



Spuštění spolupráce s fulfillment partnerem od A do Z

E-book by Skladon

skladon.

Obsah

Úvod	4
Jak na výběr ideálního fulfillment partnera	5
Výběr fulfillment partnera a první kroky	7
2. 1 Vstupní data pro cenovou nabídku	8
2. 2 Cenová nabídka	9
Spuštění onboardingového procesu	10
3. 1 Úvodní dotazník a nastavení komunikace	11
3. 2 Systémové napojení	12
Další podmínky spuštění spolupráce	13
4. 1 Úvodní školení v klientské aplikaci	14
4. 2 Nastavení balicího procesu	15
4. 3 Zřízení přístupu a zaškolení v ticketovém portále	16
4. 4 Fyzický přesun zboží	17
Dokončení onboardingového procesu	18
5. 1 Předání do rukou customer care	19
5. 2 Výstupní onboardingový dotazník	19
5. 3 Newslettery	20
Důraz na osobní a individuální přístup – základ bezstarostného onboardingu	21
Poznejte naši službu zblízka	22

Úvod

Spuštění spolupráce s fulfillment odborníkem může představovat snadný ale i komplexní podnikatelský krok. Vše závisí na velikosti a míře individualizace konkrétního obchodníka, do čehož se promítají také časové kapacity, IT schopnosti a kvalita nebo rychlost komunikace mezi oběma zúčastněnými stranami.

Není divu, že se nás dnes a denně zástupci z řad potenciálních klientů ptají, jak vlastně v praxi probíhá nebo co vše obnáší onboarding nového klienta, tedy proces převedení klientovy logistiky do našich rukou.

Jak takový proces onboardingu vypadá? Co od logistického providera očekávat a jaké dotazy si ideálně připravit již pro začátky společných jednání? Nebo vás zajímají konkrétní příklady, jak k onboardingu přistupujeme u nás ve Skladonu? Čtěte dále v našem e-booku, který jsme připravili s cílem kompletně zmapovat a v kostce představit tento významný milník vašeho podnikání. Milník, který může výrazně ovlivnit váš další podnikatelský růst, ať už v pozitivním nebo negativním směru.



Patrik Babinec

Co-Founder / Chief Marketing Officer



skladon.

JAK NA VÝBĚR IDEÁLNÍHO FULFILLMENT PARTNERA

KAPITOLA

01



Jak na výběr ideálního fulfillment partnera

Pro začátek se nicméně vraťme ještě o krok zpátky. Tím je samotný výběr logistického partnera, protože právě zde vše začíná. Správným výběrem si totiž můžete jak výrazně snížit své náklady, tak se i odrazit k rychlejšímu růstu nebo expanzi.

Ať už jste ve stádiu, kdy jste se rozhodli logistiku předat nebo se nacházíte ještě dál – s budoucím partnerem / partnery již jednáte, hlavou vám určitě běží řada otázek. Z našich zkušeností například:

- Podle čeho si vybrat svého budoucího fulfillment partnera?
- Na jaké otázky se doptávat, aby byl průběh onboardingu i budoucí spolupráce co nejhladší a podle představ?
- Na co vše myslet a co si připravit pro úspěšné nastavení spolupráce?

Pro tyto účely jsme připravili kuchařku s názvem „Dotazník pro výběr ideálního fulfillment partnera“, která obsahuje 50+ relevantních otázek pro samotný začátek společných jednání. Začněte s definicí svých podnikatelských specifik i očekávání od budoucí spolupráce, podpořenou důkladnou rešerší trhu.

Podchyťte vše včas a odpovězte si na otázky spojené s outsourcingem logistiky. Snažte se zahnat myšlenky, jestli může takový druh spolupráce poškodit vaši značku, ba co více, ohrozit vaše podnikání. Vyberte si takového partnera, který je svým interním nastavením, flexibilitou nebo logistickým fungováním uzpůsoben právě potřebám vašeho e-shopu.

Výstupem našeho dotazníku pro vás bude porovnání výsledků více fulfillment společností, tedy podklad pro váš další logistický směr.

JAK NA VÝBĚR IDEÁLNÍHO FULFILLMENT PARTNERA



DOTAZNÍK PRO VSTUPNÍ JEDNÁNÍ S FULFILLMENT PARTNEREM



skladon.

