

# AKO wijzigt bestelmethode tijdschriften

02-08-2012 00:00

AKO winkels op Schiphol maken sinds kort gebruik van een nieuwe bestelmethode om de schappen met tijdschriften te bevoorraden. De boeken- en tijdschriftenverkoper kiest daarbij voor een pull- strategie vanuit de AKO winkels op Schiphol, in plaats van een push- strategie vanuit leveranciers. Het aanbod aan tijdschriften is zo beter afgestemd op de vraag en de voorraadniveaus zijn tot een minimum worden beperkt, meent de retailer in een persbericht.

De acht AKO-vestigingen op Schiphol kregen vanuit de leveranciers bij nieuwe edities van tijdschriften de volledige uitzet aangeleverd in het magazijn. De winkels verwisselden de oude edities voor de nieuwe, waarna de oude voorraad retour werd gestuurd aan de leverancier. Dit zorgde voor het dagelijks heen en weer sturen van een enorme hoeveelheid tijdschriften, waarbij veel tijd verloren ging. Tevens brengt deze manier van bevoorraden hoge kosten met zich mee.

Binnen de nieuwe strategie doen de AKO-winkels dagelijks een bestelling aan de hand van de actuele voorraad en de verwachte vraag vanuit de consument. In andere branches is deze manier van bestellen al langer gebruikelijk. Wanneer het gaat om het beheren van de voorraad van tijdschriften is de strategie echter vernieuwend, stelt de keten.

Omdat AKO meer dan duizend verschillende tijdschriften in het assortiment heeft, zal de strategische wijziging in het bestelproces van grote invloed zijn op de logistiek, de dagelijkse werkzaamheden en het resultaat van de AKO-winkels op Schiphol. "Door het invoeren van een pull strategie is het voorraadniveau van tijdschriften veel beter op de vraag van de consument af te stemmen", vertelt financieel directeur Evert Bancken. "Hierdoor kunnen wij het kapitaalbeslag van onze voorraad en de benodigde magazijnruimte aanzienlijk verlagen." Dat zal volgens de directeur al op korte termijn een positief effect hebben op het resultaat van de AKO-winkels op Schiphol.