

Zo pluk je als online retailer de vruchten van de groei binnen e-commerce

29-06-2020 12:12



Door Johannes Panzer

Hoofd productstrategie e-commerce bij Descartes

Fysiek winkelen is niet meer wat het geweest is. Regels als eenrichtingswegen voor voetgangers en een maximaal aantal klanten per winkel, hebben de winkelgewoonten voorgoed veranderd. Dat wordt ook weerspiegeld in de omzetgroei van webwinkels ten opzichte van een jaar geleden. In het eerste kwartaal van 2020 is dit [18,8 procent](#) en in april maar liefst [52,4 procent](#). Als online retailer wil je daar natuurlijk de vruchten van plukken, maar hoe doe je dat? Eén ding is zeker: met oude werkwijzen en traditionele systemen lukt dat niet. We leven in een economisch klimaat dat van dag tot dag verandert. Als je de boot niet wil missen, is flexibiliteit en veerkracht essentieel. En daar kan technologie bij helpen.

Schaalbaarheid tijdens pieken

Voor het realiseren van een optimaal leveringsproces is het zaak dat je als retailer snel kunt opschalen, zodat je in kunt spelen op de veranderende vraag. Maar hoe pak je dat aan? Een cruciaal onderdeel daarvan is het inschakelen van extra mankracht, dat orders nauwkeurig kan picken en verzenden. Door de crisis kunnen e-commercebedrijven momenteel vissen uit een vijver vol talent dat staat te popelen om ergens aan de slag te gaan. Denk aan mensen uit de horeca- en reisbranche. Daardoor is het relatief gemakkelijk om extra handen te

vinden die jouw productie verhogen.

Samenwerking tussen mens en robot

Veel grote retailers, met name in de voedingsindustrie, werken echter met volledig geautomatiseerde systemen of robots. Deze zijn geprogrammeerd om een consistente output te realiseren die je niet zomaar kunt aanpassen. Als jouw industrie vaak te maken heeft met (onverwachte) pieken, dan biedt een semi-automatisch proces uitkomst. Hierbij werken mens en robot samen, waardoor je super flexibel en wendbaar bent voor veranderende eisen of economische omstandigheden.

Met een semi-automatisch proces, zoals een Warehouse Management Systeem (WMS), kost inwerken weinig tijd; medewerkers hoeven enkel uit te voeren wat het systeem zegt. Bovendien kan een slim WMS realtime orders verwerken. Daardoor wordt een order dat enkele minuten geleden binnen is gekomen meteen meegenomen in de pickronde, zonder dat dit extra tijd kost. Ook zorgt het systeem ervoor dat orders die goed bij elkaar passen in één batch terechtkomen en is er vaak een koppeling met platformen of transporteurs. Wat zorgt voor een versnelde verzend- en retourprocedure en een minimale foutmarge.

Loyaliteit opbouwen

Om als online retailer de kansen van de e-commercegroei te benutten, moet je de klanten voor je weten te winnen. Voldoen aan klantverwachtingen is echter niet altijd gemakkelijk, doordat e-commercegiganten als Amazon de lat erg hoog leggen. Toch is het geen gelopen koers. Met fulfilment delivery ben je in staat om je als (kleine) online retailer in het moderne landschap van e-commerce te onderscheiden, met name als je nu nog afhankelijk bent van externe logistieke dienstverleners. Met fulfilment delivery wordt het gehele logistieke proces optimaal ingericht met behulp van technologie, van webshop tot aan de consument. Zo krijgt de consument zijn pakket altijd zo snel en goedkoop mogelijk geleverd. Daarmee garandeer je een prettige leveringservaring en optimale leveringsefficiëntie, en voorkom je dat de klant in de toekomst liever ergens anders bestelt.

Nieuwe visie op detailhandel

Voor veel bedrijven biedt de coronacrisis kansen om de veranderende wereld van de detailhandel te omarmen. E-commerce is booming en als online retailer is daarom nú het moment om je het beste van twee werelden te combineren. Zet technologie in om te optimaliseren, en mankracht om schaalbaarheid te realiseren. Zo ben je in staat om de consument de ultieme ervaring te bezorgen en profiteer je van de evolutie die gaande is binnen e-commerce.

Johannes Panzer