Waarom strategisch voorraadbeheer nu relevant is

15-02-2021 14:36



COVID-19 heeft voor vergaande beperkingen van de fysieke winkelomgeving gezorgd. Voor veel retailers is de webshop dan ook definitief het leidende verkoopkanaal geworden. De consument wil kunnen beslissen over het moment en de plaats van aankoop en bestelde items moeten bovendien snel bezorgd of afgehaald kunnen worden. Het maakt productbeschikbaarheid belangrijker dan ooit en strategisch voorraadbeheer van vitaal belang.

Neem modemerk Scotch & Soda. De onderneming heeft talloze winkels in de grootste steden ter wereld en verzendt items naar - en in - meer dan zeventig landen.

Steeds in en uit lockdown gaan - in combinatie met de talloze markten waar het merk actief is - maakt zicht op voorraadniveaus binnen de supplychain cruciaal. Het uitgangspunt is dat de voorraad in winkels en in de verschillende distributiecentra op ieder moment kan worden aangepast aan een veranderende realiteit en klantbehoefte.

Winkels worden mini-distributiecentra

Al ruim voordat de eerste effecten van de pandemie zich begonnen af te tekenen werd voor Scotch & Soda zichtbaar hoe fundamenteel een realtime en nauwkeurig overzicht van de voorraad is voor het succes van haar omnichannelstrategie. Zo vergroot (zeer) nauwkeurig voorraadbeheer de online verkoopbare voorraad, omdat niet per se vanuit distributiecentra in de diverse landen hoeft te worden verzonden.

Zo gaat Scotch & Soda haar fysieke winkels binnen afzienbare tijd inzetten als mini-distributiecentra. De voorraad op de winkelvloer en de back-of-house worden daarbij gebruikt voor weborder-fulfilment, oftewel ship from store. De retailer gaat bovendien al zijn items voorzien van een bronlabel,- wat traceerbaarheid in de volledige supplychain mogelijk maakt. Van bron tot consument. Daarmee kan een online bestelling snel worden gelokaliseerd in een fysieke winkel, waarmee de tijd die nodig is om een e-commerce-order voor te bereiden en af te ronden minimaal is.

Realtime inzicht in voorraadniveaus in de hele keten zorgt voor minimale veiligheidsvoorraden. Dat betekent dat aan de vraag van de consument kan worden voldaan zonder een onnodig hoge voorraad en verspilling van kledingstukken.

Klantloyaliteit
COVID-19 heeft bij Scotch & Soda geleid tot een versnelde uitrol van RFID-technologie. Die zorgt ervoor dat de voorraad op ieder moment volledig inzichtelijk is, omdat ieder item individueel identificeerbaar is. Daarmee is het een essentieel onderdeel van strategisch voorraadbeheer.

Dit complete en realtime inzicht in omvang en locatie van voorraden maakt retailers als Scotch & Soda niet alleen efficiënter en duurzamer, maar het zorgt er ook voor dat haar klanten op ieder moment - lockdown of geen lockdown - optimaal bediend kunnen worden. Aanzienlijke verbetering van de productbeschikbaarheid en het bezorg- en afhaalgemak dragen sterk bij aan klantloyaliteit.

Winkelen in een nieuwe realiteit vraagt ook van de consument om aanpassingsvermogen en begrip. Zeker onder de huidige omstandigheden wil een retailer in geen geval teleurstellen en liever nog verrassen en overtreffen. Het besef dat productbeschikbaarheid een cruciaal onderdeel is van de customer journey maakt voorraadbeheer tot onmisbare schakel in de bedrijfsvoering.

Om de consument nu en in de toekomst optimaal te bedienen is het nodig dat retailers afscheid nemen van grenzen tussen online en offline verkopen en daarmee van silovorming in de supply chain. Voorraden moeten daar kunnen worden ingezet waar die nodig zijn. Of aankopen in de winkel of online plaatsvinden moet daarbij niet uitmaken.

Bruno Bakker, global business development manager bij Nedap Retail