



Digital Meeting - Logistiek

Logistiek Druk op de ketel

De Corona-pandemie heeft een enorme impact op het aankoopgedrag van consumenten. E-commerce 'boomt' als nooit tevoren. De druk op de supply chain was niet eerder zo (extreem) hoog. Reden voor OnlineRetailer om met een aantal experts uit de logistieke keten de pijnpunten in de supply chain te bespreken en tegelijkertijd bedrijven handvatten te bieden om beter uit de crisis te komen.

HOE HEEFT DE LOGISTIEKE SECTOR HET AFGELOPEN JAAR DE CORONA-PANDEMIE DOORSTAAN?

De enorme toename in e-commercebestellingen als gevolg van de pandemie heeft grote impact op de transportsector. Dat begint al bij de inbound, de aanvoer van producten naar de distributiecentra in ons land. Er is volgens de experts (nog altijd) sprake van container schaarste in het verre oosten, wat maakt dat artikelen minder beschikbaar zijn. Voorraden raken uitgeput. Daarnaast kampen grote vervoerders in ons land met capaciteitsproblemen vanwege de extreme drukte en lopen leveringen niet zelden vertraging op.

Als artikelen niet tijdig de weg op gaan, kunnen retailers hun leverbeloftes niet waarmaken. Aan het begin van de pandemie had iedereen daar nog wel begrip voor, maar met de feestdagen in het vooruitzicht is dat toch een ander verhaal. Consumenten willen wel graag weten waar ze aan toe zijn en betrouwbare opties voorgesteld krijgen. Veel retailers vertrouwen volgens de experts nog op één enkele vervoerder. Als deze tegen zijn limieten aanloopt, heb je als retailer zelf ook een probleem. Het advies is dan ook om meerdere vervoerders aan te sluiten.

Volgens de experts zijn de geschetste problemen niet alleen te wijten aan de capaciteitsproblemen bij de vervoerders. Veel retailers kampen zeker tijdens de 'eerste golf' zelf ook met problemen, met name in de magazijnoperatie. Dan is de discussie met vervoerders natuurlijk zinloos. Het is dus een optelsom. Wel hebben veel bedrijven de zomerperiode gebruikt om zich beter te kunnen wapenen tegen een mogelijk 'tweede golf'. Dat heeft geleid tot nieuwe initiatieven bij retailers (denk aan click en collect-mogelijkheden) en zelfs pakketvervoerders die elkaar zijn gaan opzoeken om volumes te combineren.

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE INGREDIËNTEN VOOR EEN GEOLIED LOGISTIEK PROCES?

Voorspelbaarheid, klinkt het bij de experts. De consument heeft de verwachting dat hij op voorhand wordt geïnformeerd wanneer een pakje wordt bezorgd. Dat hoeft niet altijd de volgende dag te zijn, maar de leverbelofte die in de check-out wordt voorgesteld, moet wel worden ingelost. Dat vraagt om een volledige ketenregie vanaf de eerste klik tot aan de deurbel, zo luidt het advies. Daarbij is het belangrijk ook de capaciteit in het magazijn mee te nemen. Als je niet op tijd kunt verzenden, ga je het zeker niet op tijd kunnen afleveren.

In de eerste weken van de pandemie werd al pijnlijk duidelijk dat de supply chain heel kwetsbaar is, zeker als je afhankelijk bent van productie in het verre oosten. Als de verkrijgbaarheid in het geding komt, zal je creatief moeten zijn en snel moeten kunnen schakelen. Dat vereist inderdaad een volledige ketenregie en is direct ook het meest complexe aan de logistiek, erkennen de experts. Je moet eerst het probleem goed weten te identificeren om vervolgens te kunnen schakelen en gaten op te vullen in de voorraad door bijvoorbeeld producten meer lokaal te gaan aankopen. Snel schakelen geldt niet alleen voor de magazijnoperatie, maar ook voor de last mile. Als de schaarste ook hier weer toeneemt, moet je snel kunnen switchen van vervoerder.

Van oorsprong offline retailers worstelen volgens de experts al jaren met het omschakelen naar online vanwege de toenemende complexiteit en omnichannel uitdagingen. Voorraden liggen verspreid over de winkels, mogelijk ook nog in een centraal magazijn of zelfs bij fabrikanten, enz. Van oorsprong online spelers die opschalen naar offline lopen andersom ook tegen problemen aan, vooral om zaken te combineren. Software technisch zijn er intussen echt wel goede oplossingen beschikbaar om die uitdagingen te managen, maar het wordt



NIELS MATEUSSEN, Blokker

Met ruim 400 winkels is Blokker, als onderdeel van de Mirage Retail Group, de Nederlandse retailer op het gebied van huishoudartikelen. Als Supply Chain Coördinator e-commerce is Niels verantwoordelijk voor demand forecasting en voorraadmanagement in de gehele online keten binnen Blokker.



