



**BRUNO VERLINDEN,
ID Logistics**

Bruno Verlinden is Commercieel Directeur bij ID Logistics in de Benelux. ID Logistics is een logistiek dienstverlener met focus op logistiek in consumentenmarkten. In retail en e-commerce biedt ID Logistics logistieke oplossingen voor producenten en handelaren. Bekende klanten in Nederland zijn bv. Mediamarkt, Makro, Sodastream en Praxis.



**MARCEL SPRUIJT,
Dematic**

Marcel Spruijt is Sales Manager voor Dematic. Dematic is wereldwijd vertegenwoordigd en gespecialiseerd in het ontwerpen, bouwen, implementeren en ondersteunen van geautomatiseerde systeemoplossingen voor magazijnen, distributiecentra en productiefaciliteiten. Dematic heeft een zeer uitgebreid portfolio aan logistieke automatiseringsoplossingen en kan voor iedere klant een pasklare oplossing bieden.

je op bouwen of uitbreiden? Heb je een goed ontwikkeld netwerk van winkels? Hoe kun je die strategisch inzetten? Met andere woorden, waar kun je het grootste verschil maken binnen de context van jouw mogelijkheden om klanten te behouden en de service te verbeteren. Daarop is volgens de experts geen uniform antwoord te formuleren. Iedereen heeft een bepaald historisch startpunt en klantengroepen zijn niet altijd hetzelfde.

Verlies ook de economische consequenties niet uit het oog. Heel veel bedrijven zijn geforceerd in bepaalde systemen ingestapt waarvan de economische consequenties nog niet helemaal duidelijk waren. Zoek altijd naar de balans tussen wat heb je, hoe kan je dat zo goed mogelijk inzetten, wat zijn de meest essentiële veranderingen en wat is financieel haalbaar? Er zijn veel retailers omgevallen omdat ze het niet goed geregeld en opgelost krijgen. Momenteel is er een storm bezig en iedereen zoekt zijn weg.

Denk dus goed na over de plaats van automatisering in het hele proces. Mechanisatie is geen doel op zich. Pas het toe daar waar het helpt. Je zal je processen ook volledig onder

controle moeten hebben. Als er ergens een zwakte is, is het een proceszwakte en geen materiaalzwakte. Als het proces niet goed op orde is en het dusdanig van uitzonderingen aan elkaar hangt, dat als de automatisatie uitvalt de hele afdeling stilvalt, dan heb je je huiswerk niet goed gedaan. Datzelfde geldt voor data. Is je (master)data wel correct? Het kan het hele proces in de war sturen. Het zijn zaken die volgens de experts constant onderschat worden.

Een goed beeld van en controle op je processen is dus cruciaal. Analyseer hoe er nu wordt gewerkt, wat de ideale situatie is en hoe je met een paar aanpassingen wellicht de ideale situatie kunt benaderen. Probeer ook alle stakeholders bij het project te betrekken over alle lagen van de organisatie, adviseren de experts. Dus niet alleen het management moet eigenaarschap nemen van het hele proces, maar ook de medewerkers op de vloer moeten erbij betrokken worden. Dat kost aan de voorkant wat meer tijd, maar voorkomt (grote) problemen achteraf. Het systeem moet de processen ondersteunen en niet andersom.

Probeer te voorkomen dat je oude proces-
»»

”Heel veel bedrijven zijn geforceerd in bepaalde systemen ingestapt waarvan de economische consequenties nog niet helemaal duidelijk waren”

sen in een nieuw systeem gaat ‘proppen’, waarschuwen de experts. Er zijn systeem-leveranciers die maar wat graag maatwerk willen maken. Uiteindelijk wordt er een enorme kerstboom opgetuigd met veel maatwerk die moeilijk te onderhouden is. En blijf altijd eerlijk en transparant, ook naar jezelf. Als een nieuw systeem veel voordelen biedt, maar het bestaande systeem na een paar ingrepen ook veel beter functioneert, moet je daar ook voor open staan.

IS ROBOTISERING EN AUTOMATISERING EEN MUST IN DE TOEKOMST?

Jazeker, klinkt het resoluut. Maar er zal altijd ruimte blijven voor hybride oplossingen. Er is vandaag veel meer mogelijk dan een jaar of vijf geleden. Toch is de drempel om te gaan automatiseren nog vrij hoog. Gelukkig zijn fabrikanten aan alle kanten bezig om de technologie toegankelijker te maken, ook voor het MKB. De eerdergenoemde standaardisatie helpt daarbij.

