

Overzicht van E-business mogelijkheden

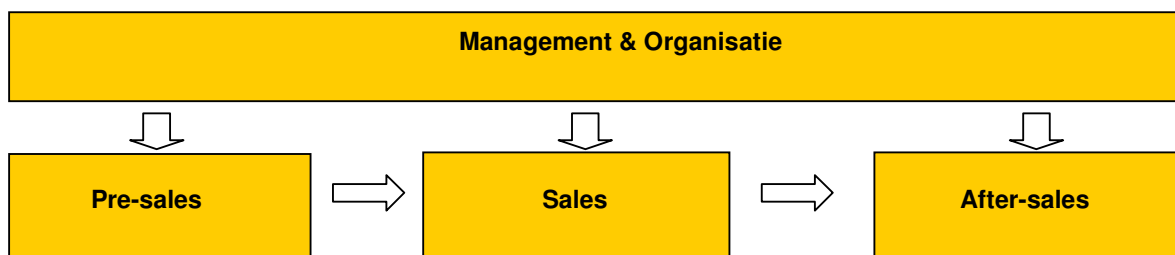
2001-02 / WhitePaper

De talrijke mogelijkheden van E-business worden in het kort aangestipt aan de hand twee praktische analysemodellen:

- Verkoopanalyse-model.
- Waardeketenanalyse-model.

Verkoopanalyse-model

In het verkoopanalyse-model worden alle zakelijke handelingen onderverdeeld in drie groepen interacties tussen bedrijf en klant te weten: pre-sales, sales en after-sales. In al deze fasen van het verkoopproces kan de inzet van ICT en E-business vele mogelijkheden bieden.



Figuur 1 Verkoopanalyse-model.

Activiteiten binnen het verkoopanalyse-model

Management & Organisatie		
<ul style="list-style-type: none"> • Marktinformatie • Human resource management • Financieel management • Managementinformatie 		
Pre-sales	Sales	After-sales
<ul style="list-style-type: none"> • Marktonderzoek • Joint-design en engineering • Virtuele productshows • Marketing • Adverteren • Promoten • Informeren • Communiceren 	<ul style="list-style-type: none"> • Offreren • Voorraden inzien • Plannen • Reserveren • Selecteren (zoeken en vergelijken) • Inkopen/Bestellen • Onderhandelen • Verkopen • Betalen 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumeren • Garantie en onderhoud • Stringen verhelpen • Service verlenen • Nazorg • Helpdesk • Gebruiksaanwijzing • Fysiek bezorgen • Retourneren • Upgraden

Pre-sales	Sales	After-sales
	<ul style="list-style-type: none"> • Sparen • Electronisch bezorgen • Verzekeren 	<ul style="list-style-type: none"> • Evalueren • Gebruikersgroepen

Praktische mogelijkheden voor management & organisatie

Management & Org.	Mogelijkheden en voordelen
Marktinformatie	Online inzicht in ontwikkelingen, trends, overheidsmaatregelen, branche-informatie, informatie over concurrenten, subsidies, etc. Snellere en betere besluitvorming.
Human resource management	Online vacaturebank, expertisebank, personeelshandboek, ARBO-richtlijnen, handboeken, werkvoorschriften, urenregistratie, ziekteregistratie, etc. Virtueel werkoverleg via videoconferencing, telewerken. Snellere, betere, flexibelere en goedkopere interne communicatie.
Financieel management	Online raadplegen van beursinformatie en kredietwaardigheid van klanten, telebankieren. Beter financieel beheer en minder ondernemingsrisico's.
Managementinformatie	Online inzicht in alle bedrijfsgegevens, online analyse (trendherkenning, what-if simulatie). Snellere en betere besluitvorming.

Praktische mogelijkheden in de pre-sales fase

Pre-sales	Mogelijkheden en voordelen
Marktonderzoek	Online informatiebronnen raadplegen, elektronische enquêtes uitvoeren. Sneller, goedkoper en doelgerichter.
Joint-design en engineering	Verbetering ontwerp en productie in een zeer vroege fase door virtuele samenwerking. Minder persoonlijke verplaatsingen, kostenbesparing en tijdwinst (mondiale 24 uren bedrijven).
Virtuele productshows	Online testen van concepten, koppelen van promotie en verkoop, verbeteringen aanbrengen in de ontwerpfase. Versterken klantenbinding.
Marketing	Snel nieuwe markten openen in combinatie met snelle feedback en evaluatie. Goedkope try-outs mogelijk, efficiënte marktwerking,
Adverteren	Online (op maat) adverteren, extra advertentiemedium, groot bereik. Goedkoper, gericht (op maat) en flexibeler.
Promoten	Promotie van productcatalogus online of via cd-rom, koppeling van online promotie aan online verkoop. Effectieve technieken mogelijk voor