VÝBĚR FULFILLMENT PARTNERA A PRVNÍ KROKY

KAPITOLA

02



Výběr fulfillment partnera a první kroky

Už jste si vybrali svého partnera pro logistiku? Gratulujeme! Nicméně, stejně jako u nábory zaměstnanců, se až nyní ukáže, do jaké míry váš vítěz dokáže přetavit své sliby v realitu. Jak je schopen z vaší logistiky vytvořit opravdovou konkurenční výhodu napříč odvětvím, což by měl být hlavní cíl navázané spolupráce.

2. 1 Vstupní data pro cenovou nabídku

Pro úvodní jednání se připravte na tzv. prvotní screening. Postupně budete požádáni o zodpovězení vašich číselných logistických údajů, specifikaci stávajících řešení nebo potřeb na míru vašeho podnikání. Vše má své opodstatnění – každý klient je unikátní, posílá odlišný typ produktů, má jiné nároky na skladové operace atp. Výsledkem tohoto screeningu je zaslání individuální cenové nabídky.

VÍCE O CENOTVORBĚ



JAK SE STANOVUJE CENA OUTSOURCINGU LOGISTIKY?



Existuje také možnost paušální cenové nabídky. V ČR jsme se s touto variantou zatím nesetkali, nicméně je ojedinělá např. v USA. Klienti při ní však naráží buď na zbytečné přeplácení služby (ne všechny „naceněné“ skladové operace využijí) nebo musí dodatečně doplácet za činnosti, které jsou nad rámec nastavené cenové nabídky.



NA CO SE NAPŘÍKLAD BĚHEM PRVOTNÍHO SCREENINGU PTÁME VE SKLADONU?



- Specifikace vašeho produktu
- Velikost a podmínky aktuálně využívaných skladových prostor
- Speciální požadavky pro příjem zboží
- Speciální požadavky na skladování a další manipulaci
- Požadavky pro kompletaci
- Požadavky na dopravu zboží
- Otázky týkající se obalových a výplňových materiálů
- Detaily k vratkové logistice aj.

2. 2 Cenová nabídka

Z cenové nabídky zjistíte, kolik vám bude přibližně fakturováno za jednotlivé skladové procesy v modelovém měsíci. Čímž se dostáváme k jedné z výhod outsourcingu logistiky... A sice že tímto krokem měníte své fixní náklady na variabilní, což v některých případech vede k výrazným logistickým úsporám. Pokud se tedy rozhodnete svou logistiku outsourcovat, budete na měsíční bázi platit pouze za skladový prostor, který reálně potřebujete, a za skladové procesy, které byly v daném měsíci potřeba. Bez ohledu na vaši sezónnost, marketingové aktivity aj.



Ve Skladonu zasíláme cenové nabídky, po obdržení výše uvedených vstupních dat, v jednotkách dní. Dále klientům doporučujeme navazující jednání, během kterých si cenovou nabídku zkontrolujeme, vysvětlíme a v případě potřeby zoptimalizujeme.

Ideálně je získat cenovou nabídku v takovém formátu, kdy si jste schopni cenu za outsourcing logistiky porovnat se svým stávajícím vlastním řešením. Nabízí se například model vyčíslení celkové ceny za odeslání jedné zásilky. Pokud nevíte, kolik vás nyní stojí odeslání jedné objednávky, doporučujeme na naší podstránce Ceník stažení online kalkulačky.



SPUŠTĚNÍ ONBOARDINGOVÉHO PROCESU

KAPITOLA

03



Spuštění onboardingového procesu

Po oboustranném odsouhlasení cenové nabídky začíná tzv. onboardingový proces neboli kompletní předání vaší logistiky do rukou fulfillment partnera.



Ve Skladonu řídíme proces onboardingu výhradně projektově, čímž se snažíme maximálně předcházet nečekaným problémům, časovým prodlevám, diskomunikacím aj. Máme jasně definováno procesní schéma, dedikovaný onboardingový tým specialistů nebo řešení pro jednotlivé krizové scénáře.

