



Individuální přístup ve fulfillmentu

E-book by Skladon

skladon.

Obsah

Úvod	4
Kompletní služby fulfillmentu	5
Příjem zboží	8
Kompletace produktů	10
3.1 Frekvence	11
3.2. Komplexnost	11
Skladování	12
Vychystávání zboží	14
Balení objednávek	16
Expedice zásilek	18
Reverzní logistika	20
8.1 Vratky	21
8.2 Reklamace	21
IT technologie	22
9.1 Řízení skladových zásob	23
9.2 Napojení na další prodejní kanály	24

Úvod

V poslední době se v marketingové komunikaci poskytovatelů outsourcingu logistiky stále častěji skloňuje pojem „kompletní, resp. komplexní služby fulfillmentu“. Co víc... na individuální úrovni a dle specifických požadavků a přání klienta. Narazit na něj můžeme téměř kdekoli – v internetových vyhledávačích, na webových stránkách, sociálních sítích, bannerech, v nejrůznějších diskuzích, na konferencích i výstavách.

Co si však pod tímto pojmem představit? Co v praxi znamená „kompletní fulfillment služba“? A jak souvisí s individuálním přístupem k jednotlivým klientům, kteří se rozhodli svou logistiku svěřit do rukou externího partnera?

V našem e-booku si postupně projdeme jednotlivé fulfillment procesy a u každého z nich si na konkrétních příkladech ukážeme, s jakými možnostmi a návaznými benefity mohou klienti při spolupráci s fulfillment partnerem profitovat.



Patrik Babinec

Co-Founder / Chief Marketing Officer



skladon.

KOMPLETNÍ SLUŽBY FULFILLMENTU

KAPITOLA

01



Kompletní služby fulfillmentu

Pojem fulfillment se na české e-commerce scéně, po vzoru vyspělejších zemí, za poslední roky výrazně etabloval. Zvláště tomu dopomohla pandemie COVID-19, která měla výrazný vliv na pozitivní dynamiku e-commerce sektoru. Paralelně se s povědomím o fulfillmentu rozrostla také základna a konkurence jeho poskytovatelů. A právě tito poskytovatelé mají z většiny jedno společné – nabídku kompletních služeb fulfillmentu.

Na úplnost fulfillment služeb je možno nahlížet ze dvou úhlů pohledu – z šířky a hloubky.



Šířka = nabídka jednotlivých logistických procesů, jako je například příjem zboží, skladování, vychystávání, balení, doprava, reklamace, vratky aj.

Hloubka = rozšířené možnosti logistických procesů a míra přizpůsobení se specifickým potřebám konkrétního klienta.

„Jelikož žádné podnikání není stejné, nemůžou být totožná ani jeho přání.“



Za nás kompletní služby fulfillmentu znamenají jediné – udržení, ideálně zvýšení kvality logistiky našich klientů, bez kompromisů, omezení a standardizace. Jinými slovy si představme vzorec:

KOMPLETNÍ SLUŽBY FULFILLMENTU = PŘEDÁNÍ A POKRAČOVÁNÍ VE VLASTNÍCH OSVĚDČENÝCH LOGISTICKÝCH POSTUPECH + ROZŠÍŘENÍ LOGISTICKÝCH MOŽNOSTÍ + KVALITATIVNÍ A KONKURENČNÍ NADSTAVBA

V následujících kapitolách si postupně rozebereme příklady jednotlivých logistických procesů, se kterými se můžete při spolupráci s fulfillment poskytovatelem v praxi setkat. Ačkoli se některé z příkladů mohou na první pohled zdát samozřejmé, opak je pravdou. Po zmapování trhu jsme došli k závěru, že míra individualizace vychází z možností fulfillment poskytovatele, jeho přístupu ke standardizaci procesů a konkrétních potřeb klienta.



Důležité: U jednotlivých skladových operací předpokládáme, že probíhají pod systémovou kontrolou za účasti EAN a jiných kódů. Pouze tak je logistický partner schopen dodržet konkurenceschopnost a trhem požadovanou rychlost i přesnost.