Maar voor de kleinere spelers met een overwegend manuele magazijnoperatie zijn er ook nog volop mogelijkheden. Begin met het implementeren van een WMS om het pickproces te optimaliseren met software en een TMS om de ketenregie- en ontsluiting naar meerdere vervoerders te automatiseren. Van hieruit kun je verder gaan bouwen. Software die voorheen traditioneel in een licentiemodel werd geleverd, is nu veelal als SaaS-model beschikbaar. Dat maakt de instap veel aantrekkelijker, ook voor het midden- en klein segment.

GAAT B2B NOG EEN GROTERE VLUCHT NEMEN DAN B2C?

De experts verwachten in ieder geval dat we steeds meer combinaties gaan zien. Het wordt een steeds grotere spaghetti van verkoopkanalen die in één logistieke keten terecht gaan komen. Dat brengt voor veel bedrijven de nodige uitdagingen met zich mee. Desalniettemin zijn er volgens de experts heel veel overeenkomsten tussen B2B en B2C. Traditioneel worden vooral de verschillen benoemd, maar er zijn juist heel veel overeenkomsten. Voorbeelden genoeg van omnichannel distributiecentra waar pas op het laatste moment de verschillende kanalen zichtbaar worden.

De inbound, opslag, voorraadbeheer, alles is hetzelfde. En als je het slim aanpakt, kan je ook het pickproces hetzelfde houden. Waar zit dan het verschil tussen B2B en B2C in een magazijn? Bij het verzenden, het verpakken voor consumenten en het verpakken voor winkels. Daar zit de opsplitsing. Het doel moet immers zijn om één doorzichtige en flexibele oplossing aan te kunnen bieden

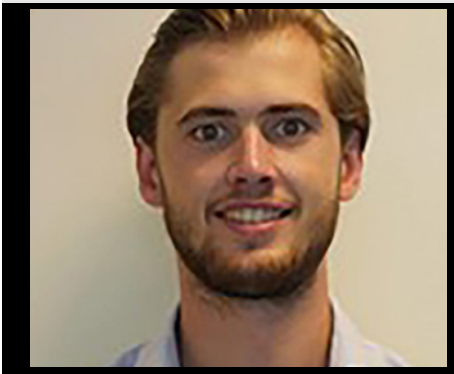


aan de eindklant. Dat kun je alleen maar bereiken door een geïntegreerd team, een geïntegreerde policy en geïntegreerd denken en functioneren.

WAT IS HET ADVIES VOOR 2021?

Was jaren geleden e-commerce nog volledig in handen van enkele grote spelers, met de adoptie van nieuwe initiatieven van (lokale) retailers door consumenten weten ook zij zich online op de kaart te spelen. De pandemie heeft ertoe bijgedragen dat heel wat bedrijven snel een aantal mogelijkheden heeft ontwikkeld waar men voorheen niet snel aan begonnen zou zijn. De wereld gaat ook nooit meer terug hetzelfde zijn, verwachten de experts. Als straks de winkels en horeca weer opengaan, zal er een afvlakking komen, maar het gemak van e-commerce zal blijven doorwegen.

Het is daarom belangrijk dat je als bedrijf blijft experimenteren en open staat voor nieuwe ontwikkelingen. De wereld beweegt in alle richtingen. Ga uit van je eigen sterktes en blijf nieuwsgierig, luidt het advies. Praat met andere bedrijven die je bewondert en probeer gemotiveerd te zijn en te blijven. De wereld van vandaag is een api-wereld die op alle niveaus aan elkaar hangt. We hebben elkaar allemaal nodig in de keten. Openheid en transparantie is dan een must..



NIKO SARIS, Eduard
Niko Saris is verantwoordelijk voor de Sales en Marketing bij Eduards Trailer Factory. Hij is medeverantwoordelijk voor het integreren/ontwikkelen van e-commerce binnen het bedrijf dat gespecialiseerd is in ontwikkeling, montage en verkoop van ongeremde en geremde aanhangwagens.

”Gelukkig zijn fabrikanten aan alle kanten bezig om de technologie toegankelijker te maken, ook voor het MKB”