3. 1 Úvodní dotazník a nastavení komunikace

Prvním krokem je vyplnění úvodního dotazníku – doplňují se fakturační údaje e-shopu včetně dalších kontaktů. Poskytnuté informace využíváme k vytvoření závazné smlouvy, pro interní evidenci, založení účtů u vybraných dopravců, fakturaci nebo pro založení účtů v klientské aplikaci.

Pro oboustranně svižnou, předmětnou a efektivní spolupráci je důležité si už od začátku nastavit matici pro komunikaci. Což platí dvojnásob u onboardingu velkého klienta, kdy je jeho struktura o poznání rozvětvenější. Cílem je navázat přímý kontakt mezi styčnými důstojníky jednotlivých oddělení na obou stranách, kteří mají z dané oblasti detailní know-how.



Po založení účtu u dopravců profitujete z dalších z výhod outsourcingu logistiky. V drtivé většině je váš účet ve struktuře veden pod účtem logistického partnera. Jinými slovy tak máte k dispozici množstevní slevy za dopravu, které vznikají kumulací zásilek jiných e-shopů využívajících služeb vašeho logistického providera a totožného dopravce. Tyto slevy se mohou vyšplhat až na 30 % z vaší původní částky.



3. 2 Systémové napojení



Cíl: Zajištění oboustranně bezchybného automatického toku dat mezi systémem klienta a fulfillment poskytovatele.



TIP: Snažte se vyhnout zastaralému fungování a přenosu objednávek pomocí exportů aj. Snižte své manuální „vícepráce“ na minimum a sledujte svou logistiku online v aplikaci, ideálně v reálném čase.

Zde výhradně doporučujeme vybírat takového partnera, který disponuje širokou paletou doplňků a pluginů pro krabicové e-shop platformy, nebo veřejným API rozhraním pro kustomizované software řešení.

Stejně jako požadavky na skladové operace, může být značně individuální také komplexita v napojování klientova systému. Plánujete prodávat své produkty přes marketplaces? Provozujete více e-shopů nebo omnichannel prodejní strategii? Chcete si budoucího partnera otestovat a začnete s ním spolupracovat pouze na odesílání části svého produktového portfolia? Jaké produkty dopravců nebo platební metody nabízíte? Plánujete zasílat pouze do ČR nebo do celého světa? Po zodpovězení těchto otázek budete obratem informováni o náročnosti a předpokládaném časovém horizontu napojení.

Během celého procesu systémového napojování jste ideálně v kontaktu s jedním IT onboardingovým specialistou logistického poskytovatele. U spolehlivého partnera tak nemusíte mít obavy ze své technické neznalosti. Kompletní proces nejdříve probíhá na testovacím rozhraní, po monitoringu a otestování všech výše uvedených scénářů, za paralelního fyzického převozu vašich produktů do skladu nového partnera, se vše následně migruje na verzi ostrou.

skladon.

DALŠÍ PODMÍNKY SPUŠTĚNÍ SPOLUPRÁCE

KAPITOLA

04



4. 1 Úvodní školení v klientské aplikaci

V dnešní době má spolehlivý fulfillment odborník ve svém DNA pevně zakódovány oblasti technologií a inovací. Ty se, kromě dříve zmíněného, týkají také aplikací, prostřednictvím kterých své klienty informuje o jejich kompletním stavu logistiky. Technologičtí lídři v reálném čase, 24/7 a na kterémkoli zařízení s připojením na internet.



Ve Skladonu pro tyto účely používáme aplikaci MySkladon, která splňuje vše uvedené. Během onboardingu klienta provádíme jednotlivými funkcionalitami, tedy správou jeho objednávek, zásob, příjmů, reklamací, vratek nebo dalšími admin možnostmi. V aplikaci tak u nás klienti získávají užitečný nástroj pro svůj reporting, informace pro komunikaci se svými zákazníky nebo podklady pro další řízení svého skladového hospodářství.





