**Integracja w biznesie to niższe koszty**

**Integrujmy! Ten trend nie bez powodu staje się coraz silniejszy w rozmaitych branżach i obszarach biznesu. Jeśli wiele usług łączy się ze sobą w jednym systemie, przeważnie przekłada się to na oszczędności – czasu i pieniędzy.**

Menedżerowie, prezesi, właściciele firm – kiedy myślą o ograniczaniu kosztów, zazwyczaj koncentrują się dosłownie na niższych cenach. Zakup tańszych materiałów, umowa z tańszą firmą transportową, czy też niższy czynsz za magazyn – to oczywiste przykłady oszczędności. Niestety, gdy priorytetem staje się cena, stracić może na tym jakość produktów czy usług.

Ale obniżanie kosztów może wynikać również z zupełnie innych decyzji, które na dodatek mogą jeszcze poprawiać szybkość i jakość obsługi klienta. Nie dość, że koszty spadną, to jeszcze zadowolenie klientów i co za tym idzie, sprzedaż, wzrośnie.

Jak to możliwe? Odpowiedź stanowi integracja – choćby integracja procesów logistycznych. Brzmi to bardzo fachowo, w praktyce oznacza jednak połączenie ze sobą poszczególnych etapów przemieszczania towarów – od producenta, do klienta końcowego (konsumenta) w jeden system.

**Integracja od strony sklepu internetowego**

Z punktu widzenia sklepu internetowego, integracja logistyki to przede wszystkim uproszczenie całej sprzedaży.

- Sklep zamawia u swojego dostawcy towar, który dostarczany jest do magazynu firmy logistycznej. W tym momencie status produktu w e-sklepie można już zmienić na „dostępny” – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group. - Po otrzymaniu zamówienia, sklep przekazuje je do realizacji, a operator logistyczny zajmuje się już pakowaniem i wysyłką towaru bezpośrednio do klienta – dodaje.

Cały proces może wydawać się podobny do dropshippingu, gdzie sklep sprzedaje towary bezpośrednio z hurtowni, z którą współpracuje. Tyle, że w takim układzie sklep pełni niejako funkcję podwykonawcy dla hurtowni. W przypadku outsourcingu relacja wygląda zupełnie inaczej - to operator logistyczny wykonuje zadania na zlecenie e-sklepu i przed sklepem odpowiada za jakość zrealizowanych usług.

Niezwykle ważną kwestią z punktu widzenia sklepu jest także sprawna obsługa zwrotów. Konsument ma prawo zrezygnować z zakupu dokonanego przez internet w ciągu 14 dni od zakupu. W przypadku współpracy sklepu z operatorem logistycznym, konsument wysyła zwracany towar do centrum magazynowego. Zwrot, który przychodzi do magazynu, podlega kontroli oraz weryfikacji zgodnie z wytycznymi e-sklepu. Zasady mogą określać np. w jakich sytuacjach towar ma trafić do dalszej sprzedaży, w jakich do naprawy, a kiedy ma zostać zutylizowany.

Warto podkreślić, że 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. Ale nie tylko. Współpraca może obejmować tworzenie zestawów prezentowych z konkretnych produktów, dodawanie ulotek lub gratisów do przesyłek, a nawet wystawianie faktur w imieniu sklepu. A że dzieje się to w ramach jednego systemu, wszystko odbywa się szybko i bez generowania niepotrzebnych kosztów.

**Integracja od strony firmy logistycznej**

Sercem całego procesu integracji łańcuchów dostaw jest odpowiednie oprogramowanie, w tym WMS - Warehouse Management System. Gdy produkt zostanie sprzedany, zamówienia są kompletowane i konsolidowane z uwzględnieniem wybranego rodzaju transportu oraz kierunku dostawy, co ma szczególnie duże znaczenie podczas realizacji usług dla sklepów internetowych.

Programy stosowane w logistyce pozwalają uzyskać pełną kontrolę nad zamówieniami – co oznacza zarówno dostęp do aktualnych informacji na temat tego ile jakich produktów znajduje się w magazynie, jak i sprawne sterowanie ruchem (np. optymalnym wykorzystaniem wózków widłowych). Dzięki skomplikowanym algorytmom, nowoczesne programy umożliwiają także prognozowanie sprzedaży i co za tym idzie, rotacji towarów.

Obecnie firmy logistyczne odchodzą od systemów zamkniętych, na rzecz responsywnych platform komunikacyjnych. W takim systemie zintegrowane są ze sobą rozmaite dane, a dzięki chmurze (cloud computing), zarówno dostęp do nich, jak i możliwości wykonywania zleceń stają się banalnie proste.

- Pracownicy sklepów internetowych mogą składać zamówienia na produkty znajdujące się w naszych magazynach m.in. przez aplikację na komputerze lub w smartfonie – mówi Urszula Rąbkowska. - W systemie można znaleźć zdjęcia, komentarze, dane logistyczne, czy statusy doręczeń. W dodatku wszystkie te dane prezentowane są w sposób czytelny i estetyczny. Kiedy mowa o adresach, w systemie dostępne są mapy. Gdy ważny jest przebieg procesu, do dyspozycji jest oś czasu – wyjaśnia.

**Skąd te oszczędności?**

Oszczędności wynikają z faktu, że wszystkie produkty z danego e-sklepu znajdują się w jednym magazynie, a większość usług jest realizowana prze firmę logistyczną. Nie ma więc potrzeby przekazywania towaru pomiędzy różnymi podmiotami, ani też używania wielu programów od rozmaitych dostawców do obsługi przepływu tych samych produktów.

- Z naszych analiz wynika, że dzięki integracji łańcucha dostaw klienci zmniejszają koszty obsługi średnio o 30%. Mówiąc w skrócie, dzięki odpowiedniej analizie popytu dopasowujemy stany magazynowe do zapotrzebowania, zapewniamy lepszą rotację produktów, a także generujemy mniej odpadów. Z kolei automatyzując procesy biznesowe, ułatwiamy kontrolę wydatków – mówi Urszula Rąbkowska.

Problemem wielu firm jest nieodpowiednie zarządzanie zapasami. Nieprzemyślane zakupy zbyt dużych ilości towarów sprawiają, że koszty magazynowania rosną. Tymczasem zapasy zawsze należy utrzymywać na minimalnym poziomie, jaki jest niezbędny do sprawnej realizacji bieżących zamówień. Dzięki jednemu magazynowi oraz integracji procesów w jednym systemie informatycznym jest to dużo łatwiejsze. Firma XBS Group nie raz przeprowadzała, wraz ze swoimi klientami, wielkie sprzątanie magazynów – czasem prowadziło to do zredukowania zapasów nawet o 50%.

W przypadku e-commerce warto również pamiętać o integracji systemu logistycznego z systemami zewnętrznymi. Może ona obejmować zarówno integrację z platformami zakupowymi (np. Allegro), jak z oprogramowaniem firm kurierskich. Dzięki temu sklep może mieć na bieżąco aktualne informacje o tym, gdzie znajduje się każdy z jego produktów podczas całej drogi – od producenta lub hurtowni, przez magazynowanie, aż do momentu odbioru paczki przez konsumenta. A jeśli klient zwraca towar lub wysyła do naprawy w ramach gwarancji, śledzenie towaru może mieć swój ciąg dalszy.

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