TEKSTEN: **Stefan van der Velden**
BEELDMATERIAAL: **ONLINE RETAILER**

Rechtstreeks leveren

De pure players op e-tail gebied ontwikkelen zich verder en sommigen zitten midden in het proces van het openen van fysieke winkels. Bijna alle traditionele retailers hebben naast de fysieke winkels ook online winkels en de meeste leveranciers zijn volop bezig of hebben de eerste stappen gezet om naast hun traditionele uitleverkanalen een online kanaal richting de consument op te zetten. Met andere woorden, alle schakels in de keten gaan rechtstreeks leveren. Dat zegt Wendel Dijker, managing consultant & partner van Groenewout.

"GELD KAN JE ALS CONSUMENT MAAR ÉÉN KEER UITGEVEN"

Dijker vervolgt: "Uitdagingen als cross-border leveringen, afhandeling van retourstromen, mass customization krijgen op termijn een standaard oplossing. Op gebied van flexibiliteit in keuzemogelijkheden voor de klant waar ze wat, in welke vorm kunnen ophalen of afgeleverd krijgen, zijn we al verder op weg met het aanbieden van standaard oplossingen. Uiteindelijk zullen alle partijen van multi-channel via cross-channel naar omni-channel leveringen zijn omgeschakeld, waarbij je wellicht ook nog wel zou kunnen zeggen dat de consument de katalysator is (geworden) van SCM-ontwikkelingen als SC collaboration en SC visibility."

BELOFTE WAARMAKEN

Geld kan je als consument maar één keer uitgeven en een product kan een leverancier maar één keer verkopen, stelt Dijker terecht. "De ontwikkelingen op e-commerce gebied en dan met name de omni-channel mogelijkheden vergroten het gemak van de klant om die koop te sluiten. Hoe mooi de ontwikkelingen met apps, tablets, internetzuilen aan de voorkant ook zijn, uiteindelijk moet de belofte ook in de uiteindelijke levering kunnen worden waargemaakt. Retailers die zich op de online markt begeven zijn tegen problemen aangelopen op logistiek gebied met name omdat de karakteristieken van de online orders (bijvoorbeeld het gemiddeld aantal regels per order en de andere verpakkingseenheden) beduidend anders zijn dan die van de leveringen (bevoorradingen) aan de winkels. Specifiek voor leveranciers die zich op de online markt begeven zal dit verschil nog groter zijn.

DRIE STAPPEN

Dijker: "Als we kijken naar de logistiek gaan wij er vanuit dat de verschillende kanalen vanuit een voorraadpunt (magazijn of distributiecentrum) bediend moeten kunnen worden. Daarin zijn drie stappen te onderscheiden die aangeven in hoeverre de voorheen 'normale' wereld is geïntegreerd met de online wereld:

TEN EERSTE INTEGRATIE OP VOORRAADNIVEAU:

De (beperkt) beschikbare voorraad moet voor alle kanalen beschikbaar zijn, waarbij reservering, allocatie en available to promise (AtP) goed moeten werken. Visibility van de voorraad is dan key. Goede IT systemen (ERP en WMS) en samenwerking tussen partners is essentieel.

TEN TWEEDE INTEGRATIE VAN PICK SYSTEMEN

Als de voorraad integraal kan worden ingezet voor alle kanalen wil je eigenlijk één concept waarbij de opslag en orderpicking van deze goederen kan worden afgehandeld. Wij zeggen dus niet één methode maar één concept, waarbij verschillende pickmethoden afhankelijk van situatie op de dag, order profielen en beschikbare voorraad andere pickmethoden kunnen worden toegepast. Een online order die in de ochtend bekend is, kan bijvoorbeeld later op de dag worden gepickt in combinatie met andere (winkel) orders via een batchpicking »

MEER OMZET?
TIPS & TRICKS
OP
ONLINE-RETAILER.NL
OnlineRetailer

"WIJ DENKEN ALTIJD VANUIT DE KERN, HET PROCES"

proces. Terwijl diezelfde bestelling aan het einde van de dag één-op-één wordt verzameld in verband met de cutoff-tijden om de toegezegde levertijd nog te kunnen halen. Ook hier is uiteraard besturing nodig, maar ook een lay-out en inrichting (mechanisatie) die hiermee om kan gaan

TEN DERDE OP VERPAKKINGSNIVEAU.

Kan bij een traditionele operatie één inpakker meerdere orderverzamelaars bijhouden, bijvoorbeeld omdat de mixed pallets die zijn gepickt alleen nog maar hoeven te worden gewikkeld en voorzien van een verzendlabel, bij een online order is dat precies andersom. Eén orderverzamelaar kan vaak makkelijk werk blijven genereren voor 5, 6 of misschien wel 7 inpakkers. Dus zo efficiënt mogelijk picken is wellicht helemaal wel niet het beste. Als je in staat bent om zoveel mogelijk rechtstreeks in de verzenddoos (verzendeenheid) te verzamelen dan kan dat wellicht een iets minder efficiëntere picktijd opleveren, maar wel een integrale besparing en winst in de doorlooptijd.

Met betrekking tot de e-commerce leveringen is er vooral een focus op consumentenproducten, zeg maar zaken die je in een winkel onder je arm mee naar buiten kunt nemen. De gangbare gemechaniseerde systemen en ook de verschillende distributiepartijen kunnen hier goed mee omgaan. Met betrekking tot de ugli's (waarom zouden ze zou heten) is dat een stuk moeilijker. Deze worden daarom ook vaak door specialistische bedrijven gehandeld en gedistribueerd. Maar ook hier zijn voordelen te behalen, omdat verhoudingsgewijs ook deze stroom mee zal ontwikkelen met de totale online markt."

CONSULTANCY

Groenewout is een consultancy bureau op logistiek en SCM gebied en kan in al deze stappen zoals die hierboven zijn genoemd bedrijven ondersteunen. Van strategisch niveau middels bijvoorbeeld Distributie Netwerk studies, voorraadanalyses en in-outsource vraagstukken, tot aan haalbaarheidsstudies voor magazijn en magazijn inrichting, inclusief logistieke en IT systemen en gebouw gerelateerde vraagstukken. Naast de studie/analyse ook de implementatie met tendering begeleiding, project management start up support en change management. "Wij denken altijd vanuit de kern, het proces, welk proces moet er nu uiteindelijk renderen om die vraag, het probleem van de klant het beste op te lossen," stelt Wendel Dijker. "Als dat duidelijk is dan kunnen we daar de logistiek bij bedenken, de opslag en handling systemen bijvoorbeeld en MHE in een magazijn. De volgende stap is dan de IT die de logistiek en deze processen moet aansturen, en uiteindelijk -bij bijvoorbeeld een DC- moet daar nog een gebouw omheen. We denken en ontwerpen dus van binnen naar buiten en realiseren van buiten naar binnen. Verder zijn wij een onafhankelijk bureau en kunnen daardoor altijd vrij zijn in ons denken met betrekking tot de beste oplossing voor de klant. Wij zijn van mening dat behalve de analyse- en ontwerpfase ook de implementatie van belang is. Vooral de wisselwerking tussen beide trajecten geeft uiteindelijk betere oplossingen."