIELEN - BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER, CEGEKA

Transparante communicatie verscherpt de klantenbinding

Digitale feedbackloops – en dus meer transparantie doorheen de voedingsketen – komen niet enkel uw efficiëntie en productiviteit ten goede, maar ook uw klantenbinding. Consumenten willen steeds meer informatie over de (authenticiteit van) producten in het schap: waar komt het product vandaan, hoe is het verwerkt, wat is de ecologische voetafdruk enz. Communiceert u daar open en eerlijk over, dan wint u hun vertrouwen. Digitale feedbackloops helpen u relevante data te delen met – én op te vragen bij – agrarische toeleveranciers, retailers, en consumenten. Kortom, iedereen plukt er de vruchten van!



2

—
Zet uw klant
centraal,
dankzij ultieme
traceerbaarheid

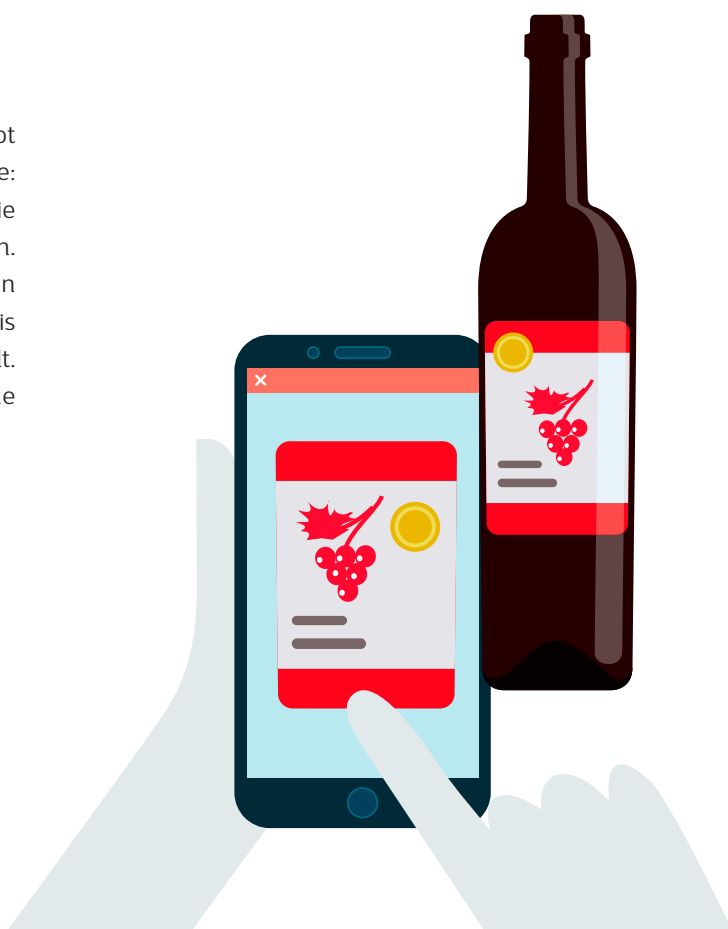


‘Klant is koning’, dat horen we wel vaker. Het lijkt makkelijker gezegd dan gedaan. De consument is veeleisend, mondig en doorgaans goed geïnformeerd. Wie niet voldoet, wordt genadeloos ingeruild voor de concurrent. Om ervoor te zorgen dat klanten uw producten blijven kopen, moet u bewust kiezen voor een aanpak die de klant centraal stelt. Maar wat betekent dat en hoe doet u dat precies?

Accuraat inspelen op klantenverwachtingen veronderstelt dat u precies weet wat uw klanten willen. En die willen niet enkel uitstekende kwaliteit tegen een goede prijs, maar ook inzicht in het product op de winkelschap – of op hun bord.

Smart Labels: transparantie voor de consument

Een van de manieren om dat inzicht te bieden, tot diep in de waardeketen, is Smart Label-technologie: producenten voorzien QR-codes op hun producten, die consumenten met hun smartphone kunnen scannen. De code leidt hen naar een landingspagina waar ze dan bv. een filmpje kunnen bekijken van de boot waar hun vis werd gevangen of de boer die hun favoriete koffie teelt. Technologie als postbode tussen de consument en de producent als het ware.



