**Ostatnia mila w logistyce e-commerce**

**Można powiedzieć, że ostatnia mila oznacza „tylko” końcowy etap dostarczania towaru do klienta. Jednak w przypadku zakupów internetowych właśnie ten finał okazuje się najbardziej istotny, kosztowny i skomplikowany w całym procesie logistycznym.**

Gdy klikamy „kup teraz”, zupełnie nie myślimy o tym, jak skomplikowany proces uruchamiamy. A przecież od tego momentu rozpoczyna się walka z czasem, w efekcie której wybrany produkt powinien trafić w nasze ręce w 48 godzin, a coraz częściej w ciągu jednej doby. Nie jest to łatwe wyzwanie!

Jeszcze trudniejsze staje się obecnie, gdy z powodu pandemii wiele osób pracuje zdalnie. Nie tylko praca, ale także zakupy mogą być bezpieczniejsze, jeśli będą wykonywane przez Internet. Dodatkowo, na wzrost zainteresowania zakupami on-line w Polsce wpływ mogło mieć ograniczenie stacjonarnego handlu w niedzielę.

Z raportu Global Ecommerce 2020 wynika, że najwyższy na świecie wzrost sprzedaży w kanale e-commerce odnotuje w tym roku Europa Środkowo-Wschodnia – aż o 21,5% w stosunku do roku ubiegłego. Niektórzy analitycy przewidują, że te wyniki będą jeszcze bardziej spektakularne. Problem w tym, że ktoś ten wzrost musi obsłużyć.

**Dlaczego ostatnia mila jest taka ważna?**

Droga towaru od zamówienia do dostarczenia jest zazwyczaj długa. Dlaczego więc właśnie ostatnią milę uważa się za tak istotną?

- Przede wszystkim dlatego, że ten etap stanowi punkt styku pomiędzy sprzedawcą a klientem. Jego zadowolenie będzie zależało w dużej mierze od punktualności dostawy, od tego czy paczka trafi pod właściwy adres, od stanu przesyłki, czy też od kultury osobistej kuriera – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group.

Dostarczenie przesyłki do punktu odbioru lub pod drzwi klienta w obiecywanym terminie zależy nie tylko od sklepu, ale często także od kilku pośredników (magazyn, firma transportowa, kurier). A jednak, ostatecznie, klient będzie wystawiał opinię sklepowi. Może to zrobić w wyszukiwarce, w mediach społecznościowych, w porównywarce cenowej, czy też na platformie sprzedażowej, a negatywne oceny mogą mieć duży wpływ na decyzje innych potencjalnych klientów.

Z drugiej strony, sprawna logistyka może być elementem szeroko pojętej obsługi klienta i przewagą konkurencyjną firmy. Klient chętnie będzie zamawiał produkty w sklepie, który dostarcza paczki szybko, bezbłędnie, a kurier jest zarówno punktualny, jak i miły. W związku z tym etap ostatniej mili ma dla sklepu największe znaczenie ze względu na wizerunek czy reputację, a pośrednio ma wpływ także na przychody. W końcu ostatecznie do sklepu wróci tylko klient zadowolony.

**Dlaczego ostatnia mila jest taka skomplikowana?**

Skoro ostatni etap dostarczania przesyłek jest tak ważny, to z czego wynikają trudności?

- Wcześniejsze etapy, choć niezwykle ważne, można dość dokładnie zaplanować – zauważa Urszula Rąbkowska. – Przekazywanie informacji o zamówieniach ze sklepu on-line do magazynu można zautomatyzować. W magazynie proces kompletowania zamówień, a następnie ich pakowania i wydawania do wysyłki można poddać niemal bezbłędnym procedurom. Sam transport towaru do danego miasta również odbywa się najczęściej bez problemów, a współczesne systemy nawigacyjne pomagają przewidzieć i ominąć ewentualne utrudnienia na trasie. Komplikacje pojawiają się dopiero później – podkreśla.

Istotnym problemem jest chociażby rozdrobnienie punktów odbioru. Niegdyś towar był przewożony z magazynu do sklepu, w którym klienci robili zakupy. Obecnie, samo dotarcie transportu do danego miasta nie wystarczy – część klientów będzie chciała odebrać produkt w sklepie, część zamawia kuriera, jeszcze inni wskazują paczkomat lub inny punkt odbioru. W związku z tym dostawy z jednego sklepu do konkretnego miasta (nawet niewielkiego) trzeba podzielić na różne kanały dostawy. To generuje koszty i wyzwania organizacyjne.

Poza tym transport w mieście jest utrudniony przez wiele czynników. Niektóre korki da się przewidzieć, ponieważ powstają codziennie, ale już zatory wywołane kolizjami to zdarzenia losowe. Poza tym transport w dużych miastach może być utrudniony przez problemy związane z parkowaniem, czy też zakazy wjazdów obowiązujące ciężarówki w określonych miejscach, czy też w określonych godzinach.

Gdy przesyłki dostarczane są do punktów odbioru czy automatów, może się okazać, że niektóre z nich są przepełnione lub też, że brakuje miejsca na paczki o określonych gabarytach. Z kolei odwiedzając odbiorcę bezpośrednio, kurierzy często muszą fatygować się w dane miejsce kilkukrotnie, zanim zastaną adresata. 3-krotny powrót pod ten sam adres nie należy do rzadkości. Każda powtórna dostawa to także dodatkowe koszty i dodatkowy czas pracy kuriera. Opóźnienie w jednym miejscu, niczym domino, spowoduje kolejne opóźnienia.