Pre-sales	Mogelijkheden en voordelen
Informereren	klantenbinding (AirMiles e.d.). Online promoten koppelen aan fysiek verkopen. Online informeren (email), 1-op-1 relaties, koppelen van specifieke informatie aan transacties. Tijdwinst, goedkoper (minder papier en verzending), minder persoonlijke verplaatsingen, versterken klantenbinding.
Communiceren	Interactief communiceren door videoconferencing en beeldtelefonie, 1-op-1 relaties, minder persoonlijke verplaatsingen, tijdwinst en kostenbesparing

Praktische mogelijkheden in de sales fase

Sales	Mogelijkheden en voordelen
Offreren	Interactief offreren, online prijsberekeningen, koppelen aan verkoop. Sneller, betere selectiemogelijkheden, flexibeler, kostenbesparing (minder administratie, papier en verzending).
Voorraden inzien	Online raadplegen, gekoppeld aan bestellen. Tijdwinst, voorkomt "voor niets rijden", concurrentievoordeel voor koplopers, basis voor vertrouwensrelatie, ontlasten inkoopafdeling (intern) en verkoopafdeling (extern).
Plannen	Online plannen en afstemmen van taken. Gemak, comfort, betere en snellere afstemming van taken, plannen is mogelijk door meerdere personen vanuit verschillende locaties ongeacht tijd en plaats.
Reserveren	Idem als bij plannen. Betere keuzemogelijkheden, minder persoonlijke verplaatsingen nodig.
Selecteren (zoeken en vergelijken)	Online producten en prijzen vergelijken, klanten online laten communiceren met deskundigen (videoconferencing). Minder reistijd en reiskosten, tijdwinst door betere besluitvorming.
Inkopen/Bestellen	Online zoeken van leveranciers, online bestellen, kassascanning, EDI, inkoopcombinatie vormen. Tijdwinst, minder inkopers, minder administratie, minder kosten, groter aanbod leveranciers, versterken onderhandelingspositie.
Onderhandelen	Online klantgericht onderhandelen (communiceren). Rekening houden met specifieke wensen klant m.b.v. databasemanagement en "customization".
Verkopen	Geautomatiseerd verkopen via internet, callcenter of voice respons. Meer mogelijkheden voor verkoop op maat, efficiënter, minder kosten, extra verkoopkanaal.
Betalen	Geautomatiseerd (online) betalen. Meerdere betalingsmogelijkheden, veilig

Sales	Mogelijkheden en voordelen
Electronisch bezorgen	en efficiënt snellere incasso. Electronische distributie, klant stuurt de distributie aan. Sneller, goedkoper en flexibeler, tijd- en locatieafhankelijk.
Verzekeren	Online verzekeren, kan direct gecombineerd worden met de transactie. Extra service, extra inkomsten, maatwerk, minder papier (transport).

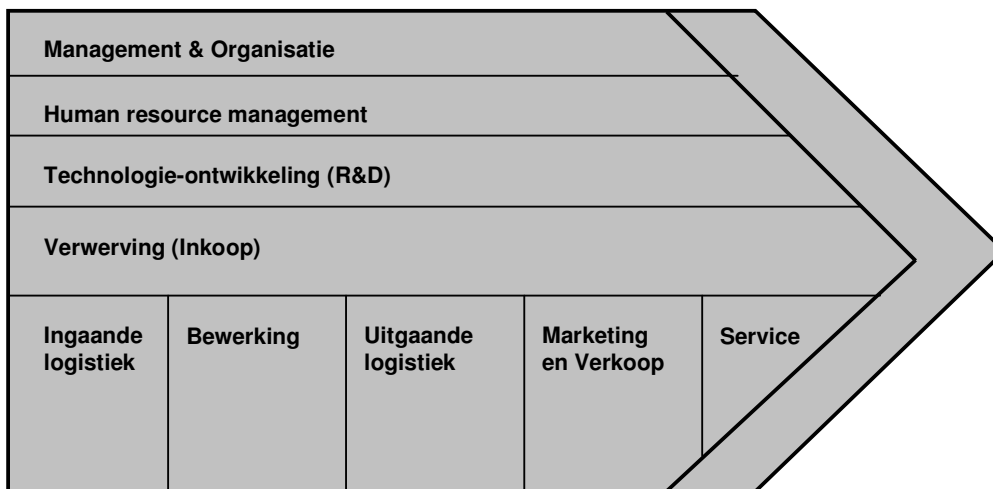
Praktische mogelijkheden in de after-sales fase