TIP: Před podpisem smlouvy doporučujeme si s logistickým partnerem nastavit SLA (Service Level Agreement) například pro rychlost odbavování objednávek, přesnost odbavování objednávek nebo pro nevysvětlitelný úbytek zásob.

skladon.

PŘÍJEM ZBOŽÍ

KAPITOLA

02



Příjem zboží

Ve fulfillmentu se jedná o první krok, který do značné míry ovlivňuje chod a kvalitu v následujících logistických operacích a v konečném důsledku i (ne)spokojenost vašich zaměstnanců a zákazníků. Jinými slovy s tím, co na svůj sklad přijmete, také dále operujete. Proto doporučujeme na proces příjmu zboží nahlížet, ač se to nemusí na první pohled zdát, s vysokou důležitostí.

U fulfillment poskytovatelů je při příjmu zboží možné dohodnout, kromě základního fyzického přijetí, několik nadstandardních požadavků. Jedná se například o:

- Vizuální kontrolu fyzicky přebíraného zboží na sklad od dodavatele, kdy se např. kontroluje mechanické poškození krabic, přítomnost plísní, vlhkosti aj.
- Množstevní kontrolu fyzicky přebíraného zboží na sklad od dodavatele, kdy se zpravidla přepočítávají manipulační jednotky, tj. palety nebo krabice.
- (Namátkovou) kontrolu kvality přijímaných produktů z výroby dle oboustranně odsouhlasených norem, které se mohou vztahovat k řadě vlastností, jako je barva, zmetkovost, velikost, příchutí aj. Tato kontrola bývá klienty vyžadována z důvodu absence fyzického kontaktu s vlastním zbožím.
- Množstevní systémovou kontrolu na úrovni palet, krabic nebo konkrétních produktů, která se následně promítá do přesnosti skladových zásob.



skladon.

KOMPLETACE PRODUKTŮ

KAPITOLA

03



Kompletace produktů

Procesem kompletace se rozumí finalizace produktu z „polotovarů“ před uložením do skladových pozic. Kompletace není vždy součástí nabídky fulfillment služeb, což platí zejména pro vysoce standardizované provozy nadnárodních společností. Chod na pracovišti kompletace je zpravidla, spolu s balicím stanovištěm, vysoce individuální. Odvíjí se od konkrétních potřeb klienta a předem dohodnutých a oboustranně odsouhlasených postupů. Doslova se zde plní klientova specifická přání na vlastním brandu.

Do fungování na stanovišti kompletace primárně promlouvají dvě proměnné – frekvence a komplexnost.

3. 1 Frekvence

Na stanoviště kompletace přichází požadavky:

- Nárazově bezprostředně po přijetí „polotovarů“ na sklad.
- Průběžně podle dohodnutých minimálních / maximálních množství hodnot finálních produktů v regálech pro vychystávání.
- Cyklicky v denních, týdenních, měsíčních, čtvrtletních, ročních aj. periodách.
- Dávkově například před spuštěním marketingové akce.

3. 2 Komplexnost

Kompletace finálních produktů může představovat jednoduchý i složitější proces. Může se skládat z:

- Finalizace produktu z více „polotovarů“, například kompletování do sad a setů s prémiovým výplňovým materiálem a dalším zdobením, vkládání vložek u obuvi, přebalování do sáčků, hedvábných papírů a brandových obalů, gravírování aj.
- Přikládání doplňkového materiálu, jako jsou letáky, návody, štítky s EAN kódem, baterie aj.
- Montáže vícero součástí přijatých od různých dodavatelů aj.

skladon.

