

Productinfo altijd up-to-date

Hans de Gier, SyncForce: 'We centraliseren de data direct bij de bron'

Voor fabrikanten is het vaak een uitdaging om alle productinformatie op de juiste manier aan te leveren bij de verschillende kanalen. "Dit is op te lossen door met één softwaresysteem te werken dat alle informatie centraliseert en vervolgens per kanaal distribueert", zegt Hans de Gier. "Dit vermindert de kans op fouten en garandeert dat alle informatie op alle kanalen altijd up-to-date is."



Hans de Gier en Paul Oudenhooven: "Het managen van productinformatie is een ingewikkeld spel geworden."

Hans de Gier, ceo van SyncForce, ziet dat fabrikanten vaak worstelen met alle productinformatie die zij moeten aanleveren aan de diverse kanalen. "Het lastige is dat elk kanaal andere eisen stelt aan de informatie die zij willen ontvangen. Voor het etiket moet je net weer andere informatie aanleveren als voor het informatiesysteem van de retailers. En een webshop wil andere data ontvangen dan een diëtistenplatform. Bovendien willen zij het vrijwel allemaal in een andere vorm aangeleverd krijgen."

Paul Oudenhooven, business development director bij SyncForce, zegt dat het voor fabrikanten complex is om deze data eenduidig te leveren omdat zij nog met gefragmenteerde IT-landschappen en heel veel spreadsheets werken. "Legal heeft een legaltekst-database, Packaging heeft een pack-

copy-database, Consumer service werkt met GS1-data en Sales verzorgt alle klantspreadsheets voor e-commerce. Dit maakt het moeilijk beheersbaar en het vergroot de kans op fouten."

Data uit de bron

De oplossing die SyncForce hiervoor heeft ontwikkeld is een softwaresysteem dat alle benodigde productinformatie automatisch uit de verschillende systemen verzamelt. Deze data wordt gefilterd, verder aangevuld in SyncForce en automatisch op de juiste manier en in de juiste vorm aangeleverd bij de verschillende kanalen.

"Het mooie van ons systeem is dat het de informatie direct bij de bron ophaalt", zegt De Gier. "Vooral bij productontwikkeling is dit van onschatbare waarde. Producenten

kunnen bijvoorbeeld besluiten om de hoeveelheid suiker of zout in hun producten in stappen te verlagen. Zodra de receptuur van deze producten wordt aangepast, wordt deze wijziging automatisch doorgevoerd in alle informatie die aan de verschillende kanalen wordt geleverd. Zo is het etiket, de webshop en de informatie die retailers geleverd krijgen altijd up-to-date."

Digitalisering etiket

Oudenhooven verwacht dat het centraal publiceren van productinformatie in de toekomst onmisbaar is. Dit wordt versterkt doordat de informatiebehoefte van de markt alleen maar verder toeneemt. "De smartphone wordt het verlengstuk van het product. Consumenten willen hiermee aanvullende informatie kunnen opzoeken die niet op de verpakking van het product staat.

'Productwijzigingen worden automatisch doorgevoerd'

Maar die informatie moet natuurlijk wel kloppen. Met het enorme productportfolio dat fabrikanten hebben en de snelheid waarmee zij producten doorontwikkelen, is dit een ingewikkeld spel geworden. Om hier nog grip op te houden is voor de betrokken personen binnen een organisatie onmogelijk. Er is één centraal softwaresysteem nodig waar de hele organisatie mee werkt om dit beheersbaar te houden."