

# Het Pareto-principe en de toepassing ervan in de supply chain



**Werk slim, niet hard.** Deze veelgebruikte uitdrukking in de hedendaagse bedrijfswereld – die benadrukt hoe belangrijk het is om inspanningen te richten op wat echt resultaten oplevert – vat de essentie van het Pareto-principe goed samen.

Het Pareto-principe suggereert dat 80% van de resultaten voortkomt uit slechts 20% van de oorzaken. Om dit idee te ondersteunen, voerde Vilfredo Federico Damaso Pareto verschillende empirische studies uit. De bekendste daarvan was zijn observatie dat ongeveer 80% van het land in Italië (en dus van de landbouwopbrengsten) in handen was van slechts 20% van de bevolking. Er wordt ook gezegd dat hij een soortgelijk patroon opmerkte in zijn eigen tuin, waar 20% van de planten verantwoordelijk was voor de productie van 80% van het fruit.

Dit idee, dat 20% van de acties of oorzaken 80% van de resultaten bepalen, is de reden waarom het Pareto-principe ook vaak de **80/20-regel** wordt genoemd.

Toegepast op supply chain management en voorraadbeheer, suggereert dit principe dat acht van elke tien euro omzet uit slechts 20% van het productassortiment komt. Maar hier zullen we later in het artikel dieper op ingaan.

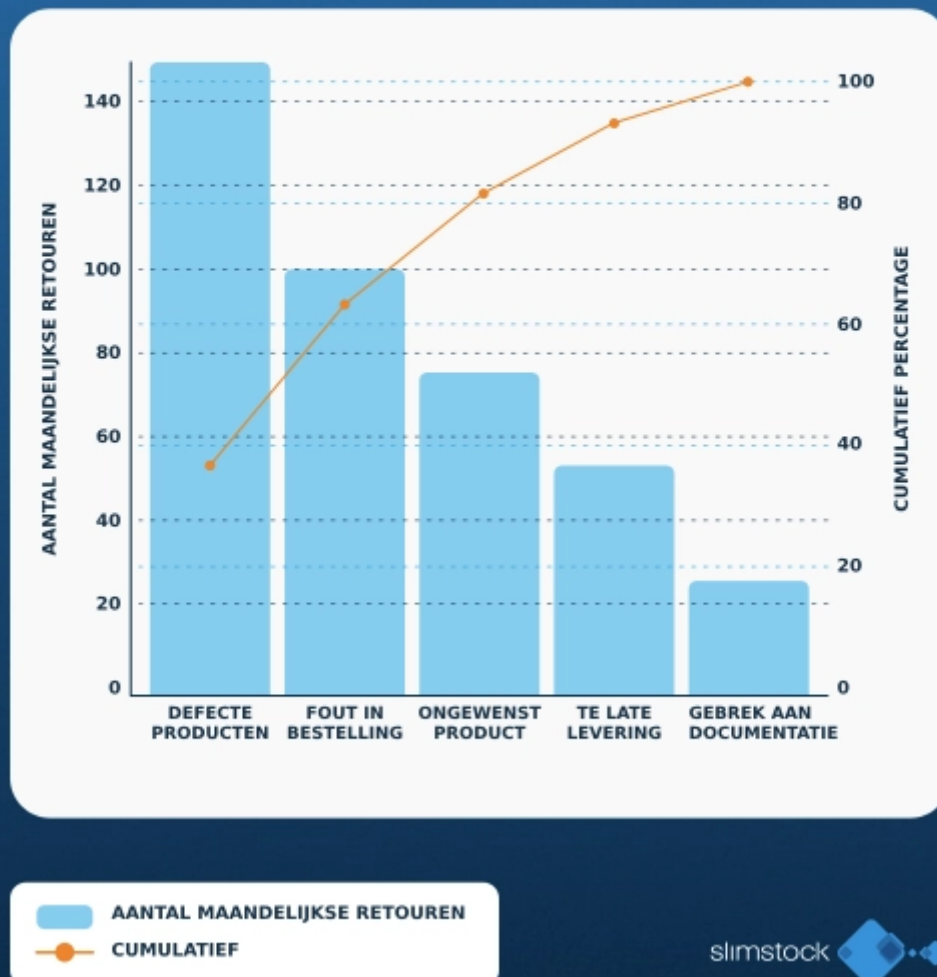
## Wat is het Pareto-principe?