SKLADOVÁNÍ

KAPITOLA

04



Skladování

Skladba skladových regálů a dalšího zařízení se může u jednotlivých fulfillment poskytovatelů výrazně lišit, a to zejména v návaznosti na odvětví skladovaného sortimentu. Požadavky na skladování a manipulaci s produkty je napříč prodejci značně individuální, fulfillment poskytovatelé mohou nabízet:

- Možnost skladování produktů v paletových regálech z důvodu jejich velkého objemu nebo při držení nadměrných zásob.
- Možnost skladování produktů v policových regálech, resp. vertikálních zakladačích pro okamžité vychystávání pěším skladovým personálem.
- Průběžné doplňování produktů z paletových do policových regálů, tj. z dlouhodobých zásob na pozice určené k okamžitému vychystávání dle signálních hladin.
- Možnost skladování na single nebo multi SKU pozicích, tj. na pozicích systémově nastavených pro skladování jednoho, resp. více typů produktů (SKU).
- Průběžnou konsolidaci skladových zásob na co nejnižší počet skladových pozic.
- Skladování podle obrátkovosti produktů (ABC analýza), kdy jsou nejprodávanejší produkty skladovány co nejblíže balicím stolům.
- Další možnosti skladování v návaznosti na citlivosti produktů, např. v chladících boxech, mrazících boxech, uzamykatelných klecích s omezeným přístupem aj.
- Provádění pravidelných, citlivostních nebo částečných inventur zboží.
- Možnost uložení produktů přijatých ze třetích zemí, tj. zemí mimo EU, do celního skladu pro optimalizaci klientova cash flow.
- A spoustu dalšího.

SIGNÁLNÍ HLADINA



POJEM SKU



ABC ANALÝZA



CELNÍ SKLAD



skladon.

VYCHYSTÁVÁNÍ ZBOŽÍ

KAPITOLA

05



Vychystávání zboží

Proces vychystávání navazuje bezprostředně na okamžik přijetí objednávky. Jedná se tedy o první proces, který ovlivňuje rychlost doručení objednávky koncovému zákazníkovi, má tak svůj podíl na zákaznické zkušenosti. V logistice existuje hned několik metod vychystávání zboží, přičemž každá vychází z potřeb a velikosti konkrétního prodejce. Zboží je možné vychystávat podle:

- Optimální trasy, která představuje systémově nastavenou nejkratší možnou trasu k vychystávání produktů z přijatých objednávek.
- Různých metod pro řízení toku materiálu a zásob. Nejběžněji používanou je metoda FIFO, u které se vychystává vždy nejdříve naskladněný kus konkrétního produktu. U produktů podléhajících datu expirace je využívána metoda FEFO, kdy se zohledňuje a nejdříve vychystává produkt s nejbližším datem expirace.
- Alokace konkrétního logistického personálu pro jednotlivé klienty. Tito skladoví operátoři přebírají zodpovědnost a jsou hodnoceni za plnění SLA (Service Level Agreement). Výhodou je také jejich znalost specifik a lokace zboží klienta ve skladovém prostoru.
- Využívání odpovídající manipulační techniky. Pro menší produkty postačují KLT boxy, pro objemnější vozíky nebo paletové vozíky, pro těžké / nadrozměrné je zapotřebí využití vysokozdvizných vozíků aj.
- Prioritizace objednávek na úrovni každého klienta, kdy má například přednost vychystávání objednávky pro B2B partnera před vlastní kamennou prodejnou.
- Jiných speciálních požadavků, kdy může být například během marketingové akce zlevněné zboží hromadně přemístěno přímo ke stanovišti balení. V tento moment může přebírat kompetenci vychystávacího personálu balič.

ZÁKAZNICKÁ ZKUŠENOST



METODY VYCHYSTÁVÁNÍ ZBOŽÍ



METODA FIFO



skladon.

BALENÍ OBJEDNÁVEK

KAPITOLA

06



Balení objednávek

Jak již bylo řečeno dříve, balení bývá ve fulfillmentových centrech značně personalizované. Logistická strana mívá s klienty předem dohodnuté a odsouhlasené postupy balení. I v tomto případě je možno pro jednotlivé klienty, z důvodu udržení efektivity a stále úrovně kvality, alokovat vytipovaný logistický personál.

