

# Focus op de eerste meters van de klantreis, niet de laatste

12-04-2021 13:59



Van de eerste klik tot aan de verzending van een product: het bestelproces bestaat uit verschillende handelingen. De eerste meters starten op het moment dat een consument een bestelling plaatst en het proces gaat verder totdat de bestelling wordt gepickt, verpakt en uiteindelijk verzonden.

Terwijl de nadruk vaak op de laatste meters van de reis ligt, zijn het juist de eerste meters die het succes van de supplychain en de tevredenheid van de klant verzekeren. In de eerste stap kun je je als merk onderscheiden door aan het veranderende gedrag van je klanten tegemoet te komen en de voorraad aan te passen.

## **Oefening baart kunst**

Hoewel het misschien makkelijk klinkt, veranderen zaken in het bestelproces niet zomaar van de ene op de andere dag. Dergelijke aanpassingen en ontwikkelingen hebben in het verleden vaak maanden of zelfs jaren nodig gehad om doorgevoerd te worden. Een luxe die niet iedereen zich sinds 2020 kan veroorloven.

Het oude adagium 'crisis stimuleert innovatie' heeft zich de afgelopen periode zeker waargemaakt. Veel organisaties werden flexibeler in het nemen van beslissingen en de praktische uitvoering ervan. Tegelijkertijd kwamen retailers voor een aantal uitdagingen te staan. Velen moesten snel naar een e-commerce only aanpak overschakelen. Twee fundamentele zaken zijn hierbij van belang en beide bevinden zich in de eerste meters van het leveringsproces: warehouse management en voorraadbeheer.

## 1. Warehouse management

Inzicht in de bewegingen van mensen en flows van producten is van oudsher de belangrijkste indicator van warehouseprocessen en de efficiëntie van medewerkers. In de oude vertrouwde manier van order fulfilment in distributiecentra worden orders in grote hoeveelheden (batches) verwerkt. Als een batch van orders bijna gereed is, wordt de volgende batch gestart.

In de huidige socialdistancingwereld moet je meer dan ooit in het distributiecentrum op technologie kunnen vertrouwen die voor een flexibel en efficiënt leveringsproces zorgt. Aangepaste processen in het distributiecentrum en veranderingen in consumentengedrag zorgen ervoor dat het werken in waves (grotere batches) minder efficiënt is en voor vertraging zorgt. Dit vraagt om een andere fulfilmentbenadering.

Order streaming is een vorm van waveless picken. Het is een nieuwe kijk op de logica van order fulfilment en biedt een flexibeler methode waarin e-commerce centraal staat. In plaats van orders samen te voegen (batches) en ze in waves af te handelen, bekijkt order streaming continu de orderpool. De technologie geeft vervolgens aan hoe deze orders optimaal door de vereiste workflows kunnen stromen.

Deze benadering van order fulfilment zorgt ervoor dat arbeid en beschikbaarheid van machines realtime op elkaar worden afgestemd en dat optimaliseert efficiëntie in het distributiecentrum zodat resources overall beter in balans zijn.

Bovendien betekent het dynamisch verzamelen en toewijzen van taken dat fulfilmentbeslissingen later en specifiekere kunnen worden genomen. In plaats van een order batch in de wacht zetten als andere orders met voorrang moeten worden afgehandeld, kunnen orders in realtime op een individueel niveau worden verwerkt.

## 2. Voorraadbeheer

Als je een product aanbiedt, moet je het kunnen verkopen, ongeacht waar het artikel zich in de supplychain bevindt. Dit klinkt misschien eenvoudig maar de werkelijkheid is weerbarstiger. IT met een open infrastructuur, waaronder cloud en microservices alsook ontwikkelingen op het gebied van AI en machine learning, bieden retailers de mogelijkheid om meer gegevens te verwerken en daarmee de vraag vanuit de klant te voorspellen.

Nieuwe technologieën bieden retailers de mogelijkheid effectiever te zijn in het toewijzen van voorraden en het uitrollen van nieuwe leveringsmethoden. Met het aanbieden van slechts één leveringsoptie of te weinig keuzemogelijkheden kom je eigenlijk niet meer weg. De beste manier om dit te bereiken is om je tot de cloud te wenden om overbodige en vaak dure en tijdrovende investeringen in ERP-systemen te voorkomen.

De toename van e-commerce en de aanhoudende vraag naar leveringsdiensten heeft tot een groei van het aantal geautomatiseerde microfulfilmentcentra geleid, een grotere afhankelijkheid van nauwkeurig voorraadbeheer en een verlangen naar snellere veranderingen. Zo moderniseert Zeeman de supplychain voor een verbeterde snelheid en wendbaarheid van fulfilment van zijn winkelnetwerk om e-commerceorders in heel Europa overzichtelijk te beheren en in snel tempo af te handelen.

Daarnaast investeerde cosmeticabedrijf L'Oreal in een schaalbare warehouseoplossing om flexibeler en meer digitaal te zijn en daarmee de efficiëntie en productiviteit van zijn distributiecentra te verbeteren.

### De weg naar herstel

De impact van het afgelopen jaar zal ongetwijfeld een aanzienlijk en blijvend effect op het gedrag van de consument hebben én op die eerste meters van het leveringsproces. Ter voorbereiding op de toekomst is het daarom cruciaal om doortastend op te treden en nieuwe benaderingen en flexibele processen uit te proberen.

Retailers die wendbaar zijn en hebben bewezen flexibel te kunnen zijn, zullen ook in de toekomst goed blijven functioneren. Retailers moeten daarbij wel in hun achterhoofd houden dat 'innovatieve' leveringsmethoden en moderne technologie geen vervanging zijn van een solide basis. Het zijn nog altijd de eerste meters die het succes van een merkbelofte aan de klant zullen maken of breken.

Pieter Van den Broecke, managing director Benelux en Duitsland bij Manhattan Associates