Logistiek Singles’ Day blijft hoofdpijndossier

15-10-2015 22:00

Singles’ Day zet de logistieke afdeling van Alibaba zwaar onder druk. Hoewel Alibaba via big data de verwachte verkopen zoveel mogelijk inschat, blijft de logistieke verwerking een zware kluif. Dat schetst China-correspondent Sjoerd den Daas in het oktobernummer van RetailTrends in een vooruitblik op het naderende kortingsfestijn.

Tijdens de vorige editie van de Chinese variant van Black Friday werden op één dag 278,5 miljoen pakketen verzonden. Dit jaar wordt dat naar verwachting overtroffen. Door de grote stroom pakketten lopen levertijden uit. Gemiddeld bezorgt Alibaba bestellingen na twee of drie dagen, maar vorig jaar liep dat op naar vier à vijf dagen.

Alibaba beschikt nog altijd slechts in beperkte mate over een eigen infrastructuur. De etailer werkt vooral met strategische partnerschappen. Hierdoor kan de e-commercegigant snel opschalen op piekmomenten, terwijl de kosten beheersbaar blijven.

Alibaba gaat de komende jaren echter flink investeren in eigen distributiecentra. Daarnaast is de etailer grootaandeelhouder van het netwerk Cainoa, dat ruim achttienhonderd dc’s, honderdduizend bezorgstations en 25 duizend pick-up points telt.

Cainoa creëert op verzoek van Alibaba korte termijn vier miljoen extra vierkante meters opslagruimte om te levertijden te minimaliseren. In aanloop naar Singles’ Day moeten daardoor de meeste bestellingen in vijftig steden de volgende dag worden geleverd. “De laatste mijl is iets waar we echt mee stoeien. Zeker op het platteland”, zegt vicepresident Sophie Wu van Rural Taobao, de tak die Alibaba's activiteiten naar de afgelegen regio's van China brengt.

In het oktobernummer van RetailTrends worden de logistieke uitdagingen van de shopping extravaganza Singles’ Day verder belicht. Klik hier voor meer informatie over een abonnement.