K balení je možno přistupovat buďto automatizovaně za součinnosti balicích strojů nebo manuálně člověkem. Každá z variant má své (ne)výhody. U strojového balení je výhodou například vyšší rychlost nebo úspora kartónu, který je dimenzován přesně podle objemu právě balených produktů v objednávce. Nicméně často naráží na limity spojené s individualizací a personalizací požadavků klientů, které mohou být například:

- Využívání klientova nestandardního obalového a výplňového materiálu. Právě vlastní obaly jsou klienty často vnímány jako další prostředek k utváření brandu a vzbuzování pozitivního unboxingu. Existují také klienti, kteří pro své vytipované prémiové zboží používají jiný obalový materiál než pro zboží běžné potřeby. Speciální kategorií je nabídka a využívání stále žádanějšího ekologického materiálu.
- Speciální fixace křehkého zboží – tekutiny, sklo, výrobky z přírodních materiálů aj. V praxi je vyžadováno vkládání nebo aranžování přídatných obalů aj.
- Používání brandových pásek, nálepek, ručně malovaných elementů aj.
- Vkládání doplňků jako jsou děkovné kartičky, drobné dárky, personalizované a ručně psané vzkazy v různých jazycích dle destinace balíčku, návody, manuály, promo materiály, letáky aj., často na striktně dohodnutou pozici, popř. pouze ke konkrétnímu produktu nebo nad určitou hodnotu objednávky.
- Balení v náhodném nebo požadovaném pořadí. Klientem definované pořadí je vyžadováno například z důvodu úspory času nebo při prostorových limitech během rozbalování B2B zásilek ve vlastním kamenném obchodu.
- Přikládání paletových nebo kartónových štítků s obsahem balení, přikládání dodacích listů, faktur a dalších dokumentů.
- Speciální balení, evidování a kontrola IMEI, sériových nebo výrobních čísel produktů například v odvětví dražší elektroniky aj.

skladon.

EXPEDICE ZÁSILEK

KAPITOLA

07



Expedice zásilek

Samotná expedice a doručení objednávek do rukou koncového zákazníka / uživatele bývá fulfillment poskytovateli zpravidla outsourcována na zasmluvněné dopravce. Fulfillment společnosti zřídka kdy zajišťují dopravu prostřednictvím vlastních prostředků nebo dopravní sítě. Své klienty však při jednáních s dopravci plně zastupují a přebírají zodpovědnost za hladký proces.

Fulfillment specialisté tak svým klientům mohou nabízet:

- Hluboké know-how tuzemských i zahraničních trhů a jejich specifik a zažitých standardů.
- Rozšířenou nabídku dopravců a jejich produktů dle konkrétních potřeb – ekonomické nebo expresní kurýrní způsoby dopravy, dopravce specializující se na nadrozměrné zásilky, ideální produktové varianty pro zaslání do tuzemska, EU, třetích zemí aj.
- Odbornost a administrativu spojenou s celním řízením.
- Veškerou komunikaci s dopravci, IT napojování i sílu své vyjednávací pozice při cenotvorbě, kterou získávají kumulací objednávek svých klientů.
- Zprostředkování a napojení dalších možností a funkcí dopravců jako je například ověřování věku při přebírání objednávky koncovým zákazníkem, vytvoření a správa dobírkových účtů v různých měnách aj.



skladon.

