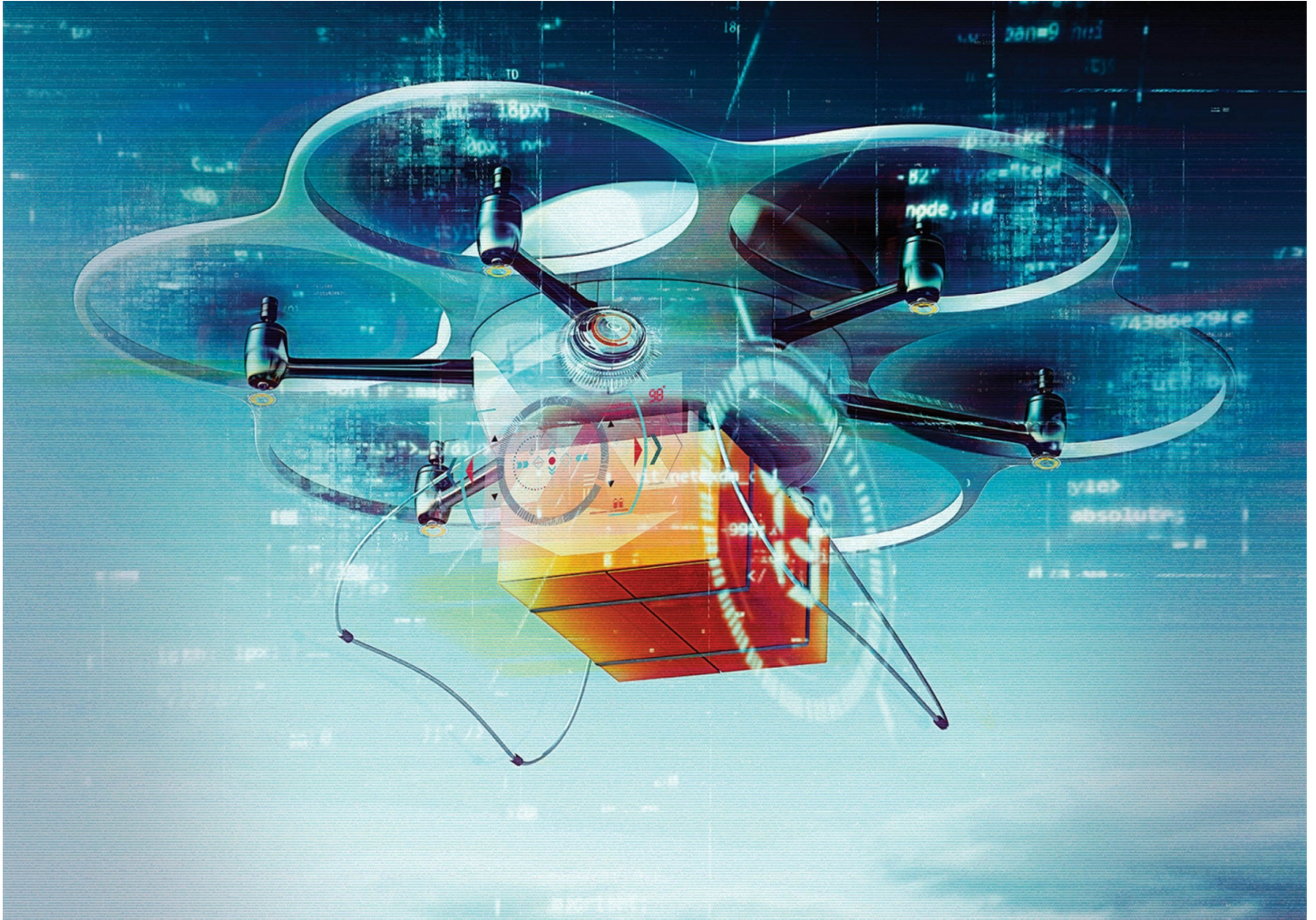


De luxe van goed ordermanagement

11-04-2022 00:10



Als het gaat om voorraadbeheer, een betere klantervaring en het beschermen van je marge moet je als retailer van luxeproducten snel handelen om eventuele problemen voor te zijn. Bij [Emakina](#) helpen we onze klanten om hun behoeften op dit gebied te definiëren en oplossingen te creëren die bedrijfsresultaten opleveren met impact.

Als je een retailer bent van luxeproducten, heb je waarschijnlijk ooit, bijvoorbeeld door COVID, te maken gehad met een daling van de vraag naar je producten. Minder verkoop leidt tot voorraden die overblijven en zich opstapelen. Hierdoor moet je meer producten in de uitverkoop doen waardoor je marges weer dalen.