ROLAND SLEGERS, DeliveryMatch

Roland Slegers is de founder & CEO van DeliveryMatch. Dit is een TMS platform dat realtime de hele keten kan besturen van checkout tot deurbel. In totaal zijn er zo'n 200 vervoerders, webshop pakketten, ERP en WMS systemen gekoppeld. Door het volume-base businessmodel en de modulaire opbouw is het platform interessant voor grote- en kleine Webonly, Multi-Channel en Omnichannel Retailers. Daarnaast heeft hij de afgelopen 15 jaar voor vele bedrijven concepten ontwikkeld, geïmplementeerd en de logistieke operaties aangestuurd.



KOENRAAD VERDUYN,
Generix

Koenraad Verduyn is de Country Manager voor Generix BeNeLux. Generix digitaliseert de supply chain, gaande van informatiestromen (EDI), stockbeheer (VMI) tot het runnen van een distributiecentrum (WMS, YMS en TMS oplossingen). Als een 100% SaaS firma is Generix uitstekend geplaatst om snel en efficiënt een hoogwaardige oplossing te implementeren. Generix is een internationale groep met hoofdzetel in Frankrijk.

nog onvoldoende toegepast. Veel bedrijven hebben moeite om verder te kijken dan hetgeen wat ze altijd al hebben gedaan.

De supply chain staat onder druk en zal opnieuw gevormd worden, verwachten de experts. De click en collect-initiatieven, waarbij je online een product kunt reserveren of bestellen en ophalen in de winkel, hebben het afgelopen jaar een enorme vlucht genomen. Het zal een blijvende verandering zijn. Maak slim gebruik van de combinatie van de online en offline kanalen, adviseren de experts. Het biedt vooral ook voor lokale retailers volop kansen om zich te kunnen wapenen tegen de grote retailers van deze wereld.

WELKE TECHNOLOGIEËN KUNNEN DE LOGISTIEKE UITDAGINGEN VEREENVOUDIGEN?

Zoals gezegd, is er al heel veel mogelijk. Softwaretechnisch om real-time de hele logistieke keten te kunnen aansturen vanaf de check-out tot aan de deurbel. Maar ook in het magazijn zelf zijn er volop mogelijkheden om de efficiency te verhogen. Er worden steeds meer standaard oplossin-

gen ontwikkeld voor mechanisatie om relatief eenvoudig te kunnen implementeren en opschalen. Denk aan micro-fulfilment-oplossingen voor het verwerken van B2C-orders in winkels of in kleine omgevingen. Autostore is op een hoger niveau een mooi voorbeeld van een gestandaardiseerde oplossing.

Standaardisatie is volgens de experts toch wel de sleutel. Wat je nu veelal ziet gebeuren op het gebied van mechanisatie is een wildgroei aan alles wat kan bewegen. Men ziet uiteindelijk door de bomen het bos niet meer. Dat is niet toekomstbestendig. Technologieën volgen elkaar sneller op en moeten ook veel sneller ingezet kunnen worden. Standaardisatie is dan een vereiste ook in termen van schaalbaarheid en uitwisselbaarheid. De experts benadrukken bovendien dat de nieuwe technologieën het ook perfect mogelijk maken om vanuit hetzelfde magazijn en zelfs hetzelfde pick-proces zowel winkels als consumenten te bedienen.

WAAR MOET JE STARTEN?

Kijk goed naar je huidige sterktes. Waar kun



RONALD SCHEPERS,
Hardis Group Benelux

Ronald Schepers is de business development manager voor Hardis Group Benelux. Hardis is de leverancier van REFLEX Logistics solutions, Reflex WMS is een hoogwaardig WMS dat ingezet wordt in productie- en distributie omgevingen. Reflex Instore wordt in de retail ingezet om de fysieke goederenstroom te beheren en te optimaliseren. Hardis Group Benelux heeft haar kantoor in Utrecht.

”Veel retailers kampten zeker tijdens de ‘eerste golf’ zelf ook met problemen, met name in de magazijnoperatie”