REVERZNÍ LOGISTIKA

KAPITOLA

08



8. 1 Vratky

Proces řízení vrátek, jehož kvalita má stále větší vliv na navyšování celoživotních hodnot zákazníků, bývá spolu s kompletací a balením nadstandardně nabízenou fulfillment službou. A stejně tak jako tyto dva procesy, bývá i on značně individuální. Jednotlivé scénáře vráceného zboží jsou dohodnuty s každým klientem již během jeho onboardingu. Fulfillment provideri mohou svým klientům nabízet:

- Množstevní kontrolu obsahu vrácené zásilky, kdy se zjišťují odlišnosti s původně odesílanou objednávkou.
- Vizuální kontrolu vráceného zboží, kdy se zjišťují známky používání nebo poškození.
- V hraničních případech nafocení vráceného zboží, na kterou navazuje individuální komunikace o dalších krocích.
- Uvedení vráceného zboží znovu do prodejního stavu – přebalování produktů do nových obalů, žehlení aj.
- Dle posouzeného stavu opětovné odeslání koncovému zákazníkovi, opětovné uložení do skladových zásob, zasílání vráceného zboží na sídlo klienta, likvidaci a další.

8. 2 Reklamace

Reklamace jsou ve většině případů procesem hybridním, tj. podílí se na nich jak zákaznická péče klienta, tak i customer care fulfillment poskytovatele. Zatímco zákaznická péče klienta primárně komunikuje se svými koncovými zákazníky, customer care logistického partnera spolupracuje na řešení případů s dopravci, kteří jsou nejčastější příčinou vzniku reklamací, resp. se svými logistickými kolegy. V praxi může customer care oddělení fulfillment partnera svým klientům poskytovat:

- Kamerové záznamy dokazující správné množství zabaleného zboží.
- Finanční kompenzace za dopravcem poškozené, logistickým personálem chybně vychystané nebo jinak zpožděné objednávky.

CELOŽIVOTNÍ HODNOTA ZÁKAZNÍKA



ONBOARDING



skladon.

IT TECHNOLOGIE

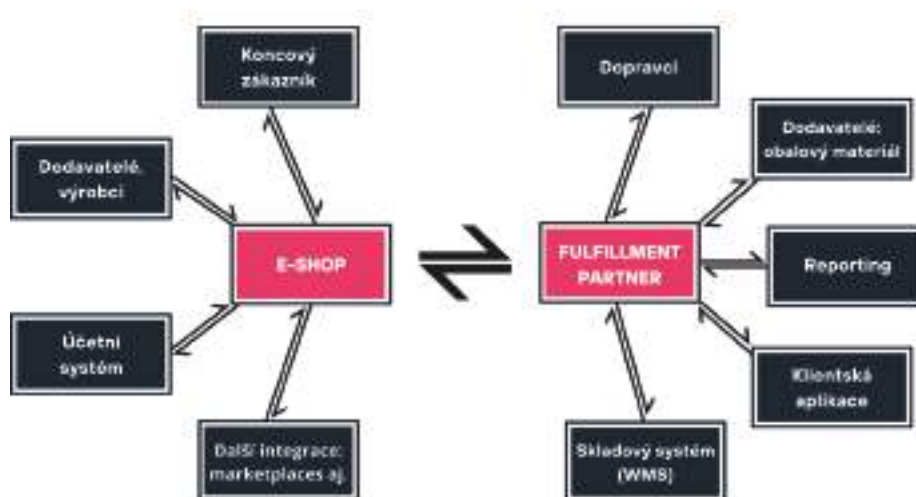
KAPITOLA

09



IT technologie

IT technologie tvoří ve fulfillmentu samostatnou oblast, která hraje v moderní době a zejména v e-commerce významnou roli. Víceméně představují most mezi prodejcem a logistickým partnerem tím, že zajišťují automatický, okamžitý a oboustranný tok informací napříč jednotlivými systémy a následně kompletním dodavatelským řetězcem. Pro představu nabízíme následující schéma.



9. 1 Řízení skladových zásob

Outsourcingem logistiky prodejce neztrácí kontrolu nad svým materiálovým tokem ani nad skladovými zásobami. Naopak. Fulfillment poskytovatelé s důrazem na technologie vynakládají nemalé finanční prostředky pro zajištění maximální transparentnosti a aktuálnosti dat, kterou svým klientům sdílí prostřednictvím klientských aplikací. Tyto aplikace jsou následně klienty využívány jako nástroj pro efektivní řízení svého skladového hospodářství.