Terwijl dergelijke uitdagingen zich voordeden aan de kant van fysieke winkels, kreeg de online tak de afgelopen jaren te maken met een enorme toename van aantallen bestellingen. De beschikbaarheid van voorraad werd het grootste pijnpunt bij het opschalen van de digitale omzet en het toevoegen van nieuwe kanalen.

Het is niet langer voldoende om strategieën te introduceren voor het kopen, prijzen en afprijzen van assortimenten die alleen van toepassing zijn voor één kanaal. Voor jou als multi-channel retailer is een strategie nodig die alle kanalen omvat.

De bovenstaande uitdagingen in winkels en online, in combinatie met de noodzaak om marges te verhogen, en om tegelijk voorraden en sales prijzen onder controle te houden, dwingt retailers van luxeproducten om op zoek te gaan naar een holistische oplossing: omnichannel [ordermanagement](#).

Omnichannel ordermanagement is voor retailers dé perfecte oplossing om alle beschreven pijnpunten aan te pakken en deze om te zetten in kansen. Zo kan je als bedrijf opschalen en je bereik uitbreiden dankzij een gecentraliseerde organisatie van al je orderprocessen en de daarbij behorende data.

Als retailer van luxeproducten wil je de volledige controle hebben over jouw producten op het gebied van prijsstrategieën en voorraadbeheer. In een omnichannel landschap is dus excellent ordermanagement voor luxe retailers essentieel.

Productprijzen voor luxe merken in het hogere segment zijn relatief hoog, waardoor het belangrijk is dat er optimaal wordt omgegaan met het assortiment voor seizoencollecties. Een goede bevoorradingsstrategie helpt hierbij en geeft je inzicht in de efficiëntie van je processen, waarin je een hoop winst kunt behalen. Het is niet genoeg om per kanaal een deel van het assortiment toe te wijzen, want zodra een kanaal meer of minder verkoopt dan verwacht moet er assortiment verplaatst worden. Dit is duur en kost tijd, hiermee zul je dus niet aan de verwachtingen van de klant kunnen voldoen met gemiste kansen tot gevolg.

Met omnichannel ordermanagement kan Emakina retailers helpen om voorraden van de verschillende kanalen te beheren in één wereldwijd overzicht van de voorraad. Door middel van slimme orderallocatielogica kan beschikbare voorraad optimaal worden benut: gebruik de meest geschikte voorraad afhankelijk van het kanaal waar de order geplaatst is, de locatie van de voorraad en de locatie waar geleverd moet worden.

Retailers kunnen ook besparen op operationele kosten dankzij dit actuele overzicht van voorraad en orders, en bovendien zal de klantervaring verbeteren. Klanten worden niet meer geconfronteerd met 'niet op voorraad' tijdens het doen van hun aankopen. Ook zullen zij een veel snellere en gemakkelijkere levering ervaren aangezien zij zelf de voor hun beste levering kunnen kiezen bij het afrekenen. Als je een klant tevreden wilt houden en aan je wilt binden, moet je flexibele verzendopties aanbieden. Goed ordermanagement leidt tot een uitzonderlijk goede shop ervaring.

Vanuit een merkperspectief ben je voor de juiste toewijzing van de goederen als retailer niet langer afhankelijk van planningsteams. Met ordermanagement kan je dit optimaliseren en automatiseren. Het ordermanagement systeem beslist over de toewijzing van de goederen door het overdrachtsverzoek op tijd te berekenen en te plaatsen in het systeem. Zodoende zul je in elk kanaal geen kans missen, of het nu een marketplace of een winkel is. Dit terwijl je nog steeds de controle hebt over de producten, wat erg belangrijk is voor retailers van luxeproducten.

Als het gaat om merkbeleving vanuit het perspectief van de klant, is het erg belangrijk dat de ervaring consistent is over alle kanalen heen en dat er naadloze navigatie tussen kanalen is, met alle gegevens beschikbaar in één klantprofiel.

Het ordermanagement systeem staat centraal in al deze kanalen, verbindt ze met elkaar en communiceert de benodigde gegevens. Hierdoor kan een klant haar order bekijken en zelf aanpassen, of dat nu voor een retourzending, een ruil of een ander doel is. Klantenservicemedewerkers zijn dankzij het ordermanagement systeem in staat om de klant optimaal te ondersteunen tijdens hun merkreis, met naadloze toegang tot alle benodigde gegevens.

In dit digitale tijdperk volgen de veranderingen elkaar in hoog tempo op. Retailers zijn zich bewust van de noodzaak om systemen, kanalen en strategieën aan te passen aan snel veranderende omstandigheden, om daarmee grip te houden op de onzekerheden waar ze mee te maken krijgen. Met de flexibiliteit die geboden wordt door goed ordermanagement, kan er een gezonde balans ontstaan tussen stijgende en verliezende kanalen. Zodoende kan jij je bedrijf winstgevend houden en gebruikmaken van alle kansen die zich voordoen om te groeien.