4. 2 Nastavení balicího procesu

Také balicí postup může být u e-shopů značně individuální. Některé e-shopy se zaměřují spíše na cenu, jiné na ekologii nebo prémiovost balení, čímž se snaží zlepšovat svou zákaznickou zkušenost, zvyšovat retenci zákazníků nebo navyšovat jejich celoživotní hodnoty. Některé požadují u balení pouze vkládání produktů, jiné chtějí přidávat příbalové letáky, vouchery, dárčky, věnování či jiné (personalizované) doplňky. Některé kompletně předávají správu obalových materiálů na nového partnera, jiné požadují balit své zásilky do vlastních krabic nebo výplní, za použití brandových pásek, stuh nebo nálepek.



Ve Skladonu řídíme proces onboardingu výhradně projektově, čímž se snažíme maximálně předcházet nečekaným problémům, časovým prodlevám, diskomunikacím aj. Máme jasně definováno procesní schéma, dedikovaný onboardingový tým specialistů nebo řešení pro jednotlivé krizové scénáře.

Další výhoda outsourcingu logistiky přichází na řadu v momentě, kdy se klient rozhodne na partnera předat správu obalového materiálu. Získává tak množstevní slevy při nákupu, které fungují na stejném principu jako u dopravy, a navíc mu také odpadá správa obalového konta – nemusí si hlídat množstevní hladiny na skladě a následně materiál objednávat u svých dodavatelů.

ZÁKAZNICKÁ ZKUŠENOST



CELOŽIVOTNÍ HODNOTA ZÁKAZNÍKA





4. 3 Zřízení přístupu a zaškolení v ticketovém portálu

Během outsourcingu logistiky dříve či později dochází na provozní otázky či požadavky, jako je například stornování objednávek, změny v obsahu již vychystaných objednávek, objednávání paletové dopravy aj.



Někteří z konkurentů pro tuto komunikaci využívají e-mail, telefon, popř. jiné komunikační kanály, čímž dochází k tříštění pozornosti a následné neefektivitě. Ve Skladonu jsme se rozhodli pro komunikaci přes ticketovací portál, ve kterém má každý klient svého agenta – zástupce z řad našeho customer care. Zástupce, který zná klientovu historii, nejčastější požadavky a jejich řešení, specifika aj., což jsou předpoklady k dalším časovým úsporám. Komunikace tímto způsobem probíhá napřímo, dalšími výhodami je snadná dohledatelnost nebo interní reporting, který slouží jako podklad pro další motivaci.



„Během spolupráce přijímáme od klientů také dotazy na jiná oddělení, nejčastěji na IT, logistiku nebo finance. Své klienty nikam nepřepojujeme a dotaz si vyřešíme interně. Výsledkem je vítaná přímá komunikace bez zbytečných prodlev.“

Veronika Vrabelová, Account Manager Skladon



4. 4 Fyzický přesun zboží

Převoz vašeho zboží ze stávajících prostor do distribučního centra logistického partnera – další bod pro nastartování fungující spolupráce. Ať už pouhé části vašeho produktového portfolia nebo kompletních skladových zásob. Klidně i z více skladových lokalit. Klient má zpravidla pro převoz dvě možnosti – zajistit si jej po vlastní ose nebo využít nabídky nového partnera, který jej je schopný zprostředkovat se slevou.

Při komunikaci ohledně převozu a následného prvního naskladňování se zpravidla domlouvá termín, a to z důvodu zajištění personálních kapacit. Dopředu se komunikují (speciální) požadavky na skladování, ať už z pohledu teploty či vlhkosti, ideálního typu skladových pozic (police / paleta) nebo systémových možností skladových pozic (single / multi SKU pozice*).



* Na single SKU pozice se skladuje pouze jeden typ produktu (např. červené tričko značky Kilpi, velikosti L), na multi SKU pozice je možné skladovat typů více (např. 5 různých značek rtěnek). Důvodem je úspora místa a snížení fakturované ceny za skladování.



DOKONČENÍ ONBOARDINGOVÉHO PROCESU

KAPITOLA

05



5. 1 Předání do rukou customer care

Po dokončení dříve uvedených bodů přichází na řadu poslední krok – formální předání klienta do rukou přiřazeného pracovníka z customer care, který pro něj bude středobodem dalšího fungování. V praxi je tímto projekt pro onboardingový tým uzavřen. Fungování a komunikace s fulfillmentovým partnerem se může, po oficiálním spuštění spolupráce, výrazně lišit.

