**Outsourcing logistyki w sklepie internetowym**

**Dwa, bardzo podobne do siebie sklepy internetowe mogą być zupełnie inaczej zorganizowane. W ostatecznym rozrachunku właśnie organizacyjna sprawność może zdecydować o tym, który z tych e-sklepów wygra konkurencyjną walkę. Lepsza, sprawniejsza logistyka może mieć tu decydujące znaczenie.**

W tradycyjnym modelu sklep internetowy posiada **swój magazyn** i własnymi siłami realizuje wszystkie czynności związane ze sprowadzeniem i wysyłką towaru, wystawieniem faktury bądź paragonu, odbiorem zwrotów itp.

Zupełnie inną formą prowadzenia e-sklepu jest **dropshipping** – wówczas sklep zajmuje się sprzedażą, obsługą klienta oraz wystawianiem paragonów i faktur, czasem także przyjmowaniem zwrotów, ale już kwestia magazynowania i wysyłki towaru leży po stronie hurtowni.

Istnieje jednak jeszcze inny model sprzedaży, który polega na **outsourcingu logistyki**. W tym wariancie sklep nie musi decydować się na dropshipping, by korzystać z zewnętrznego magazynu i wielu usług dodatkowych. Po prostu – wszystkie te kwestie zleca w firmie, która staje się dla sklepu operatorem logistycznym.

**Kiedy wybrać outsourcing logistyki?**

Outsourcing logistyki jest dość powszechny w przypadku średnich i dużych e-sklepów. Natomiast te najmniejsze zazwyczaj z powodzeniem radzą sobie we własnym zakresie. Gdy jednak sklep się rozwija, samodzielna obsługa przesyłek staje się coraz trudniejsza. Gdzie przebiega granica, po przekroczeniu której warto wziąć pod uwagę outsourcing?

- Nawet przy jednym bardzo popularnym, szybko-rotującym produkcie właściciel sklepu może nie być w stanie zorganizować logistyki samodzielnie. Ważne jest więc określenie liczby wysyłek w miesiącu – mówi Urszula Rąbkowska, dyrektor marketingu i sprzedaży w XBS Group. – Jeśli liczba ta przekracza 500 wysyłek miesięcznie, wskazane już będzie nawiązanie współpracy z firmą logistyczną. Również wtedy, gdy sklep chce zagwarantować klientom dostawę w 24 godziny od zamówienia, logistykę lepiej oddać w ręce profesjonalistów – podkreśla.

Oceniając zasadność przekazania spraw logistycznych firmie zewnętrznej, warto także zwrócić uwagę na wartość wysyłanych produktów. Im wyższa, tym bardziej opłaca się przekazać obsługę profesjonalnej firmie. Również wtedy, gdy sklep wysyła wiele paczek niestandardowych – np. przesyłki dłużycowe lub wrażliwe, dobrze skorzystać z usług firmy mającej doświadczenie w pracy z tego typu przesyłkami.

Zakres współpracy z firmą logistyczną może być ustalony indywidualnie. Zazwyczaj jednak koszty poszczególnych usług okazują się niższe, gdy są zamawiane w pakiecie, niż gdy są wybierane pojedynczo. Dlatego sklepy bardzo często podejmują współpracę zarówno w zakresie składowania i operacji magazynowych, jak i wysyłek. Przy czym obsługa przesyłek może oznaczać zarówno wysyłkę paczek do konsumentów, jak i przyjmowanie dostaw towaru z hurtowni lub od producentów w imieniu e-sklepu.

**Jak przebiega współpraca z firmą logistyczną?**

Najtrudniejsze są zawsze początki – w tym przypadku wątpliwości może wzbudzać sam moment rozpoczęcia współpracy e-sklepu z firmą logistyczną. Jak się do tego zabrać? Oczywiście sam proces może przebiegać nieco inaczej w zależności od tego, na jakiego operatora logistycznego się zdecydujemy.

- W przypadku XBS Group, ustalamy model współpracy oraz komunikacji. Z reguły omawiamy też proces integracji sklepu internetowego z naszym systemem magazynowym, co po implementacji pozwala na szybką i sprawną obsługę zamówień. Dostawcy e-sklepu otrzymują formularz awizacyjny oraz warunki dostaw do naszego magazynu. Dostawy przyjmowane są zgodnie z harmonogramem i nadawane są im lokalizacje magazynowe odpowiadające ich gabarytom. Mogą to być miejsca półkowe bądź miejsca paletowe, a w przypadku odzieży tzw. system wieszaków – wyjaśnia Urszula Rąbkowska.

