

# BESPAREN MET DIRECT- TO-RETAIL LOGISTIEK



Logistiek voor B2C e-commerce en B2B e-commerce is inmiddels bekend terrein. Volgens Steven Kersbergen, Managing Director van Fulfilment Solutions, is er nóg een derde kanaal dat vaak over het hoofd wordt gezien, maar wel aanzienlijke voordelen kan opleveren mits het goed wordt georganiseerd: direct-to-retail logistiek. Hij legt uit wat dat derde kanaal precies inhoudt en hoe Fulfilment Solutions daarop inspeelt.





B2B e-commerce betekent voor veel bedrijven niets anders dan het versturen van volle om dozen of zelfs volle pallets met grote aantallen naar een distributiepartner, zegt Steven. "De distributiepartner moet vervolgens de pallets/dozen open maken om de producten te verdelen over de verschillende winkels die ze daarmee willen bevoorraden. In het direct-to-retail segment daarentegen worden winkels rechtstreeks bevoorradt vanuit de groothandel of merkeigenaar. Juist hier liggen nog volop kansen, maar veel retailers zien het als een te grote logistieke uitdaging en spelen er niet op in. Een gemiste

kans," meent Steven. "Zo leveren wij bijvoorbeeld telefoonhoesjes rechtstreeks naar onder andere Vodafone, T-Mobile, MediaMarkt en Base winkels. Zonder tussenkomst van het distributiecentrum van deze retailers. Het bespaart aanzienlijk op kosten, er wordt immers een stap tussenruft gehaald. Bovendien liggen de producten één tot twee dagen eerder in de winkels met minder lege schappen tot gevolg."

#### VERREGAANDE VORM VAN AUTOMATISATIE

Steven begrijpt overigens wel dat retailers

direct-to-retail logistiek als een uitdaging zien. "Traditionele B2B logistiek met volle dozen / pallets is al een heel andere tak van sport dan B2C logistiek met één of twee artikelen in een doosje, laat staan als er tientallen soorten producten van verschillende productgroepen in één of meerdere dozen moeten worden verpakt. Dat is immers waar het om draait bij direct-to-retail logistiek. Dankzij onze verregaande vorm van automatisatie kunnen wij als fulfilment partij hier perfect op inspelen. Een logistiek medewerker hoeft voor zulke direct-to-retail orders geen dertig verschillende locaties in ons ma-

## "OP EEN GOEDE MANIER INVULLING GEVEN AAN DIRECT-TO-RETAIL LOGISTIEK VRAAGT EEN SPECIFIEKE INRICHTING VAN HET LOGISTIEKE PROCES, BIJ VOORKEUR GROTENDEELS GEAUTOMATISEERD"



gastjn langs te lopen, maar verzamelt de orders via een druk op de knop. De artikelen liggen allemaal gesegmenteerd opgeslagen in de bakken van ons Autostore systeem die vervolgens door robots naar onze medewerkers toe worden gebracht, zodat de logistiek medewerkers deze producten kunnen samenvoegen in één of meerdere dozen. Als de samengestelde order bij de winkel aankomt, kunnen de producten direct in de schappen worden gelegd."

Op een goede manier invulling geven aan direct-to-retail logistiek vraagt dus een

specifieke inrichting van het logistieke proces, bij voorkeur grotendeels geautomatiseerd. Steven: "Ook het verpakken heeft andere vereisten, waarbij afwijkende verpakkinglijnen voorzien moeten worden. Met andere woorden, het is aan te raden om direct-to-retail door een fulfilment partij te laten verzorgen die hierin gespecialiseerd is. Zo leveren wij behalve de telefoonhoesjes ook de smartphones zelf, maar ook zonnebrillen, laptops, portemonnees, kartonnen bekertjes, enz. rechtstreeks aan diverse winkels."

### B2B MARKETPLACES

Voor de direct-to-retail kanalen zijn er volgens Steven ook steeds meer specifieke B2B marketplaces in opkomst, waarvan ook kleinere retailers gebruik kunnen maken om bestellingen te plaatsen voor de winkel. "Bij veel fabrikanten of merken moet je altijd een minimale hoeveelheid aan producten afnemen, bijvoorbeeld een volle doos. Dat is voor de kleinere retailer vaak veel te veel. Via een marktplaats, waarop een groot aantal fabrikanten en merken is vertegenwoordigd, kunnen ze deze producten per stuk bestellen. De 'volle doos' ligt dan op voorraad bij een fulfilment partner zoals wij.

Wij zijn voorraadhoudend voor tientallen merken en kunnen daardoor orders van verschillende merken samenstellen zonder dat er de minimum bestelhoeveelheden hoeven te worden besteld, maar samen gebundeld tot één order naar de winkels. Manta Gifts is daar een voorbeeld van. Winkeliers kunnen hier terecht om producten van verschillende fabrikanten per eenheid te bestellen. En doordat er meerdere merken in één doos verpakt en verzonden kunnen worden, wordt op logistieke- en transportkosten bespaard."

Behalve direct-to-retail kan Fulfilment Solutions retailers ontzorgen in alle logistieke kanalen, van orderpicking op stuksniveau, op doosniveau tot palletniveau. En alles daartussen. "We versturen door heel Europa. Als fulfilment partij in Nederland zijn wij vaak voorraadhoudend voor producten die in China of VS worden geproduceerd en die naar alle bestemmingen in Europa moeten gaan. Voor Belgische merken is het daarom ook interessant om voorraad vanuit Nederland te laten versturen. Nederland is een goede uitvalsbasis voor Europa, ook vanwege de 'soepele' regelgeving rondom avondwerk, dat weer belangrijk is voor het B2C segment." ▶