„U nás dbáme na to, aby měl klient vždy svého konkrétního „důstojníka“. Obecně víme, že někteří z konkurentů k tomuto účelu využívají (externí) call centra, záznamníky, hlasové roboty aj. Tomuto směru se chceme maximálně vyhýbat, věříme v osobní a přímý způsob komunikace.“



Michael Vavřík, Account Manager Skladon

5. 2 Výstupní onboardingový dotazník

Stejně jako každý jiný projekt, tak i projekt onboardingů je potřeba neustále zdokonalovat. To platí dvojnásob v případě, kdy je součástí procesu více členů. A právě z tohoto důvodu na konci onboardingů zasiláme absolventům výstupní onboardingový dotazník.

„Během vyplňování výstupního onboardingového dotazníku mají naši klienti šanci se vyjádřit k jednotlivým oddělením nebo osobám, se kterými na cestě implementace přišli do kontaktu. My tyto názory mapujeme, reportujeme vedení a v návaznosti nastavujeme optimalizační kroky.“



Tomáš Kohút, Marketing Manager Skladon



5. 3 Newslettery

Jedním ze znaků úspěšného outsourcingu logistiky je eliminace klientových nutkání fyzicky navštěvovat distribuční centrum. Nicméně ve Skladonu i tak cítíme potřebu průběžně informovat své klienty o novinkách, ať už firemních, z distribučního centra nebo z aplikace MySkladon.

“

„Na měsíční bázi informujeme naše klienty o změnách a nových funkcích v klientské aplikaci MySkladon. Jakožto technologická firma fungujeme na bázi sprintů, během kterých svůj produkt neustále posouváme. Tato vylepšení sdělujeme svým klientům s jasným cílem – být neustále v obraze a poskytovat tipy pro efektivnější práci s aplikací.“

Štěpánka Cobllová, Quality Assurance Manager Skladon

“

„To stejné platí také pro sdělování novinek z našeho distribučního centra, která se našich klientů přímo dotýkají.“

Lukáš Střalka, Warehouse Supervisor Skladon



Důraz na osobní a individuální přístup – základ bezstarostného onboardingu

V našem e-booku jsme si ukázali, jak je důležité řídit onboarding nového klienta projektově. Do procesu je zpravidla začleněno více zástupců z obou stran, vše probíhá ve vzájemné součinnosti.

„Během onboardingu může mít klient pocit, že jsou některé z našich dotazů zbytečné nebo nerelevantní. Nicméně šíře a detail poskytnutých informací určují také úroveň a kvalitu v nastartování i v dalším průběhu spolupráce.“



Max Kovář, ředitel logistiky Skladon

Průběh onboardingu je o to rychlejší a hladší, pokud si pro svou budoucí spolupráci vyberete logistického partnera, který je dostatečně zkušený, disponuje širokým týmem nebo technickým zázemím. Který zastává názor osobního přístupu a je ochotný se přizpůsobovat vašim specifikům. Pouze takto nastaveným mindsetem je možno eliminovat zbytečné prodlevy, nesrovnalosti nebo bariéry, které mohou brzdit váš podnikatelský růst.

Propojení e-shopu se Skladonem funguje skvěle. Skladon mohu doporučit pro jejich profesionalitu a skvělé technologické zázemí. Podnikání bez externího fulfillmentového centra si už nedokážu představit.“

➡➡➡ mementerra ➡

Vít Libovický, Owner Mementerra



Z těchto důvodů doporučujeme již od začátku důkladnou rešerši trhu, včetně přípravy na úvodní jednání. Chtějte takového partnera, který vám bude schopen zajistit logistickou konkurenční výhodu ve vašem odvětví.



„Skladon vnímáme jako kvalitního a zkušeného partnera, od počátku jsme měli v jednáních totožné představy o podobě budoucí spolupráce.“

Aliaksei Siparau, ředitel logistiky Sportisimo

Poznejte naši službu zblízka

Pro představu jsme pro vás připravili videa přímo z našeho distribučního centra. Kromě krátkého image videa nabízíme také company tour video, kterým v hlavní roli provází náš ředitel logistiky Max Kovář. Poznejte naši službu krok za krokem.

IMAGE VIDEO



COMPANY TOUR VIDEO



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