After-sales	Mogelijkheden en voordelen
Consumeren	Online consumeren van diensten. Sneller en goedkoper, onafhankelijk van tijd en plaats, minder verplaatsingen (transport).
Garantie en onderhoud	Online inzicht in machineprestaties en storingen, online plannen van onderhoud, online inzage en distributie van voorwaarden en voorschriften. Sneller, beter planbaar, minder fysieke verplaatsingen, beter relatiebeheer.
Storingen verhelpen	Online storingen verhelpen. Sneller, direct repareren ongeacht tijd en plaats (24 uren service).
Service verlenen	Documenten emailen, pro-actief adviseren en aanbiedingen doen n.a.v. eerdere transacties, actuele informatie toesturen. Betere service.
Nazorg	Online diagnose, preventief handelen, integreren in elektronische producten en diensten. Tijdwinst, kostenbesparing.
Helpdesk	Online instructies, integreren in digitale producten en diensten, Frequently Asked Questions (FAQ), ontlasten verkoopafdeling.
Gebruiksaanwijzing	Electronisch produceren en distribueren van documenten, integreren in het digitale product. Sneller en goedkoper (geen drukkosten en verzendkosten).
Fysiek bezorgen	Online maken van afspraken, klant stuurt de distributie aan, bezorgen "op afroep". Betere planning en service (voorkomt "voor niets rijden en wachten").
Retourneren	Online retourneren van elektronische producten. Eenvoudig, snel, tijd- en locatieafhankelijk (24 uren service). Fysiek retourneren van producten. Beter planbaar door het online maken van afspraken.
Upgraden	Electronische distributie van producten (zoals software). Geen/minder verplaatsingen, state-of-the-art.
Evalueren	Online feedback als input voor pre-sales en verbeteringsprocessen, online

After-sales	Mogelijkheden en voordelen
Gebruikersgroepen	klachtenbureau. Lerende organisatie. Online gebruikersgroepen, basis voor joint-design. Versterken klantrelatie, bevorderen kennisuitwisseling, input voor marketing, pre-sales activiteiten en verbeteringsprocessen.

Waardeketenanalyse-model

Een ander praktisch model om inzage te krijgen in de vele E-business mogelijkheden is het waardeketenanalyse-model zoals in onderstaand figuur afgebeeld.



Figuur 2 Waardeketenanalyse-model.

In dit model worden alle zakelijke handelingen gezien als een keten van activiteiten die tot doel hebben om toegevoegde waarde te creëren voor de klant. Bij al deze opeenvolgende activiteiten kan de inzet van ICT en E-business vele mogelijkheden bieden voor:

- Het verminderen van de kosten per activiteit, wat leidt tot een lagere kostprijs van de geleverde producten of diensten;
- Het verhogen van de waarde per activiteit, wat leidt tot een hogere toegevoegde waarde voor de klant van de uiteindelijke producten of diensten;
- Het beter laten aansluiten van de activiteiten op elkaar, wat kan leiden tot zowel lagere kosten als een hogere toegevoegde waarde.

Ingaande logistiek

Alle activiteiten die verband houden met het ontvangen, opslaan en verspreiden van grondstoffen en goederen.

Enkele mogelijkheden:

- Integratie van het logistieke systeem (WFM, ERP) met het systeem van de toeleverancier (supply chain management);
- Identificatie van producten via barcode en handterminals, apart voorraadbeheersysteem of voorraadbeheer opnemen in een integraal logistiek systeem (ERP).

Bewerking

Het productieproces waarbij ontvangen grondstoffen en goederen omgezet worden in producten of diensten.

Enkele mogelijkheden:

- Workflowmanagementsysteem (WFM) gekoppeld aan een Documentair Informatiesysteem (DIS) met raadpleegmogelijkheden via Extranet voor (bepaalde) klanten of via Intranet voor medewerkers (tracking & tracing);
- Integraal logistiek systeem zoals Enterprise Resource Planning (ERP) met raadpleegmogelijkheden via Extranet voor (bepaalde) klanten of via Intranet voor medewerkers (tracking & tracing);
- Online verzamelen van gegevens van processen. De gegevens worden aangewend om (productie)processen te bewaken en te monitoren. Op deze wijze kan men remote processen sturen;
- Online op afstand (remote logging) de loggegevens van installaties raadplegen en verwerken. De loggegevens kunnen worden gebruikt voor probleemanalyse of preventief onderhoud.