Jeszcze inne problemy mogą dotyczyć produktów o krótkiej trwałości – np. spożywczych. W ich przypadku dostawa powinna być szczególnie szybka, a wszelkie błędy lub utrudnienia mogą sprawić, że towar w ogóle nie dotrze do adresata w formie nadającej się do użytku lub spożycia.

Na końcu mamy jeszcze wspomniany punkt styku osoby wydającej towar z odbiorcą końcowym – bez względu na to czy paczkę wyda sprzedawca w osiedlowym sklepie czy kurier, zachowanie takiej osoby może mieć znaczący wpływ na zadowolenie klienta z całej transakcji.

**Kluczowe procesy dzieją się wcześniej**

Co może pomóc w usprawnieniu logistyki na ostatniej mili? Na pewno korzystna jest rosnąca popularność automatów czy też punktów odbioru, dzięki którym klienci mogą odbierać przesyłki w dogodnym dla siebie miejscu i czasie. Więcej przesyłek zgromadzonych w jednym punkcie to znaczne ułatwienie dla kurierów. Natomiast tam, gdzie klienci życzą sobie dostawy bezpośredniej, ułatwieniem może być możliwość wcześniejszego ustalenia, w jakich godzinach odbiorca będzie dostępny pod danym adresem.

Choć jednak rozmaite udogodnienia mogą usprawnić terminowe dostawy, kluczowe okazują się operacje dokonywane na wcześniejszych etapach. Jeśli sam proces magazynowania i kompletowania zamówienia będzie przebiegał sprawnie i nie będzie generował wysokich kosztów, prawdopodobnie mniej problemów wystąpi także na ostatniej mili.

- Na organizację i koszty wpływać może choćby liczba magazynów, a więc konieczność przewożenia towarów między nimi – mówi Urszula Rąbkowska - Dlatego bardziej opłacalne może być utrzymywanie jednego magazynu centralnego zamiast kilku lokalnych. Wielu naszych klientów zanotowało duże oszczędności właśnie poprzez centralizację magazynowania – podkreśla przedstawicielka XBS Group.

Sam magazyn powinien być optymalnie wykorzystany. Wysokie półki i wąskie alejki przekładają się na niższe koszty składowania. Z kolei usługi dodatkowe, oferowane przez niektóre firmy logistyczne, takie jak co-packing, sprawiają że sklep nie musi zatrudniać własnych pracowników np. do przygotowywania pakietów promocyjnych (w tym zestawów świątecznych).

Niezwykle ważne okazuje się także odpowiednie oprogramowanie, w którym wszystkie dane dotyczące m.in. stanów magazynowych, zamówień, przesyłek są ze sobą zintegrowane. Dzięki współpracującymi ze sobą systemom WMS oraz ERP można wygodnie śledzić drogę każdej przesyłki od złożenia zamówienia przez klienta, aż do momentu odbioru.

Ewentualnie, z magazynu produkty mogą trafiać do mniejszego centrum przeładunkowego w danym mieście, gdzie dopiero zostaną podzielone na różne formy dostawy. W takim przypadku mówimy jednak o znacznie mniejszych i tańszych w utrzymaniu obiektach niż oddzielne magazyny regionalne.

Istotne jest także planowanie tras wysyłek wspólnie z firmami transportowymi. Chodzi o to, aby trasy były możliwie efektywne. Co to znaczy? Otóż, lepiej wypuścić ciężarówkę w pełni załadowaną, która po drodze obsłuży kilka miast, niż wysyłać dwa lub trzy transporty wypełnione częściowo, gdzie każdy pojazd wyruszy do innego miasta. Konsolidowanie tras przekłada się zarówno na niższe koszty, jak i na mniejsze obciążenie dla środowiska, a przy dobrym rozplanowaniu, czas transportu może być w wielu przypadkach podobny.

Niektóre dane wskazują, że sama logistyka ostatniej mili generuje aż 40% wszystkich kosztów logistycznych. Niestety, uzyskanie większych oszczędności na tym etapie jest bardzo trudne. Nie zapominajmy jednak, że pozostaje jeszcze 60% kosztów, nad którymi zapanować jest znacznie łatwiej. Współpracując z odpowiednimi firmami i integrując wszystkie działania w jeden system, sklepy internetowe mogą dokonać znacznych oszczędności a zarazem skrócić czas dostawy towaru.

I choć pozornie te wcześniejsze etapy nie dotyczą problemu ostatniej mili, to jednak w praktyce mogą znacznie zmniejszyć ryzyko związane np. z opóźnieniami czy pomyłkami. Poza tym, jeśli pierwsze etapy zostaną zrealizowane sprawnie i bezbłędnie, kurier jadący do odbiorcy zyska więcej czasu. Nawet więc, jeśli straci w korku więcej czasu niż planował, nadal będzie miał większe szanse, że dotrze do celu jeszcze zanim wybije ta kluczowa dwudziesta czwarta lub czterdziesta ósma godzina od złożenia zamówienia przez klienta.

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