Zoals we al eerder vermeldden, is het Pareto-principe een statistisch idee dat verklaart hoe resultaten vaak ongelijk verdeeld zijn. Meestal in een 80/20 verdeling, waarbij een klein aantal oorzaken tot de meeste effecten leidt. Dit concept werd eind 19e eeuw geïntroduceerd door de Italiaanse econoom Vilfredo Pareto.

Het is geen strikte wiskundige regel, maar meer een handige richtlijn om patronen van onbalans op te sporen. De exacte verhouding is niet altijd 80/20, het kan ook 70/30 of zelfs 90/10 zijn, maar de belangrijkste conclusie is hetzelfde: een klein deel van de input heeft de neiging om de meerderheid van de resultaten te bepalen.

Door het Pareto-principe toe te passen, kunnen bedrijven en individuen middelen effectiever gebruiken, stellen de juiste prioriteiten en zich richten op wat echt het verschil maakt.

# Pareto diagram: Redenen voor retouren



## Voorbeelden van het Pareto-principe

Het Pareto-principe komt op veel verschillende gebieden voor. Hier volgen enkele van de meest voorkomende voorbeelden:

## 1. IN BEDRIJFSBEHEER

In het bedrijfsleven is het vaak zo dat 20% van de interne processen leidt tot 80% van de operationele resultaten. Een klein aantal strategische initiatieven zorgt voor de meeste grote verbeteringen in een bedrijf. Evenzo is een klein percentage werknemers vaak verantwoordelijk voor het grootste deel van de productiviteit. Daarom is het zo belangrijk om toptalent te erkennen en te behouden.

## 2. IN MARKETING

Marketingstrategieën volgen ook dit patroon. Normaal gesproken genereert 20% van de campagnes ongeveer 80% van de totale impact. Hetzelfde geldt voor webverkeer: een handvol trefwoorden brengt meestal de meeste bezoekers naar een website.

## 3. IN SUPPLY CHAIN

Bij het beheren van voorraden merken bedrijven vaak dat een klein aantal producten het grootste deel van de totale voorraadwaarde uitmaakt. Daarom is het zinvol om meer aandacht te besteden aan deze belangrijke artikelen. We zullen hier later dieper op ingaan, samen met hoe de **ABC-methode** bedrijven kan helpen om hun productassortiment effectiever te beheren. Op dezelfde manier is 20% van de leveranciers inkoop doorgaans verantwoordelijk voor 80% van de totale aankopen, waardoor het essentieel is om sterke relaties op te bouwen met deze belangrijke partners.

## 4. IN HET DAGELIJKS LEVEN

Het Pareto-principe kan ook worden toegepast op ons dagelijks leven. Zo leidt 20% van de taken die op een uitvoeren we dag vaak tot 80% van de resultaten die we behalen. Op dezelfde manier zijn het in onze professionele netwerken meestal 20% van de mensen die voor de meeste banen of zakelijke kansen zorgen. Dit benadrukt het belang van het koesteren en versterken van die

belangrijke relaties.

Deze voorbeelden laten zien hoe het Pareto-principe kan helpen om de gebieden te identificeren waarop we onze inspanningen moeten richten, zodat we onze middelen optimaliseren en maximale resultaten behalen.

## Voordelen van het toepassen van het Pareto-principe

In het bedrijfsleven biedt het Pareto-principe een reeks praktische en strategische voordelen.

### OPTIMALISATIE VAN BRONNEN

Een van de belangrijkste voordelen is de optimalisatie van middelen. Door het Pareto-principe toe te passen, kunnen organisaties de gebieden aanwijzen die de grootste impact hebben en hun inspanningen daarop richten. Dit helpt tijdverspilling aan niet-productieve activiteiten te voorkomen en zorgt voor betere algemene prestaties.