Één systeem, één waarheid

Klinkt eenvoudig? Niet helemaal ... Om aan die informatiebehoefte te voldoen, moet de producent wel in staat zijn de datastroom van die specifieke vis of dat specifieke pak koffie tot aan de boot en de plantage bloot te leggen. Dat kan alleen met een systeem of platform dat data kan centraliseren in één enkele 'bron van waarheid' en verschillende systemen en applicaties in de keten makkelijk aan elkaar kan koppelen.

Feedback en inzichten voor de producten

Smart Labels werken trouwens in twee richtingen. Consumenten delen zelf ook graag hun mening over producten die ze kochten en uitgebreid hebben getest. Via het Smart Label versturen ze die feedback. Zo kunnen producenten hun producten nóg scherper op consumentbehoefte afstemmen.

Smart Labels zijn, met andere woorden, een schoolvoorbeeld van een win-win: zowel producent als consument krijgen de informatie die ze willen en kunnen ook feedback delen. Die datastromen of feedbackloops zijn de motor van continue verbetering in de hele supply chain.

“Smart Labels zijn het schoolvoorbeeld van een win-win: zowel producent als consument krijgen de informatie die ze willen en kunnen ook feedback delen.”

STIJN GEEROMS – SALES MANAGER, CEGEKA



Wat we voor onze klanten betekenen

“Wat begon als een kleine samenwerking voor serveronderhoud is intussen uitgegroeid tot een vast partnerschap voor de totaalaanpak van al onze digitaliseringsprocessen.”



Uitdagingen

- De ontwikkeling van een gebruiksvriendelijke bestelmodule om meer dan 400.000 bestellingen per jaar te behandelen.
- Renmans transformeren naar een hedendaagse online slagerij.



Aanpak

- Uitwerking van de digitale module 'i-fresh' die het proces van bestelling tot levering automatiseert.
- Volledige virtualisatie van de serverparken.
- Uitstippelen van all-in roadmap voor de volledige digitalisering.



Resultaten?

- Efficiënter werken mét vernieuwde inzichten, dankzij data.
- Niet meer gebonden aan fysieke hardware met volledig virtuele serverinfrastructuur.

3

—
Introduceer
snel nieuwe
productvarianten,
volledig compliant



Compliance wordt alsmaar complexer. Beschouwt u het als een kluwen dat uw organisatie trager en logger maakt? Dat hoeft niet zo te zijn. Met het juiste IT-platform wordt die complexiteit overzichtelijk en behapbaar.

Compliance is geen nieuw gegeven. Dat retailers bovenop het wettelijk kader nog een extra schil leggen op verschillende niveaus – van product over verpakking tot logistiek – is ook niets nieuws. Wat is er dan wel veranderd? De klant wil steeds meer keuze en dus komen er alsmaar meer varianten. Die alsmaar sneller in de markt moeten worden gezet.

Voor elke regio, feestdag of trend een (snelle) variant? Check!

‘One size fits all’ is vandaag niet langer van toepassing, ook niet in voeding. Voorbeelden zijn kleuren of smaken die in bepaalde delen van de wereld uit den boze zijn, regionale afwijkingen, trends die plots ontstaan door initiatieven zoals ‘Hellfo Fresh’ of automaten voor gezonde voeding. De lijst – en varianten – zijn eindeloos.

Fabrikanten die relevant willen blijven, moeten erin slagen om sneller dan de concurrent een groot aantal productvarianten en verpakkingsformaten in de markt te zetten. Aan gezonde marges, met oog voor operationele efficiëntie, in lijn met het wettelijke kader van elk land dat ze willen bedienen én volgens de extra opgelegde regels vanuit retail.

De vraag is dus niet langer: kán ik als foodproducent al die varianten in de markt zetten, maar: hoe snel kan ik dat? Het is dus een kwestie van óf snel genoeg zijn (en dus extra omzet genereren), óf de boot compleet missen. Er is geen in-between. Het gaat niet enkel om de stappen, het gaat vooral om de snelheid waarmee die kunnen worden gezet. De ‘window of opportunity’ is immers klein.



