

Klantcase Heineken Nederland

“Betere, snellere informatiemanagement en KPI metingen”

Over Heineken en Heineken Netherlands Supply

Heineken is één van grootste bierbrouwers van de wereld. Het heeft een wereldwijd distributienetwerk en beschikt over 125 brouwerijen in meer dan 70 landen. Het belangrijkste internationale merk is Heineken, maar de Heineken Groep brouwt en verkoopt meer dan 200 merken bier en cider. Van de 125 miljoen hectoliter bier dat wordt verkocht door Heineken, wordt er 14% geproduceerd door *Heineken Netherlands Supply* (HNS), bestaande uit 3 brouwerijen. In de 3 brouwerijen worden meer dan 900 SKU's geproduceerd via 30 productielijnen en wordt verkocht in meer dan 150 landen. HNS telt ongeveer 1.300 werknemers.

De corporate strategie van Heineken is om “de marktleider zijn in elke marktsegment waar het in opereert en om ‘s werelds belangrijkste merkenportfolio te bezitten (met Heineken als belangrijkste premium bier)”. De strategie van HNS, die gelinkt is aan de Corporate strategie, is “een duurzame voorkeursleverancier te blijven bij bestaande en toekomstige klanten door de juiste producten te leveren met de juiste kwaliteit/volume verhouding, op het juiste moment, de juiste plaats en tegen de beste prijs”.

Heineken is een van 's werelds grootste brouwers van bier en cider.



De logistieke doelstellingen van HNS

De logistiek doelstellingen die voortkomen uit deze geïntegreerde strategie kunnen gedefinieerd worden als:

1. De juiste dingen doen (→ effectief zijn):
 - Pre-set service en kwaliteit;
 - De beste zijn in nieuwe product introducties. (op het gebied van kosten en introductietijd).
2. De juiste dingen doen in één keer (→ efficiënt zijn):
 - De beste zijn op het gebied van productiviteit;
 - Verzekerd zijn dat de lage (transfer) prijzen gehandhaafd kunnen worden;
 - Werkkapitaal verminderen.

De Supply Chain structuur en Organisatie bij HNS is in het figuur rechtsboven beschreven.

Bij HNS zijn er 3 planningsafdelingen verantwoordelijk voor het nemen van besluiten op strategisch, tactisch en operationeel niveau (zie het figuur rechtsonder).

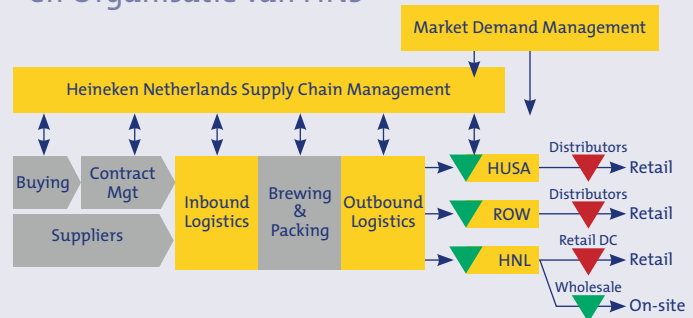
Implementatie Every Angle

Every Angle is in 2007 geïmplementeerd en werd in eerste instantie gebruikt om de kwaliteit en betrouwbaarheid van de data te verbeteren. Ook werd het gebruikt om snel toegang te krijgen tot moeilijk verkrijgbare data uit SAP.