### VERBETERDE BESLUITVORMING

Een ander belangrijk voordeel is een betere besluitvorming. Door te vertrouwen op gegevens die de belangrijkste drijfveren achter resultaten identificeren, kunnen bedrijven beter geïnformeerde en meer strategische beslissingen nemen en zich effectiever positioneren op de markt. Deze aanpak verbetert ook de **operationele efficiëntie**, omdat het helpt om processen te stroomlijnen en knelpunten te elimineren, zodat de middelen daar terechtkomen waar ze het belangrijkst zijn.

## HOGERE WINSTGEVENDHEID

Wat winstgevendheid betreft, kunnen bedrijven hun winstmarges aanzienlijk verhogen door zich te richten op de 20% meest waardevolle producten of klanten. Dit wordt ook ondersteund door kostenbesparingen, omdat bedrijven stoppen met het investeren van middelen in activiteiten of producten met een lage impact en in plaats daarvan dat budget toewijzen aan effectievere initiatieven.

## MEER TEVREDEN KLANTEN

Het toepassen van het Pareto-principe kan ook de klanttevredenheid enorm verbeteren. Door zich te richten op de producten, diensten of processen die de meeste waarde voor klanten opleveren, kunnen bedrijven hun relaties met hen versterken, wat leidt tot een grotere loyaliteit en een positievere merkperceptie.

### **Focussen op wat belangrijk is: het geval van Distrivet**

Distrivet, een leider in de distributie van veterinaire producten in Spanje en Portugal, heeft zijn supply chain aanzienlijk verbeterd door het Pareto-principe toe te passen en zijn productassortiment te stroomlijnen. Dankzij Slim4 te implementeren heeft het bedrijf zijn voorraadbeheer geoptimaliseerd en zich gericht op de meest kritieke producten die het grootste deel van de voorraadwaarde vertegenwoordigen.

Dankzij deze strategie heeft Distrivet een serviceniveau van 99% bereikt, een stijging van 16,5 procentpunt sinds de implementatie, terwijl de voorraad met 17% is gedaald. Dit betekent dat er 5 miljoen euro minder in voorraad ligt. Bovendien zijn de voorraaddagen met 40% gedaald, wat wijst op een efficiëntere aanpak die zich richt op de producten met de grootste impact.

## Het Pareto-principe toepassen op voorraadbeheer

Een veelvoorkomende uitdaging bij voorraadbeheer is beslissen op welke producten men zich moet concentreren. Bedrijven investeren uiteindelijk vaak te veel geld in producten die geen significante waarde toevoegen, terwijl de producten die er echt toe doen misschien niet de aandacht krijgen die ze nodig hebben. Dit is waar een ABC-analyse om de hoek komt kijken, een methodologie die ons helpt bij het prioriteren van producten en het optimaliseren van onze supply chain.

### GEDIFFERENTIEERD VOORRAADBEHEER

Een van de duidelijkste voordelen van ABC-analyse is dat het **gedifferentieerd voorraadbeheer** mogelijk maakt. Voor A-producten wordt een veel strenger voorraadbeleid geïmplementeerd. Dit kan dagelijkse of wekelijkse voorraadbeoordelingen inhouden, samen met een frequenter aanvulbeleid om ervoor te zorgen dat deze belangrijke producten altijd op voorraad zijn.

## VOORRADEN OPTIMALISEREN EN KOSTEN VERLAGEN

Een ABC-analyse helpt ons om onze **voorraden te optimaliseren**, vooral als het gaat om C-producten, die vaak een groot deel van de opslagkosten uitmaken zonder veel waarde toe te voegen. Door deze producten op een minimaal niveau te houden of op afzet te beheren (indien mogelijk), kunnen we magazijnruimte vrijmaken en het kapitaal dat vastzit in de voorraad verminderen.