Nood aan informatie

Om dat efficiënt en winstgevend te doen, moeten producenten over voldoende informatie beschikken over voorraad, verpakking, voedingsnormen en -certificaten. De producent moet correct kunnen inschatten:

- of er aan de gewenste voorwaarden kan worden geleverd, zonder aan de marges te raken
- wat die marges zijn
- of er overstock is van ouder materiaal dat nog kan gebruikt worden (bijv. verpakking)
- of de ingrediënten die hij gebruikt 'in regel zijn' met de wetgeving van het land waaraan hij verkoopt
- of hij alle nodige certificaten heeft om het product succesvol in de markt te zetten (UTZ, Fair trade, RSPO, bio, organic, GMO free,...)

Een slim, geïntegreerd platform

Die mate van inzicht vereist een geïntegreerd platform dat complexiteit aankan, én een holistische blik combineert met een loepzuiver oog voor detail. Met andere woorden, technologie die ervoor zorgt dat organisaties:

- end-to-end inzicht hebben in de totale supply chain, van veld tot vork
- supersnel een food recall kunnen uitvoeren in het geval van incidenten
- sneller dan de concurrent kunnen inschatten of ze voldoen aan de compliance-eisen van retail – zowel vanuit een technologisch standpunt (kunnen we dit?) als vanuit een concurrentieel standpunt (willen we dit?)



Wat we voor onze klanten betekenen

“De landbouw is een aparte branche, en zeker wat IT betreft. Dankzij hun kennis van onze organisatie en de landbouwsector slaagde Cegeka erin om perfect in te spelen op de noden en de manier van werken. Ze zoeken actief naar oplossingen, en hebben heel wat technische kennis en expertise in huis.”



Uitdagingen

- Een slimme oplossing vinden om kosten, opbrengsten, productiemiddelen ... gedetailleerd in beeld te brengen.
- Dankzij data-analyse het hoofd bieden aan de grote prijsschommelingen op de mondiale markt.



Aanpak

- Lancering van de financiële beheertool Focus voor data-gedreven analyses.