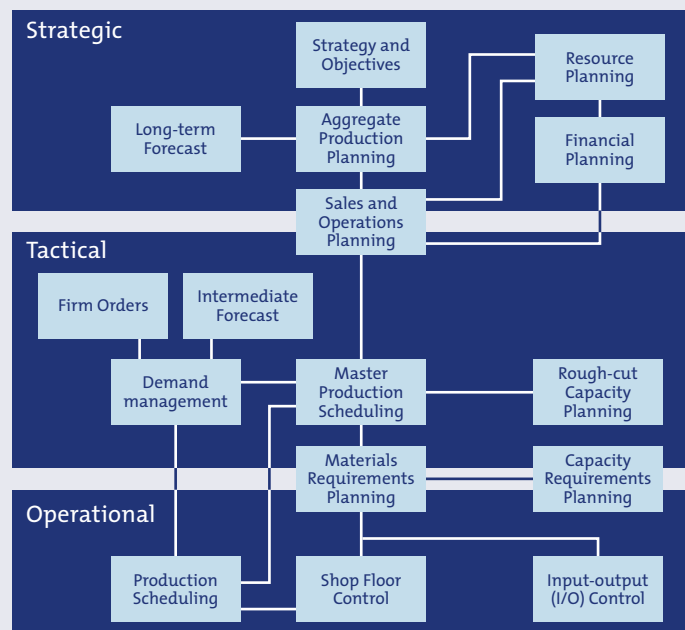
Een bijkomend voordeel is dat de houding van de SAP gebruikers ten opzichte van SAP in korte tijd is verbeterd. Zij zien nu de voordelen van het SAP-systeem en dat het kan bijdragen om de dagelijkse processen binnen Heineken op een efficiëntere manier te laten lopen.

Het is een krachtig hulpmiddel geworden die het management en stafmedewerkers helpen met vragen omtrent de voorraad (met het oog op het verminderen van het werkkapitaal), het meten van de conformiteit aan het vertrekschema van schepen uit de Rotterdamse haven en het bepalen van de Carbon footprint van HNS.

De Supply Chain Set-up en Organisatie van HNS



Planning en Control Framework: Heineken Netherlands



S&OP Dashboard en de Every Angle Dashboard Engine

Heineken is één van de eerste bedrijven in de wereld die de nieuwe Every Angle Dashboard Engine gebruikt binnen Sales & Operations Planning. De KPI's worden op een eenvoudige en toegankelijke manier gepresenteerd via de (interne) website van HNS. Verschillende overzichten worden gepresenteerd, namelijk: voorraad overzichten, service levels, doorlooptijd in de supply chain en metingen van de nauwkeurigheid van bijvoorbeeld de forecast. Meestal is het wel bekend hoe dit soort data geïnterpreteerd en geanalyseerd moet worden, dit is echter wel lastig. Met de nieuwe Every Angle ETL toolset kan dit met minimale inspanning gedaan worden. Een overzicht van de belangrijkste KPI's van Heineken Nederland wordt gepresenteerd als een balanced score card. In een historisch overzicht beoordeelt het management van Heineken Nederland snel de vooruitgang van de KPI's en vergelijkt het met de vooraf gestelde doelen. Ook heeft het KPI dashboard krachtige en intuïtieve functionaliteiten om de data verder te analyseren, zoals de drill-down en slice & dice mogelijkheden.

De data die door de Every Angle Dashboard Engine wordt geleverd om de S&OP Dashboard te maken is voornamelijk afkomstig uit SAP. Andere bronnen als Oracle, SQL en zelfs Excel kunnen hier de data voor aanleveren.

Resultaten

De resultaten die Heineken Nederland heeft behaald door het implementeren van Every Angle zijn zeer positief. De terugverdientijd van de totale investering is relatief kort.

De belangrijkste resultaten zijn:

- Verbeterde betrouwbaarheid van de master data en transactiegegevens;
- De acceptatie van SAP onder de gebruikers is verbeterd en wordt beter gebruikt;
- Betere grip op de prestaties van de Supply Chain;
- Lagere voorraden;
- Betere en snellere managementinformatie en KPI-metingen.



Heineken

↑ Anton de Romijn, Strategic Supply Chain Analyst
Heineken Netherlands:

“De succesvolle implementatie van Every Angle heeft veel positieve effecten gehad. Medewerkers beschikken nu over nauwkeurige data en een up-to-date beeld van de prestaties van HNS, dat motiverend werkt om goede scores te realiseren. Ik verwacht ook dat de toegenomen inzicht in de relatie tussen de verschillende KPI's zal leiden tot een continue optimalisatie cyclus.”

➤ Fred Holvast, Logistics Director
Heineken Netherlands:

“Every Angle en het KPI Dashboard helpt het management van de brouwerijen om een betere grip te krijgen op de prestaties van de Supply Chain. Mede daardoor verbetert Heineken Nederland de dienstverlening voor de nationale en internationale klanten tegen lagere kosten”.