

3 TIPY, JAK DO BEZPAPÍROVÉ EDI KOMUNIKACE ZAPOJÍTE I TY NEJMENŠÍ DODAVATELE

Elektronickou výměnu dat (EDI) již tradičně využívají odběratelé a dodavatelé v segmentech s rychloobrátkovým zbožím (FMCG) a automotive. V posledních letech se však zabydluje také v e-commerce, velkoobchodech s elektrotechnickým materiálem nebo nově ve stavebninách.

O výhodách a přínosech EDI komunikace už dávno není sporu a každý odběratel využívající EDI denně čerpá z benefitů, které automatizované přenosy a zpracování dokladů přináší. Namátkou to je spolehlivé objednávání, zefektivnění příjmu zboží, neuvěřitelné zrychlení práce s doklady nebo automatická likvidace přijatých zbožových faktur.

K dokonalosti však často chybí, aby EDI využívali všichni dodavatelé a odběratel tak mohl automatizovat zpracování 100 % svých dokladů. Proč se tak neděje?

Většina odběratelů se při zavádění EDI logicky a správně soustředí na své největší dodavatele, kteří tvoří největší objem dokladů. S nasazováním EDI pak často končí ve chvíli, kdy elektronicky zpracovávají 55–75 % dokladů. Pociťují úsporu nákladů, růst efektivity i rychlou

návratnost investice a projekt vyhodnotí jako úspěšný.

Navzdory tomu v jejich portfoliu zůstávají i stovky malých dodavatelů, se kterými nadále komunikují e-mailem, faktury přijímají papírově nebo jako PDF v e-mailu. Ve výsledku asi pětinu dokladů zpracovávají stále ručně.

Co s tím? Inspirujte se u nejúspěšnějších firem a vyzkoušejte tři osvědčené metody, pomocí kterých zapojíte do EDI 100 % svých dodavatelů.

1. UMEJTE DODAVATELŮM CESTIČKU: ZJEDNODUŠTE PROCESY

Čím jednodušší zapojení do elektronické výměny dat, tím méně protiargumentů. Tato jednoduchá poučka platí na všechny – i na ty nejmenší dodavatele.



„Problém nastává, pokud dodavatel využívá informační systém, který EDI nepodporuje nebo by jeho implementace byla nákladná. Druhým problémem je ekonomická návratnost EDI. Pokud si s dodavatelem vyměníte jednu nebo dvě objednávky měsíčně, nemá pro něj smysl EDI integrovat, protože výsledná úspora za to nestojí,“ říká David Reichel, produktový manažer ORiON EDI společnosti GRiT.

EDI ušetří nejvíc práce, když je integrované do informačního nebo účetního systému. Dodavatel v něm pak jednoduše vystaví fakturu a kliknutím odešle svému obchodnímu partnerovi.

„Problém nastává, pokud dodavatel využívá informační systém, který EDI nepodporuje nebo by jeho implementace byla nákladná. Druhým problémem je ekonomická návratnost EDI. Pokud si s dodavatelem vyměníte jednu nebo dvě objednávky měsíčně, nemá pro něj smysl EDI integrovat, protože výsledná úspora za to nestojí. Někteří menší dodavatelé pak vůbec nemají informační systém a pracují například jen s Excelem,“ říká David Reichel, produktový manažer ORiON EDI společnosti GRiT. I pro takové dodavatele ale existuje řešení: [ORiON webEDI](#). Jednoduchý webový portál, přes který si dodavatel elektronicky vyměňuje dokumenty s odběrateli. Není potřeba integrace ani dlouhého zaškolení, systém lze zprovoznit za jedno odpoledne. WebEDI sice práci zcela neautomatizuje, nicméně zajišťuje spolehlivé a včasné doručení všech objednávek a slouží k přípravě dodacích listů, včetně paletových štítků a SSCC kódů. Dodavatel s webovým EDI získá také spolehlivý bezpapírový archiv faktur a přehled, které faktury protistrana přijala, které odmítla a proč.

Provoz webEDI portálu obvykle platí odběratel a nejmenší dodavatelé jej využívají zdarma. Výhodou je možnost způsobení portálu konkrétním procesům odběratele. V portálu se pracuje podobně jako třeba v internetovém bankovníctví, takže se v něm snadno zorientuje každý.