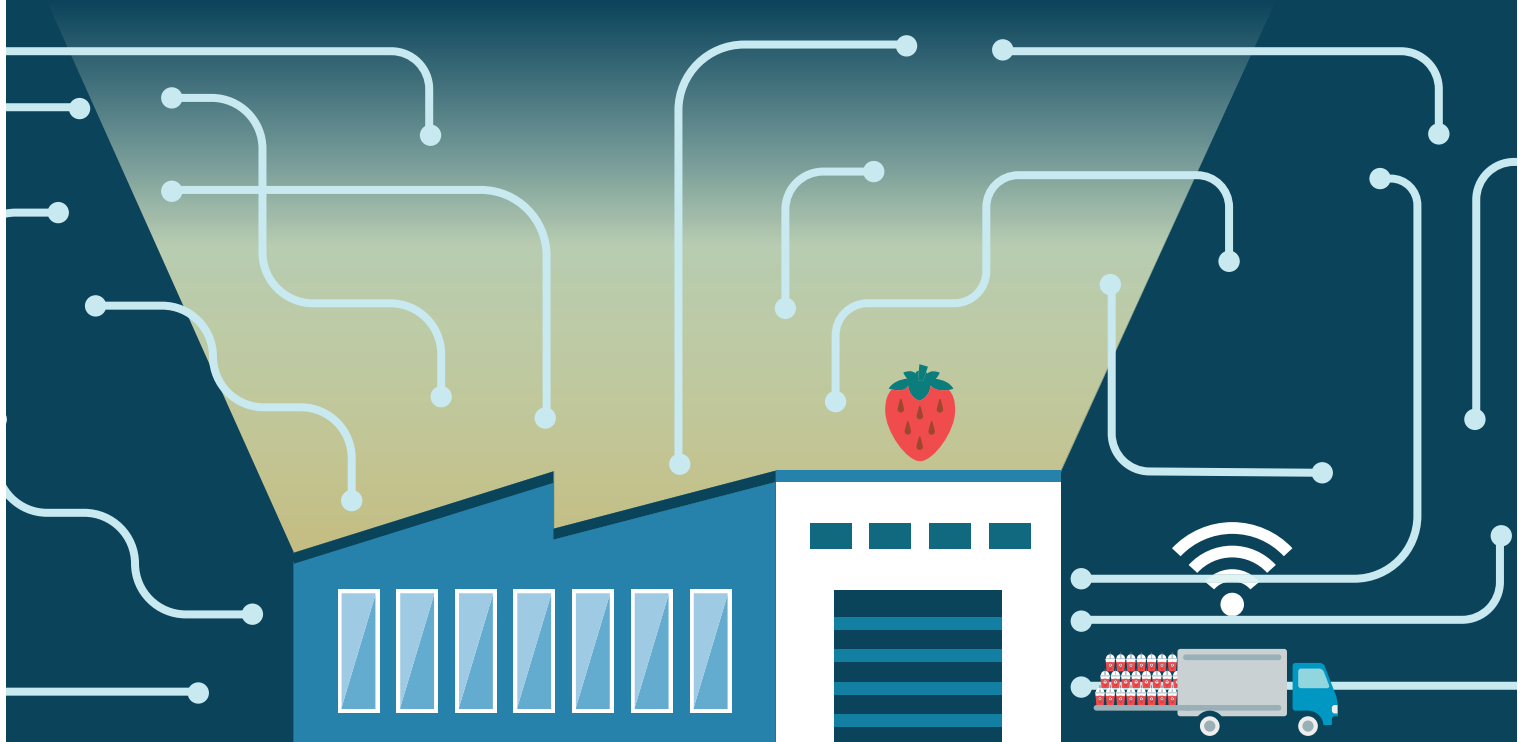


Resultaten?

- Een web-based toepassing met directe feedback
- Gebruik van real-time informatie voor voorspellingen.

4

Uw data in actie: dynamics 365 for food



Om uw agri&food-processen te verlichten, ontwikkelde Microsoft een sectorspecifieke oplossing: Microsoft Dynamics 365 for Food. Het platform is een ERP-, CRM- en BI-systeem tegelijk – en eigenlijk nog veel meer: het zit boordevol intelligente applicaties die u ondersteunen en met u mee evolueren, zodat u snel kan inspelen op veranderingen in uw markt.

Van efficiëntere processen, meer transparantie en doorgedreven traceerbaarheid tot compliance: met Microsoft Dynamics 365 for Food biedt u elke uitdaging vlot het hoofd. Omdat het platform gebouwd is op een uniform datamodel, is het bijvoorbeeld makkelijk om digitale feedbackloops op te zetten die gebaseerd zijn op uniforme, correcte en up-to-date data – als sleutel tot meer operationele uitmuntendheid en betere traceerbaarheid. Het platform is bovendien open en flexibel, wat nodig is om snel te kunnen schakelen als er nieuwe noden zijn of nieuwe eisen worden opgelegd.

Microsoft Dynamics 365 for food stelt u in staat om:

- De vinger, bijna letterlijk en in real time, aan de pols van uw consument te leggen.
- Een complexe supply chain te ondersteunen, met oog voor duizenden details.
- Veel productvarianten snel en aan gezonde marges in de markt te zetten.
- Data tot diep in de keten te ontginnen en delen: van vork tot veld.



Compliance op elk niveau

Enkele voorbeelden van hoe Microsoft Dynamics 365 for Food omgaat met compliance?

1. Op productniveau:

In Dyn 365 is het mogelijk om te werken met verschillende varianten van één product, met bijhorend productieproces. Een voorbeeld: sommige retailers staan niet toe dat er van een bepaalde stof een residu aanwezig is na het bakproces van speculaas, terwijl die restrictie voor andere retailers niet geldt.

2. Op verpakkingsniveau:

In Dyn 365 is het mogelijk om de lay-out van labels aan te passen aan de vereisten van de retailer. Een voorbeeld: voor sommige retailers moet de barcode formaat X hebben en op de zijkant geprint worden; voor anderen formaat Y en moet ze op de achterzijde staan.

3. Op logistiek niveau:

In Dyn 365 is het mogelijk om een extra omstapelstap in het pick proces toe te voegen. Een voorbeeld: voor de ene retailer moeten pallets 5-hoog gestapeld staan, voor de andere 6-hoog.



Wilt u ook efficiënter en compliant werken en uw klanten nog beter servicen? Benieuwd naar onze recepten daarvoor? Neem contact met ons op.

Onze experts maken met plezier een afspraak.

**Ontdek onze oplossingen voor de
landbouw- en voedingsindustrie.**

