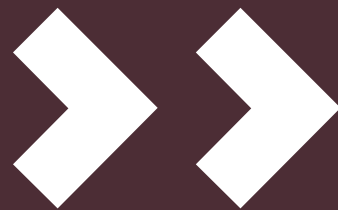




HET VERSCHIL MAKEN MET EEN GOED LOGISTIEK APPARAAT

E-commerce zit enorm in de lift. Het biedt kansen, maar brengt ook zeker uitdagingen met zich mee. Uitdagingen die soms worden onderschat, vooral op logistiek vlak. Mohamed Lasgaa van Groenewout legt uit hoe je het verschil kunt maken met een goed werkend logistiek apparaat.





“Als de visibiliteit niet transparant is, kun je beloftes moeilijk nakomen. En dat is toch cruciaal voor een onderneming anno 2018”

VOORRAAD- EN ORDERMANAGEMENT

Wat je belooft op voorraad te hebben liggen, zal je ook moeten kunnen leveren. In de logistiek heet dat ‘service’. Het klinkt logisch, maar vaak is de visibiliteit op de voorraad ver te zoeken bij bedrijven, zegt Mohamed. “Als de visibiliteit niet transparant is, kun je beloftes moeilijk nakomen. En dat is toch cruciaal voor een onderneming anno 2018. Je wordt er direct op afgerekend. Een goed ingericht ordermanagementsysteem kan een mooie hulp zijn om je orders te beheren. Zeker als je spreekt over bedrijven die zowel online als offline vertegenwoordigd zijn, soms ook met verschillende winkelpunten (onafhankelijke retailers). Eigen winkels zou je ook prima als aparte voorraadpunten kunnen beschouwen. Om die complexiteit te beheersen zijn Supply Chain softwaresystemen, zoals Distributed Ordermanagementsystemen, dan een absolute noodzaak natuurlijk om door het bos de bomen te zien. Door slimme business rules in te richten, kun je sommige items vanuit een winkelvoorraad uitleveren (mocht het item bijvoorbeeld niet meer centraal op stock liggen) en weer andere vanuit het centraal distribu-

tiecentrum. Dat is niet de toekomst, want dit gebeurt al bij een aantal retailers die omnichannel denken en doen. Met een goed logistiek apparaat kun je zo het verschil maken ten opzichte van je concurrentie.”

MARKTPLAATSEN

Vooraf voor de kleine spelers adviseert Mohamed zich aan te sluiten bij een marktplaats. “Door mee te liften op een marktplaatsmodel profiteren kleine spelers van een veel groter bereik. Een bereik dat ze zelf nooit kunnen creëren. Bovendien kunnen ze in sommige gevallen zelfs gebruik maken van de logistieke dienstverlening die deze platformen aanbieden. Dat resulteert vaak in lagere logistieke kosten dan dat ze alles zelf moeten versturen. Als je gebruik gaat maken van een marktplaatsmodel, maar zelf de logistiek gaat verzorgen, is het belangrijk dat je zicht hebt op je voorraad. Heb je dat niet, dan kan je je beloftes niet waarmaken, word je daarop afgerekend en in het ergste geval als onbetrouwbaar gezien door de consument, maar ook door de marktplaatsplatformen zelf. Online kan je imago maken maar ook heel snel breken.”

Ook een toekomst voor de groothandel. Ook voor de groothandel ziet Mohamed nog een belangrijke rol weggelegd in de toekomst. “Er wordt veel gespeculeerd dat productiebedrijven uiteindelijk de groothandels er tussenuit willen knippen, maar vaak heeft een groothandel de fijnmazige logistiek zodanig op orde dat het moeilijk door een productiebedrijf overgenomen kan worden. Daar zijn ze niet op ingericht. Een productiebedrijf is vaak ingericht op het produceren van relatief grote batches en deze op volle pallets in volle trucks of containers bij een groothandel te deponeren. Er zal dus altijd een rol blijven bestaan voor de groothandel om de fijnmazige logistiek te verzorgen richting de eindklant... voorlopig dan toch of niet?”

Dit zijn slechts drie voorbeelden die Mohamed beschrijft, maar die eens te meer aantonen hoe belangrijk een goed ingericht logistiek apparaat is. “Daar mag niet aan voorbij worden gegaan. Toch wordt het nog onderschat, terwijl het je organisatie kan maken of breken.”