Odběratelem, který customizovaný webEDI portál využívá, je například Alza. Ta má téměř 800 dodavatelů, 75 % z nich používá EDI. „EDI dnes považujeme za normu a prezentujeme ho tak i našim dodavatelům. Customizovaný portál u nás funguje dobře. V začátcích bylo důležité nastavení – museli jsme rozšířit možnosti portálu, abychom mohli přijímat dodávky na různá dodací místa v českých i slovenských skladech,“ vysvětluje senior účetní a EDI konzultantka Alzy **Monika Ježková**.

Podle Ježkové má EDI výhody nejen pro Alzu, ale i pro její dodavatele, včetně

těch nejmenších. „Pro nás je důležitá úspora ruční práce, zrychlení logistických i účetních procesů a lepší přehled o objednaném a dodaném zboží. Dodavatelé ocení zrychlení zpracování faktur a odstranění problémů se ‚zatoulanými‘ fakturami. Také ihned dostanou zprávu o přijetí faktury nebo o potížích při jejím zpracování. Díky tomu můžou problémy ve fakturách řešit ihned a ne až při kontrole salda,“ popisuje.

2. NABÍDNĚTE DODAVATELŮM RYCHLEJŠÍ PLATBU ZA ZBOŽÍ

Velcí odběratelé často mívají měsíční splatnost faktur, což pro menší dodavatele bývá problém. Svě peníze potřebují co nejrychleji, aby mohli nakoupit další zboží nebo pokračovat ve výrobě. S tím pomůže [Platba od Rogera](#).

Funguje to jednoduše: Roger převezme od dodavatele fakturu, za poplatek mu ji obratem proplatí a počká si na pozdější peníze od odběratele. Dodavatel tak nemá prostoje a peníze na účet



Ilustrace: Shutterstock.com/Profit_Image

dostane už do tří dnů od vystavení faktury. Když službu nabídnete dodavatelům zapojeným do EDI, získáte další silný argument.

„Ve spolupráci s Rogerem nabízíme službu Alza Invoice Financing. Slouží k rychlému financování faktur malým dodavatelům. 75 % z částky faktury získají už do tří dnů od vystavení faktury,“ vysvětluje Ježková.

3. VYUŽIJTE PROFESIONÁLY

Někteří malí dodavatelé se k elektronické výměně dat stavějí skepticky už z principu. Nevidí v ní výhody a EDI vnímají jako zátěž, která je nutí měnit zaběhnuté postupy a učit se něco nového.

Proto je lepší, když si s nimi o EDI promluví zkušení konzultanti. Dokážou jim, že je EDI levné, otevírá cestu k dalšímu byznysu a zlepšuje zaběhnuté postupy. „Odběratelé po nasazení EDI a zaškolení často žádají o pomoc se zapojením dodavatelů. A my jim vycházíme vstříc. Máme vyladěný proces roll-outu, díky kterému se nám daří malé dodavatele úspěšně zapojovat,“ popisuje **Michal Reznér**, projektový manažer ORION EDI.

Podle Ježkové pak u malých dodavatelů převládá pozitivní zpětná vazba. „U některých dodavatelů jsme překvapení pozitivním přístupem k EDI, s těmi menšími je často lepší a rychlejší spolupráce než s korporáty, kde implementace EDI trvá i roky,“ dodává.

www.grit.cz

INZERCE

VÁŠ VELKOOBCHOD

Velkoobchod s originálním dárkovým zbožím a aromaterapií z celého světa nyní i v Čechách. Objednejte online s doručením v následující pracovní den! Máme na výběr více než 3000 produktů.



S DÁRKOVÝM ZBOŽÍM

Showroom: Zavorská 10/G,
917 01 Trnava, Slovenská Republika
Kontakt: +421 (0)33 558 60 68
kontakt@awgifts.cz
EShop: www.awgifts.cz



DÁRKY A SUVENÝRY



RUČNĚ VYRÁBĚNÁ MÝDLA



AROMATERAPIE



EXOTICKÁ KADIDLA



LUXUSNÍ MÝDLOVÉ KVĚTY

ZÍŠKEJTE BONUS ZDARMA PŘI PRVNÍ OBJEDNÁVCE

3995 Kč

V MALOOBCHODNÍCH CENÁCH

Na přivítanou Vám poskytneme Bonus při první objednávce. Objednejte si zboží za více než 3995Kč (bez DPH a poplatku za dopravu) a dostanete od nás zboží za více jak 3995Kč v maloobchodní ceně jako dárek!

Navštivte naši novou webovou stránku a objednejte ještě dnes!

www.awgifts.cz