Naši klienti mají k dispozici aplikaci MySkladon, která poskytuje kompletní přehled o příjmech zboží, skladových zásobách, objednávkách, vratkách i reklamách v reálném čase, 24/7, online a na jakémkoli zařízení s připojením k internetu.

Mimo jiné aplikace MySkladon nabízí také řadu pokročilejších funkcí. Například notifikuje své uživatele o tzv. signální hladině zásob nebo optimální velikosti dávky. Klienti tak mají datově podložené informace, kdy a kolik produktů ideálně objednávat u svých dodavatelů. Umožňuje generování detailních a kustomizovaných reportů, které slouží jako podklady pro definování obrátky zásob ve zvoleném časovém rozmezí, vlastní ABC analýzu nebo další analyzování chování a preferencí svých zákazníků.

9. 2 Napojení na další prodejní kanály

Kromě samotných dopravců a jiných standardně používaných účtů, je při výběru fulfillment partnera důležitá jeho schopnost konektivity na další zamýšlené prodejní kanály, které prodejcem umožňují další expanzi a podnikatelský růst.

Dobrym příkladem jsou napojení na marketplaces, jejichž vliv bude ve velmi blízké budoucnosti na českém trhu výrazně sílit. Celosvětově existuje přes 150 online tržišť, v případě klientova rozhodnutí prodávat na některých z nich záleží na individuálních možnostech a kapacitách fulfillment poskytovatele.

DODAVATELSKÝ ŘETĚZEC

V E-COMMERCE



OPTIMÁLNÍ VELIKOST

DÁVKY



OBRÁTKA ZÁSOB



MARKETPLACES





Skladon: fulfillment partner s individuálním přístupem

Jak jste se již dočetli, externí fulfillment partner může nabízet značně široké i hluboké možnosti svých služeb. Individualita a budování brandu bude v určitých odvětvích hrát stále větší roli. Důraz na kvalitu a otevřený přístup k novým personalizovaným požadavkům jsou důležitými předpoklady k navázání oboustranně výhodné spolupráce. Proto na své cestě podnikatelského růstu vybírejte obezřetně.

Ve Skladonu vnímáme individuální a proklientský přístup jako jeden ze stavebních kamenů. Naši klienti mohou vybírat z drtivé většiny dříve uvedeného, jsme také otevření konzultaci a případnému spuštění nově namyšlených scénářů a možností.

V kostce pro své klienty nabízíme kompletní služby fulfillmentu.

Chcete si udělat lepší obrázek o tom, jak v našem distribučním centru přistupujeme k individuálním požadavkům našich klientů? Pusťte si naše company tour video, kterým vás provede náš ředitel logistiky Max Kovář.

COMPANY TOUR VIDEO



skladon.

VÝBĚR Z NAŠICH INDIVIDUÁLNÍCH LOGISTICKÝCH SLUŽEB



Štítkování produktů



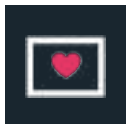
Namátková kontrola
kvality na příjmu



Skladování na
multiSKU pozicích



Kompletace
dárkových balíčků



Vkládání děkovných
kartiček



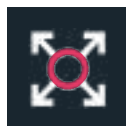
Vkládání dopisů a
promo materiálů



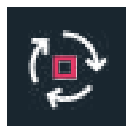
Balení a fixace
křehkého zboží



Používání
brandové pásky



Rozšíření služeb
dopraců



Individuální vratkový
postup



Ručně psaná
věnování zákazníkům



A další dle
aktuálních potřeb
klienta

skladon.

DISTRIBUČNÍ CENTRUM

Průmyslová 377, 742 51, Mošnov

KANCELÁŘE PRAHA

Zlatnická 10, 110 00, Praha - Nové Město



MICHAL TYLEČEK

Chief Sales Officer

michal.tylecek@skladon.cz

+420 774 448 397



www.skladon.cz



linkedin.com/company/skladon/



instagram.com/skladon.cz



fb.com/skladon