

Hoe HEMA in logistiek een volgende stap zet

05-09-2019 13:00



Branded content

HEMA werkte al twaalf jaar samen met dezelfde supplychainpartner. Tot begin dit jaar, want toen maakte de winkelketen de overstap naar APL Logistics. Uit een tender die in juli vorig jaar werd uitgezet, kwam een longlist van een aantal potentiële logistieke dienstverleners. De uiteindelijke keuze voor APL Logistics heeft onder meer te maken met het uitgebreidere dienstenpakket, vertelt HEMA's hoofd logistieke planning Guido Hillesum. Hij wijst op de mogelijkheid van documentenbeheer en het gebruik van zogenoemde 'workflows'. "Daarmee kunnen we eenvoudig de juiste mensen koppelen aan besluiten die in de supplychain moeten worden genomen", legt hij uit. "Dat vinden we heel fijn, want met kantoren in Azië en Amsterdam, een support office en een distributiecentrum zitten onze mensen verspreid over veel verschillende plekken."

Een van de belangrijkste facetten is het zogenoemde management by exception: de inkomende logistieke goederenstroom wordt geanalyseerd op basis van afwijkingen. "Alle processtappen worden door APL Logistics beheerd en binnen alle stappen is een bepaalde bandbreedte", legt Hillesum uit. "Op een moment dat een stap buiten de bandbreedte valt, een bepaalde handeling in een van de havens duurt bijvoorbeeld te lang, dan hebben we afspraken met elkaar gemaakt wie daar een besluit over kan nemen. Je ziet zo heel snel waar pijnpunten zitten en kunt daar leveranciers of transporteurs op aanspreken, of intern ingrijpen. Dat zorgt voor meer continuïteit in de supplychain." Voor klanten leidt dat volgens Hillesum tot een verbeterde productbeschikbaarheid in de online en offline winkels.

Internationale groei

De overstap heeft ook te maken met de steeds verdergaande internationalisering van HEMA. Tot voor kort was de retailer actief in Nederland en een aantal Europese landen, inmiddels zijn Dubai en Qatar daarbij gekomen en staat de stap naar de Verenigde Staten en Canada op de planning. "Voorheen waren we puur met import bezig", zegt Hillesum over de logistieke kant van die uitbreiding. "Nu komt daar een exportdeel bij." Een wereldwijd actieve partner als APL komt daarbij goed van pas. "Je wilt uiteindelijk een global network hebben om niet alleen je inkomende, maar ook je uitgaande goederenstroom goed te beheren."

De logistieke operatie van HEMA wordt sowieso steeds complexer, zegt Hillesum. "Van origine hadden we winkels en een e-commercekanaal. Nu gaan we steeds meer internationaal, maar ook richting andere platforms." Zo verkoopt HEMA sinds kort via Wehkamp. "Dat is ook anders dan hoe we het voorheen deden." HEMA is bijvoorbeeld gewend producten gemixt uit te leveren aan zijn winkels. Andere klanten ontvangen wellicht liever dozen of pallets van één product. "En je kunt je ook voorstellen dat als we naar Amerika leveren, we dat misschien niet vanuit Europa doen. APL Logistics heeft in Azië magazijnen in iedere haven, van waaruit producten van onze leveranciers naar Nederland worden gestuurd. In de toekomst leveren we misschien van daaruit ook naar Amerika. Dat zijn keuzes waar we nu voor staan en over nadenken."

Nieuwe services

Om over resultaten van de overstap te spreken is het nog wat vroeg. Dat HEMA 'in de basis tevreden' is, kan Hillesum wel al kwijt. "We zijn in januari begonnen, hebben net het implementatietraject achter de rug en 28 havens in het Verre Oosten zijn aangesloten. Pas sinds juli zijn we compleet live. De eerste containers zijn binnen en het gaat prima tot nu toe. We zitten nog in de overgangsfase." Intussen kijkt HEMA al wel voorzichtig verder naar volgende logistieke diensten van zijn nieuwe partner, want voor de start is alleen een basispakket in gebruik genomen. "We hebben het bestaande proces zoals het er lag overgenomen", vertelt business development manager retail Carl Koene van APL Logistics. "Maar we werken met meer retailers wereldwijd en daar hebben we al een aantal best practices die we voor HEMA nog niet realiseren." Wat er voor de Nederlandse retailer nog meer mogelijk is, gaan beide partijen samen bekijken. "Op het gebied van expansie zou je kunnen denken aan direct shipments naar franchisepartners", noemt Koene als mogelijkheid. "Wij kunnen de huidige situatie vergelijken met direct shipment, in termen van kosten en tijd. Komt daar iets positiefs uit, dan zou je een test kunnen doen."

Kosten blijven voor HEMA een belangrijk thema. Het terugdringen van de kosten was dan ook een belangrijke factor bij de keuze voor een nieuwe logistiek dienstverlener, zegt Hillesum. Die besparingen zitten hem vooral in de optimalisering van processen. "Als je focust op vroegtijdig signaleren van afwijkingen en daarmee bijvoorbeeld een hele e-mailstroom kunt voorkomen, is dat indirect een kostenbesparing. Het kost minder werk, minder tijd. Kortom: meer efficiëntie betekent lagere kosten."