

Advertorial: JBC boekt tijdwinst aan de kassa met RFID

11-06-2018 09:59



JBC, een grote Belgische kledingretailer met een gezonde portie fun, rolde in 2015 radio-frequency identification (RFID) uit in zijn volledige logistieke keten samen met Checkpoint Systems, een wereldwijde leider in anti-diefstal en RFID-oplossingen voor de retail. Daarmee was JBC één van de voorlopers in België op het vlak van RFID. Drie jaar later blikt de kledingketen tevreden terug en geeft het bedrijf enkele tips mee om RFID succesvol te ontfouwen.

Beleving staat centraal bij modeketen JBC. Zowel de beleving van de klant als van het winkelpersoneel. Gemak en snelheid aan de kassa spelen daarin een belangrijke rol. JBC ging daarom eind 2013 op zoek naar een ondersteunende technologie om extra tijd te winnen aan de kassa en tegelijkertijd het gebruiksgemak voor zijn personeel te verhogen. De oplossing vond JBC in RFID na een positief piloottraject in twee van de 144 winkels.

Fred Tielens, logistiek manager bij JBC: "We boekten dankzij RFID al snel een tiental seconden winst per verkocht kledingstuk aan onze kassa's. Dankzij RFID was het mogelijk om alle kledingstukken van een klant in één keer automatisch in te scannen. Dat maakte het zoeken naar prijskaartjes om te scannen aan de kassa overbodig."

Die tijdswinst zorgde ervoor dat JBC besloot om RFID in te voeren in al zijn winkels en zijn distributiecentrum in Houthalen. Eind 2014 trainde JBC samen met Checkpoint Systems wereldwijd zijn meer dan 100 leveranciers van kledingstukken om de RFID-labels correct in de kledij te naaien. Dat begintraject is cruciaal voor een succesvolle uitrol van RFID. Als het aan de bron goed zit, bespaar je als retailer heel wat problemen in de keten.

Dat is waarom JBC gelijktijdig met het leverancierstraject ook zijn logistieke centrum van RFID voorzag. Begin 2015 voorzag de winkelketen het magazijn van RFID-tunnels. Enerzijds enkele tunnels om inkomende goederen te controleren en anderzijds nog RFID-tunnels om uitgaande goederen na te kijken. Het uitgelezen moment om na te gaan of de leveranciers de RFID-labels correct innaaiden.

Fred Tielens: "De eerste leveringen waren niet volgens verwachting. Sommige van onze leveranciers naaiden de labels foutief in de kleding, zonder rekening te houden met de maat of de kleur. Gelukkig konden we die leveranciers op basis van de controles in ons magazijn meteen bijsturen en zette het ons aan om de controles aan te scherpen."

Daarnaast veranderde RFID de manier van werken in het magazijn. Waar JBC voorheen de geleverde goederen moest natellen en verwerken, komen de goederen nu meteen geteld en getagd aan in JBC's distributiecentrum. Het wegvallen van die tussenstappen verminderde het aantal interne transporten en zorgt vandaag voor scherpere levertijden. JBC kan zijn winkels met andere woorden sneller voorzien van de gevraagde artikelen.

Nadat de leveranciers en het magazijn goed zaten, kon JBC in 2015 beginnen met de uitrol naar zijn winkels. Startschot: een aantal intensieve workshops onder leiding van een projectmanager van Checkpoint Systems. In een eerste fase betrof JBC zijn district managers bij het RFID-traject. En in een latere fase al het winkelpersoneel. RFID verandert namelijk de klassieke manier van werken in een winkel. Voor een optimale integratie van de RFID-technologie in de kassa's werkte JBC met een pilootproject dat een half jaar in beslag nam. Er komen toch wat uitdagingen bij kijken: RFID-lezers aan de kassa's, koppeling met de RFID-labels, computers in de backroom, etc.

Een aandachtspunt dat JBC tot slot graag meegeeft aan andere retailers die overwegen RFID in te voeren: betrek bij het hele RFID-traject een IT-verantwoordelijke. Denk aan de software van de kassasystemen, het ERP-systeem en het netwerk. Er komen ongetwijfeld extra kosten bovendien die je goed in kaart moet hebben. Zo had JBC voor de komst van RFID enkel wifi rond de kassa's. Terwijl RFID wifi vereist op de hele winkelvloer tot de opslagruimte toe. Maar er is ook extra bekabeling nodig in de winkels. De RFID-labels moeten communiceren met de kassa's. Toch wegen die extra kosten niet op tegen de voordelen van RFID als je weet wat je met RFID kunt bereiken.

Fred Tielens: "Ons winkelpersoneel wil niet meer terug naar de tijd voor RFID. De werkdruk aan de kassa's nam aanzienlijk af. En ze hebben extra tijd om onze klanten in de winkel advies te geven."

En de toekomst? De laatste stap die het RFID-verhaal bij JBC helemaal af maakt is de inventarisatie van al zijn artikelen. De kledingretailer zou dan al zijn goederen kunnen lokaliseren waar ze zich effectief bevinden in het levertraject (van leverancier tot winkel). Een extra dimensie voor het voorraadbeheer van de modeketen.

www.checkpointsystems.com