## PLANNING VAN DE AFZET

Met een ABC-analyse kan je ook de afzet beter plannen. Als je weet welke producten het belangrijkst zijn, kun je veel nauwkeuriger forecasten. Als jij bijvoorbeeld weet dat A-producten essentieel zijn voor het bedrijf, kan je ervoor zorgen dat de afzetplanningsprocessen nauwkeurig zijn afgestemd op deze artikelen. C-producten kunnen daarentegen minder vaak worden beheerd, waardoor afnemende kosten en complexiteit.

## Veelgemaakte fouten bij het toepassen van de ABC-methode

Veel bedrijven gebruiken ABC-analyse, maar dat betekent niet altijd dat ze de informatie die oplevert het optimaal benutten of correct toepassen. Hier volgen enkele van de meest gemaakte fouten bij het uitvoeren van traditionele ABC analyses:

## ONVOLDOENDE CONTROLE OP VRAAGVOORSPELLING

Een veelgemaakte fout is dat men zich uitsluitend richt op historische gegevens zonder rekening te houden met toekomstige forecasts van de vraag in de ABC-classificatie. Wat gebeurt er

bijvoorbeeld met trendgevoelige producten? Als we ons alleen baseren op gegevens uit het verleden, lopen we het risico dat we artikelen die in de lift zitten of artikelen die in de lift zitten verkeerd classificeren. En hoe zit het met seizoensgebonden artikelen? Als we het hoogseizoen voor een seizoensgebonden product naderen en alleen naar gegevens uit het verleden kijken, zullen onze classificatie en daaropvolgende beslissingen niet overeenkomen met de huidige situatie van het product.

## VERTROUWEN OP ÉÉN ENKEL ANALYSECRITERIUM

We zullen hier later dieper op ingaan, maar het is cruciaal om niet alles op slechts één criterium te baseren. Het is essentieel om verschillende criteria met elkaar te vergelijken om ervoor te zorgen dat de resultaten veel nauwkeuriger en waardevoller zijn voor het bedrijf.

## DE ABC-ANALYSE NIET BIJWERKEN

In veel gevallen wordt de ABC-analyse op een uitgevoerd specifiek tijdstip en vervolgens weken of zelfs maanden ongewijzigd gelaten. Het is net zo belangrijk om de juiste regels voor classificatie op te stellen als de processen om de analyse regelmatig bij te werken. De frequentie van updates hangt af van elk bedrijf, maar het is belangrijk om deze optimale updatecyclus te definiëren.

## Conclusie: richt jouw inspanningen op wat belangrijk is

Als jij deze blogs regelmatig leest, weet jij dat wij benadrukken hoe belangrijk het is dat professionals in de supply chain zich richten op wat echt belangrijk is. Daarom benadrukken wij dat operationele teams geen tijd moeten dokken met het blussen van brandjes, maar in plaats daarvan moeten een **management by exception-systeem** gebruiken. Bij het beheren van productassortimenten helpt het Pareto-principe ons te focussen op wat het belangrijkste is. Met

andere woorden, het helpt om te concentreren op dat kleine percentage producten dat de meeste impact genereert, of dat nu in verkoop, winstgevendheid of omzet is.

Door het Pareto-principe toe te passen op assortimentsbeheer kan je prioriteit geven aan middelen voor belangrijke artikelen, de voorraad optimaliseren en effectievere strategieën ontwerpen om resultaten te maximaliseren. Kortom, door het Pareto-principe in jouw voordeel te gebruiken, kan je jouw activiteiten vereenvoudigen en kan jij je richten op wat echt waarde toevoegt aan het bedrijf.



**Manuel Yagüe**

Laatst geüpdatet: 06/10/2025

# Word lid van ons netwerk. Maak contact, leer en groei met branchegenoten!

De kracht van echte integratie in E2E-planning

---

Experts in supply chain optimalisatie | Voorraadbeheer  
Supply Chain Planning | Geïntegreerde Bedrijfsplanning

---

Ontdek onze [Academy-cursussen](#)

Ontmoet ons op onze [evenementen](#)

Bezoek ons op: <https://www.slimstock.com/nl/>