Uitgaande logistiek

Het verzamelen en opslaan van producten en diensten en de distributie daarvan naar de klanten.

Enkele mogelijkheden:

- Electronische distributie van producten via email, Internet, email of EDI, directe informatie-uitwisseling met toeleveranciers en klanten via email of Extranet;
- Aansluiten op integraal logistiek systeem (WFM, ERP) en aansluiten op het voorraadbeheersysteem van uw klanten voor een tijdige bevoorrading.

Marketing en Verkoop

Alle activiteiten die verband houden met de promotie en verkoop van producten en diensten aan klanten.

Enkele mogelijkheden:

- Systeem voor Customer Relationship Management (CRM) in combinatie met callcenter en Voice Response Systeem (VRS);
- Productpresentaties, productinformatie, productcatalogus op Internet of cd-rom gekoppeld aan directe verkoop (interactief offereren en verkopen);
- Beter ondersteuning buitendienstmedewerkers door mobiele aansluiting op CRM-systeem, telewerken, videoconferencing en invoering van specifieke "groupware" functionaliteit;
- Publishing on demand: productie, distributie en betalen van gedrukte of geprinte documenten op basis van de daadwerkelijke vraag uit de markt. Met andere woorden "just-in-time" en zonder voorraad werken.

Service

Alle activiteiten die verband houden met de dienstverlening om de waarde van een product of dienst voor de klant te verhogen.

Enkele mogelijkheden:

- Electronische distributie van nieuwe handleidingen, voorwaarden, service manuals, etc.;
- Online helpdesk met raadplegen van Frequently Asked Questions (FAQ) via Internet;
- Automatisch versturen van electronische nieuwsbrieven via email met actuele informatie en aanbiedingen op maat naar aanleiding van eerdere transacties.

Verwerving (Inkoop)

Het inkopen van alle goederen en diensten voor het uitvoeren van primaire activiteiten, bijvoorbeeld productcomponenten, grondstoffen, transportcapaciteit en huisvesting.

Enkele mogelijkheden:

- Electronische marktplaats voor het inkopen van producten en diensten (e-procurement);

- Integratie met het logistieke systeem (WFM, ERP) met het systeem van de toeleverancier (supply chain management);
- Online raadplegen van productcatalogi van leveranciers op Internet of cd-rom met mogelijkheden voor product- en prijsvergelijking en direct elektronisch bestellen.

Techologie ontwikkeling (R&D)

Onderzoek en ontwikkeling (R&D). Het verwerven en uitbouwen van kennis, procedures en technologieën die nodig zijn voor de primaire processen.

Enkele mogelijkheden:

- Intranet voor snel en eenvoudig toegankelijk maken van de aanwezige kennis;
- Raadplegen van externe informatiebronnen (ontwerpinformatie, databanken, materialen, octrooi-informatie, productiemethoden, technische of wetenschappelijke literatuur) op Internet;
- Online testen van concepten op afstand: laat uw klant live via Internet zien hoe zijn product er uit gaat zien, zich gaat gedragen.

Human Resource Management

Het verkrijgen, inhuren, opleiden, motiveren en belonen van vaste en flexibele werknemers van een organisatie.

Enkele mogelijkheden:

- Personeelswerving via een online vacaturebank op Internet;
- Raadplegen van expertisebank, personeelshandboek, ARBO-richtlijnen, handboeken, werkvoorschriften, urenregistratie, ziekteregistratie, etc via een Intranet.

Management & Organisatie

Algemeen management, boekhouding en financiële controle, facilitaire dienst en alle andere secundaire processen die het functioneren van de waardeketen als geheel ondersteunen.

Enkele mogelijkheden:

- Online inzicht in alle bedrijfsgegevens met behulp van een datawarehouse en online analyse (trendherkenning, what-if simulatie);
- Inzicht via Internet in ontwikkelingen, trends, overheidsmaatregelen, branche-informatie, informatie over concurrenten, subsidies, etc.

“E-business zal het bedrijfsleven ingrijpend veranderen door de vele mogelijkheden die het biedt!”
