

Fulfilment: Veel ontwikkelingen, een vak apart

Fulfilment, een essentiële schakel in webshop-logistiek: Voorraadopslag, orderpicken, inpakken, klaarzetten voor verzending. Maar ook aanvullende diensten: Klantenservice, financiële afhandeling, foto-studio, verwerking van retouren. Met de sterke groei van e-commerce groeit ook het fulfilment-vak: Professioneler, hoogwaardiger investeringen, stroomlijning van de verwerkingsprocessen, groei van logistiek vakmanschap.

Met de groei van e-commerce in Nederland groeien de logistieke kosten mee. Op dit moment schatten we de kosten voor fulfilment, verpakkingen, bezorg- en retourkosten op 500-750 miljoen euro per jaar. Over een 4 a 5 tal jaren zal dat gegroeid zijn naar tussen de 1-1,5 miljard euro. Het aantal fulfilmentbedrijven zien we toenemen en ook de professionaliteit daarvan. Webshops die zelf fulfilment doen pakken de organisatie daarvan steeds grondiger aan. En de mechanisatie en automatisering in fulfilmentprocessen neemt sterk toe. Vandaar in vogelvlucht langs Docdata, HEMA en VanderLande Industries.

Docdata 2.0: Partnership met klant

De fulfilmentprocessen van o.a. Bol.com, de Bijenkorf en V&D worden uitgevoerd door Docdata in Waalwijk. In 2000 ca. 3000 orders per dag, nu ca. 80.000-100.000 orders. Met distributiecentra in Nederland, Duitsland en Engeland. Jack Heijkans, Managing Director Fulfilment & Commerce van Docdata, geeft aan, dat het aanbieden van fulfilment dienstverlening in een nieuwe fase is gekomen: "Van een klant(webshop)-leverancier(Docdata)-relatie groeien we naar partnership met onze klanten. Centrale vraag is: Hoe kunnen we het in onze samenwerking beter en efficiënter doen?" Dat heeft geleid tot meer strategische samenwerking met klanten en transparantie in financiële en operationele performance. Die verandering in marktbenadering heeft voor Docdata in de afgelopen jaren verregaande consequenties gehad, vooral op het gebied van personeel. In de periode 2005-2010 is zwaar ingezet op het investeren in kennis in het bedrijfsbureau: Sterke uitbreiding in logistici en econometristen. Jack Heijkans verwacht dat retailers en producenten in Nederland steeds meer behoefte gaan hebben aan de "merchant"-rol van fulfilmentorganisaties: De fulfilmentorganisatie, die de klant met een steeds breder dienstenpakket "ontzorgt".

Fulfilment als topsport

Docdata gaat in de komende tijd meer investeren in "reverse logistics", alles wat te maken heeft met het retourproces. Retouren zijn in online kopen heel belangrijk in verband met kosten en klanttevredenheid. Docdata richt er een aparte afdeling voor op. Niet alleen de verwerking krijgt professionele aandacht, ook het voorkómen wordt in partnership met de klant een speerpunt. Daarnaast wordt directe levering vanuit de producent steeds belangrijker. Hoe groter en zwaarder het product, hoe belangrijker dit is. De fulfilmentorganisatie doet dan niet zelf de verwerking, maar zorgt wel voor de complete administratieve aansturing.

GSI-commerce als voorbeeld

Tenslotte de vraag: Waardoor wordt een marktleider als Docdata nu eigenlijk geïnspireerd? Weinig aarzeling daarbij: "GSI-commerce, onderdeel van Ebay". GSI-commerce, Philadelphia USA, heeft wereldwijd ca. 600 klanten. Het doel van GSI-commerce: een zo breed mogelijk dienstenpakket voor haar klanten ter beschikking te hebben: "Our job is to make your job easier".

HEMA eDC

Fulfilment kun je uitbesteden, maar kun je ook zelf doen. Over uitbesteden of zelf doen is HEMA heel duidelijk. Joke Vink-Goudriaan, DC Manager E-commerce van de HEMA: "Onder een bepaald volume kan het mogelijk interessant zijn om fulfilment uit te besteden, maar daarnaast vinden wij het om

meerdere redenen verstandig om het zelf te doen". Factoren die zij noemt zijn samen te vatten onder de "3 F-en":

- Focus: Zelf doen kan de kwaliteit van de dienstverlening bij de verwerking van het eigen assortiment ten goede komen. Daardoor kan via de logistieke verwerking maximaal aan de wensen van de klant worden voldaan.
- Flex: Bij zelf doen ben je meer wendbaar in het uitbreiden van je assortiment, flexibel in inzet van personeel. Korte lijnen tussen afdelingen binnen de organisatie.
- Finance: Ervaring van de HEMA is: Vraag je bij uitbesteden even wat extra's, dan is het gelijk "kassa". En ook hier de overtuiging, dat bij toenemende schaalgrootte het financieel gezien aantrekkelijker is om fulfilment zelf te doen.