Paczki przygotowywane są w magazynie zgodnie ze spływającymi zamówieniami. Następnie są zabezpieczane do transportu oraz przekazywane do strefy wydań dla kurierów bądź przewoźników. Jeśli umowa ze sklepem obejmuje takie usługi, do przesyłki dokładana jest faktura lub paragon. Do przesyłek można dołączać także ulotki informacyjne. Każda przesyłka jest monitorowana, a jej status przesyłany jest do klienta.

A jak to wygląda od strony sklepu? Sklep zamawia u swojego dostawcy towar, który dostarczany jest do magazynu firmy logistycznej. Towar trafia do sprzedaży w e-sklepie. Po otrzymaniu zamówienia, sklep przekazuję je – w ramach systemu informatycznego firmy logistycznej – do realizacji, a firma ta zajmuje się już pakowaniem i wysyłką towaru bezpośrednio do klienta.

W efekcie, patrząc od strony sklepu, współpraca przebiega podobnie jak w dropshippingu z tą różnicą, że sklep zachowuje większą kontrolę nad towarem, który trafia do sprzedaży oraz nad poszczególnymi etapami procesu (np. nad wyborem form przesyłki).

W dropshippingu sklep sprzedaje towary hurtowni, w pewnym sensie stając się jej podwykonawcą w zakresie sprzedaży. Natomiast w przypadku outsourcingu logistyki ta relacja jest zupełnie inna – to operator logistyczny wykonuje zadania na zlecenie e-sklepu i przed sklepem odpowiada za jakość zrealizowanych usług.

**Outsourcing logistyki a zwroty**

Niezwykle ważną kwestią z punktu widzenia e-sklepu jest także sprawna obsługa zwrotów. Konsument ma obecnie prawo zrezygnować z zakupu dokonanego przez internet w ciągu 14 dni od zakupu. W przypadku współpracy firmy z operatorem logistycznym, konsument powinien wysłać zwracany towar do centrum magazynowego.

- Firma logistyczna powinna zająć się także obsługą zwrotu. My w takiej sytuacji pozostajemy w kontakcie z osobą, od której zwrot odbieramy. Informujemy też odpowiednie osoby w naszym magazynie o spodziewanej dostawie zwrotu – mówi przedstawicielka XBS Group.

Zwrot, który przychodzi do magazynu, podlega kontroli oraz weryfikacji zgodnie z wytycznymi e-sklepu. Uzgodnione zasady mogą określać np. w jakich sytuacjach towar ma trafić do dalszej sprzedaży, w jakich do naprawy, a kiedy ma zostać zutylizowany.

**Jakie usługi dodatkowe?**

W praktyce, outsourcing usług logistycznych nie zawsze oznacza taki sam zakres współpracy. Np. przesyłki można objąć gwarancją godzinową – w takim przypadku muszą dotrzeć do adresata przed konkretną godziną. Dostępne jest także dodatkowe ubezpieczenie przesyłki. Firma może również zlecić np. zwrot dokumentów przy odbiorze (np. gdy klient odbiera aparat telefoniczny i podpisuje umowę abonamentową). Ale nie tylko.

- Firmy logistyczne różnią się między sobą w zakresie proponowanych usług dodatkowych. Np. w XBS oferujemy obsługę celną, rozładunek kontenera, tworzenie zestawów, przepakowywanie, czy etykietowanie produktów. Posiadamy też platformę z nagrodami i upominkami dla firm. Może się ona okazać dodatkowym kanałem sprzedaży dla niektórych e-sklepów – mówi Urszula Rąbkowska.

Dlatego szukając firmy logistycznej, z którą sklep podejmie współpracę, warto zwrócić uwagę nie tylko na cennik, ale także na listę działań, które będzie można zlecić w przyszłości. Może się bowiem zdarzyć i tak, że choć na chwilę obecną sklep chce „outsourcować” jedynie transport, w przyszłości potrzeby będą rosły. Dobrze mieć wtedy świadomość, że współpraca z wybranym operatorem logistycznym będzie mogła obejmować także inne obszary. W niektórych firmach może ona uwzględniać niemal wszystkie etapy dystrybucji, z wyłączeniem samej sprzedaży produktów.

W każdym przypadku sklep internetowy odciąża swoich pracowników w zakresie najbardziej żmudnych, codziennych działań, przekazując te kwestie firmie wyspecjalizowanej właśnie w tej dziedzinie. Na tym zresztą polega istota outsourcingu – firma powinna skupić się na istocie swojej działalności, na samym sednie, co w przypadku e-sklepu sprowadza się do sprzedaży.

Natomiast wszystkie inne operacje można zlecić innym podmiotom, biegłym w swoich specjalizacjach. I co ważne, nie trzeba być wielkim graczem w branży e-commerce, aby skorzystać z ułatwień, jakie zapewnia outsourcing usług.

Źródło: [XBS Group](https://www.xbsgroup.pl/)