**Jak to możliwe, że outsourcing logistyki jest tańszy?**

**Małe firmy zajmujące się sprzedażą przez Internet zwykle próbują być bardzo samodzielne. Ale robienie wszystkiego we własnym zakresie i „po swojemu” bywa kosztowne, a poza tym nie pozwala skupić się na tych zadaniach, które są kluczowe, by przyciągać nowych klientów. Czy istnieje jednak jakaś alternatywa?**

Przedsiębiorcy mogą samodzielnie decydować, w jakim zakresie poszczególne zadania będą świadczyli własnymi siłami, a w jakim stopniu zdecydują się na outsourcing. W przypadku usług logistycznych, zewnętrzny operator może zapewnić zarówno magazynowanie, jak i drukowanie faktur, pakowanie przesyłek, dołączanie gratisów, kontakty z firmami kurierskimi, a nawet obsługę zwrotów.

Mimo to, niektórzy przedsiębiorcy podchodzą do takiej współpracy z nieufnością. Dlaczego?

**To da się policzyć!**

Pierwszym powodem może być potrzeba kontroli. W małych firmach często pokutuje przekonanie, które ma odzwierciedlenie w starym powiedzeniu: „pańskie oko konia tuczy”. Przedsiębiorcy nie wierzą, że firma zewnętrzna może zadbać o ich przesyłki równie dobrze, a już tym bardziej – lepiej, od nich samych.

Jest jednak i powód drugi. Wiąże się on z przekonaniem, że własna wysyłka nic nie kosztuje lub jest tańsza od outsourcingu. Niektórzy właściciele e-sklepów zakładają tak z góry, nie dokonując żadnych obliczeń. A przecież koszty można bardzo precyzyjnie obliczyć.

Jeśli sklep realizuje 4.000–5.000 wysyłek w miesiącu, a pakowaniem paczek zajmuje się dwóch pracowników, to uwzględniając wyłącznie koszty minimalnego wynagrodzenia, koszt przygotowania jednej przesyłki wyniesie ok. 2–3 zł. W dokładnej kalkulacji należałoby uwzględnić także czynsz płacony za wynajmowane pomieszczenie magazynowe, koszty materiałów (pudełka, koperty, taśma, wypełniacze), wydatki na sprzęt (komputery, drukarki) i oprogramowanie. Nie należy także pomijać kosztów związanych z rekrutacją czy szkoleniami pracowników. Jeśli taka analiza zostanie przeprowadzona z dużą dokładnością, pozwoli szczegółowo określić aktualne koszty. Takie wyliczenia należy następnie porównać z ofertą otrzymaną od operatora logistycznego.

- Bardzo często przedsiębiorcy są zaskoczeni, kiedy okazuje się, że duży operator logistyczny jest w stanie zapewnić pełną obsługę taniej niż gdyby firma e-commerce działała własnymi siłami – mówi Urszula Rąbkowska z firmy XBS Group. – Te niższe koszty wynikają między innymi z efektu skali. Firma logistyczna w tych samych halach i siłami tych samych pracowników może obsługiwać wielu klientów.

**Koncentracja na tym, co najważniejsze**

Dla wielu firm istotną kwestią jest decyzja o tym, na czym się skupić. Czy właściciel lub zarząd sklepu powinien koncentrować się na operacjach logistycznych, czy raczej na marketingu, sprzedaży i promocji? Tak naprawdę odpowiedzi na tego typu pytania mogą decydować o kierunkach, w jakich sklep internetowy będzie się rozwijał w kolejnych latach.

- Współpraca z zewnętrznym operatorem logistycznym pozwala zdjąć z głów właścicieli i menedżerów znaczną część codziennych obowiązków i skupić się na rozwoju biznesu – mówi Urszula Rąbkowska. – Jeśli e-sklep przekaże logistykę w ręce doświadczonej i odpowiedzialnej firmy, osoby zarządzające sklepem będą mogły więcej czasu i uwagi przeznaczać na pozyskiwanie nowych klientów – podkreśla.

Warto przy tym zauważyć, że profesjonalni operatorzy logistyczni korzystają z zaawansowanych systemów zarządzania magazynem (WMS), śledzenia przesyłek oraz analizy danych, co pozwala na efektywniejsze zarządzanie łańcuchem dostaw. Dzięki temu e-sklepy zyskują dostęp do nowoczesnych rozwiązań bez konieczności samodzielnego inwestowania w kosztowne systemy IT.

Jednak nie każda współpraca będzie równie udana. Przed podpisaniem umowy z wybraną firma logistyczną warto sprawdzić, z jakich systemów informatycznych ona korzysta oraz z jakimi platformami zapewnia integrację. Ważne jest, aby usługi były kompatybilne z tymi systemami e-commerce, programami do fakturowania czy systemami kurierskimi, które są ważne dla zleceniodawcy.

**Elastyczność i skalowalność**

Zastanawiając się nad korzyściami z ewentualnego outsourcingu, warto pomyśleć nie tylko o kosztach. Istotną zaletą będzie także elastyczność – zarówno wynajmowaną powierzchnię, jak i zakres usług można modyfikować w trakcie współpracy, stosownie do bieżących potrzeb.

Poza tym operator logistyczny może ułatwiać skalowanie biznesu. Szybkie dostawy (nawet na następny dzień roboczy) zwiększą zadowolenie klientów końcowych i mogą ich skłonić do większej lojalności. Na pozytywne doświadczenia wpływ ma także sprawna obsługa zwrotów.

A skoro mowa o rozwoju, nie zapominajmy także o opcji, jaką może stanowić cross-border, czyli ekspansja zagraniczna.

- Dzięki znajomości procedur celnych i międzynarodowych regulacji operatorzy logistyczni pomagają lokalnym sklepom internetowym podbijać nowe rynki. Współpraca z partnerem, który zna specyfikę logistyki w różnych krajach, znacznie upraszcza procesy związane z międzynarodową dystrybucją – zauważa przedstawicielka XBS Group.

**Wygrywa wygoda i niższe koszty**

Dla wielu przedsiębiorców opór przed outsourcingiem logistyki wiąże się przede wszystkim z potencjalną utratą kontroli nad poszczególnymi procesami oraz z obawami przed wzrostem wydatków. Te ostatnie można jednak łatwo i precyzyjnie obliczyć.

A co z kontrolą? Firmy, które raz zdecydowały się na współpracę z operatorem logistycznym, prawie nigdy nie wracają już do samodzielnej obsługi przesyłek. Najwyraźniej w ostatecznym rozrachunku utrata kontroli albo nie występuje, albo przestaje mieć znaczenie w obliczu konkretnych oszczędności czasu, zasobów i pieniędzy.

Pamiętajmy jednak, że kluczem do sukcesu jest wybór odpowiedniej firmy logistycznej – najlepiej z dużym doświadczeniem w e-commerce.

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