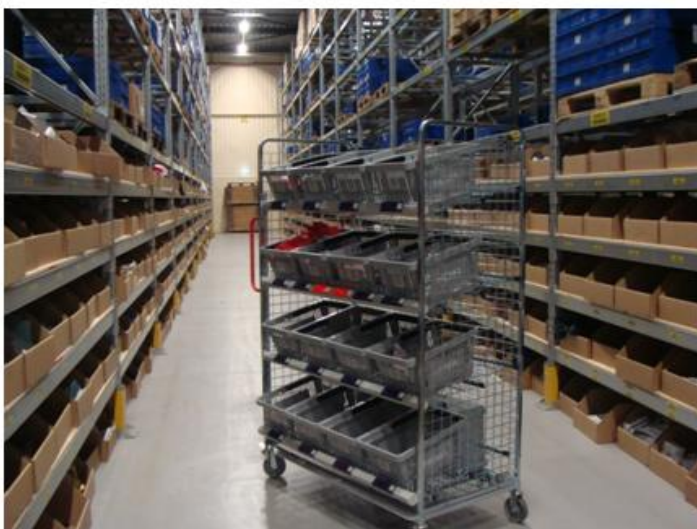
HEMA is in 2005 begonnen met een webshop. De fulfilment-activiteiten werden uitgevoerd in een ruimte binnen het HEMA distributiecentrum. In verband met de zeer sterke groei is vanaf september 2010 een apart eDC in gebruik genomen van 5000 m², op ca. 1 kilometer afstand van het distributiecentrum. Wat de aflevering van de online orders betreft: Een zeer hoog percentage van de orders, ca. 70%, wordt door de online kopers in HEMA-winkels afgehaald.

eDC: Fundamentele veranderingen

De verhuizing van de oude naar de nieuwe locatie heeft men copy/paste uitgevoerd, vervolgens zijn er diverse ingrijpende optimalisatie trajecten opgestart. Joke Vink: "We hebben de verwerkingsstappen inmiddels compleet nieuw opgezet in de nieuwe ruimte. Ook verpakkingsmaterialen hebben we gestandaardiseerd en geoptimaliseerd voor ons productenpakket". Resultaat was een zeer sterke toename van de productiviteit. Ook de verwerkingscapaciteit is zeer sterk uitgebreid en kan in de toekomst door allerlei deelstappen nog verder worden uitgebreid.

Nieuwe orderpick-techniek

HEMA heeft het orderpickproces geoptimaliseerd. Het orderpicken vindt nu papierloos plaats. Het warehouse-managementsysteem van HEMA is naadloos en draadloos verbonden met de ringscanners van de orderpickers en met orderpick-kar waar de orderpicker mee werkt. Op deze orderpick-kar is via displays aangegeven waar de orderpicker welk artikel moet plaatsen. Met deze zogenaamde "Pick-to-light"-kar is het mogelijk meerdere orders tegelijkertijd te picken (zogenaamde Multi order picking). Nadat de ronde met de orderpick-kar is gemaakt wordt deze afgeleverd bij gestandaardiseerde verpakkings-stations.



Pick-to-light orderpick-kar van eDC HEMA

eDC: Nog maar het begin

Joke Vink benadrukt dat de recente verbeteringen nog maar een eerste stap zijn: “We hebben nog een koffer vol aan ideeën om onze online klanten nog beter te bedienen, het assortiment verder uit te breiden, internationaal onze vleugels verder uit te slaan en de processen efficiënter te maken”.

Food-fulfilment in UK

In Nederland heeft Albert Heijn via het Albert.nl-concept al jaren een tweetal aparte distributiecentra en een eigen bezorgdienst voor de afhandeling van de online orders. In Engeland is men eigenlijk pas sinds een paar jaar bezig om een scherpe scheiding aan te brengen in offline winkelen en de verwerking van de online orders.

Een goed voorbeeld hiervan is de recente ontwikkeling bij Asda. Asda, onderdeel van Walmart, kwam in de afgelopen jaren tot de conclusie, dat afhandeling van online orders via het reguliere off-line kanaal vast ging lopen. Via pilots heeft men een uitrolstrategie ontwikkeld die er toe moet leiden dat er in de komende jaren op meerdere locaties in de UK speciale semi-geautomatiseerde orderversamelcentra worden gebouwd. In augustus 2010 werd het eerste centrum in gebruik genomen in Enfield, in het noorden van Londen.



Asda neemt speciaal E-commerce distributiecentrum in gebruik

Nederlandse techniek

In de nieuwe distributiecentra van Asda zorgen orderpickers voor het verzamelen van de producten in standaard bakken per klant. Na het orderpicken worden deze bakken opgeslagen in een automatisch hoogbouw opslagsysteem, dat geleverd is door VanderLande Industries uit Veghel. VanderLande heeft in de afgelopen jaren veel ervaring opgebouwd omdat een soortgelijke e-commerce-oplossing ook voor Tesco is gerealiseerd. Vanuit het hoogbouwmagazijn worden de bakken automatisch geselecteerd en gedistribueerd die bij elkaar in een rit uitgeleverd moeten worden.

Kort samengevat

Docdata, HEMA, Asda met VanderLande Industries zijn maar een paar voorbeelden van de grote veranderingen, die plaatsvinden op het gebied van fulfilment voor e-commerce. Het is echt een vak apart waarin het gaat om een optimale mix van mensenwerk IT-technologie en distributie-technieken. We gaan nog veel mooie nieuwe dingen zien. Fulfilment: Professionele operationele ondersteuning van e-commerce

Nando van Essen

Directeur E-sharp consultancy en interimmanagement

Partner in DeliveryMatch