**Jak wybrać magazyn?**

**Może się wydawać, że magazyn to tylko pomieszczenie do składowania towaru. Jednak firmy, które poszukują przestrzeni magazynowej, powinny uważnie wybierać operatorów logistycznych do współpracy. Gdy potrzeby rosną, na znaczeniu zyskują usługi dodatkowe.**

Rozmaite firmy mają odmienne potrzeby, a usługi magazynowe, czy też mówiąc szerzej – logistyczne, nie zawsze są identyczne. Banał? Niekoniecznie! Wybierając firmę, w której wynajmiemy magazyn, warto wziąć pod uwagę własne plany dotyczące rozwoju, ale też rodzaj prowadzonej sprzedaży (internetowa czy stacjonarna), a nawet asortyment produktów.

**Własny magazyn – na dobry początek**

Wiele firm rozpoczynając działalność dysponuje własnym, choć często niewielkim magazynem. Gdy firma łączy sprzedaż tradycyjną i online, zaplecze sklepu stacjonarnego stanowi najczęściej magazyn także dla sklepu internetowego.

- Dużą zaletą własnego magazynu jest kontrola nad każdym etapem sprzedaży. Przedsiębiorca łatwo może ocenić jakość składowanych u siebie produktów i wie, jaki jest aktualny stan magazynowy. Wspólnie z pracownikami dokonuje pakowania towaru, wysyłki, a także obsługuje zwroty i reklamacje – wyjaśnia Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group.

Gdy jednak zamówień internetowych zacznie przybywać, może się okazać, że pracownicy, którzy jednocześnie obsługują klientów stacjonarnych, nie są w stanie na bieżąco obsłużyć również wszystkich zapytań internetowych. Problemem może też być sama powierzchnia, z czasem zbyt mała w porównaniu z potrzebami.

**Fulfillment – gdy firma się rozwija**

Dla sklepów internetowych fulfillment może być znacznie lepszym rozwiązaniem niż wynajem samej powierzchni magazynowej. Dlaczego? Ponieważ pozwala uporać się z wieloma problemami na raz. Wysokiej klasy operator logistyczny nie tylko zapewni półki na towar, choć już to może być korzystne finansowo.

- W przypadku fulfillmentu koszty zazwyczaj są uzależnione od faktycznego wykorzystania powierzchni przez danego klienta – mówi Urszula Rąbkowska. – W efekcie, koszty magazynowe są zmienne. Gdy sprzedawca zwiększa obroty, rosną także opłaty, ale gdy szczyt sezonu się kończy, koszty magazynowe również spadają – podkreśla.

Sprzedawca nie musi się przy tym martwić o to, skąd weźmie dodatkowych pracowników, gdy zamówień jest okresowo więcej, ani jak opłacić załogę magazynu w słabszych miesiącach – to już pozostaje zmartwieniem firmy logistycznej. To ona zapewnia profesjonalną obsługę, a więc odpowiednio przeszkolone osoby, pracujące w zgodzie z ustalonymi procedurami.

Najważniejsze jednak, że fulfillment to nie tylko magazyn. Przy takiej formie współpracy operator logistyczny otrzymuje zamówienia bezpośrednio ze sklepu internetowego i sam pakuje paczki, a następnie wysyła je za pośrednictwem firmy kurierskiej wybranej podczas składania zamówienia przez konsumenta.

- Do paczek mogą być dołączane ulotki, faktury lub „gratisy”, a firma logistyczna może (na życzenie sklepu) połączyć wybrane produkty w zestawy promocyjne – mówi przedstawicielka XBS Group. – Firmie logistycznej można zlecić także przyjmowanie zwrotów, co będzie szczególnie ważne np. w branży *fashion* – podkreśla.

Kolejną usługą może być przyjmowanie i rozpatrywanie reklamacji, a w razie potrzeby kierowanie produktu z magazynu do serwisu, producenta lub dystrybutora.

W niektórych branżach bardzo ważne będą także warunki, w jakich jest przechowywany towar. Inne wymagania będzie miał sprzedawca opon, a inne właściciel apteki internetowej lub sprzedawca suplementów diety. Przed podpisaniem umowy należy sprawdzić, czy operator logistyczny będzie w stanie zapewnić np. odpowiednią temperaturę i wilgotność produktom wymagającym szczególnego traktowania.

**Operator logistyczny dla produktów XXL**

Specyficzne potrzeby będzie miała firma specjalizująca się w sprzedaży produktów o nietypowych gabarytach.

- Przykładem mogą być panele fotowoltaiczne. Tego typu produkty są duże, ciężkie, a ze względu na elementy szklane i elektronikę, są też wrażliwe na uszkodzenia – mówi przedstawicielka XBS Group. - Do przechowywania paneli mogą być potrzebne regały o wysokiej nośności. W dodatku towar tego typu powinien być przechowywany w pionie – dodaje.

Niestety, nie wszystkie firmy logistyczne są odpowiednio przygotowane do przechowywania produktów niestandardowych. Przy dużych produktach w magazynie potrzeba odpowiednio dużo miejsca nie tylko do składowania, ale także do przepakowywania towaru. Produkty należy transportować pomiędzy różnymi strefami magazynu, potrzebne są więc taśmy lub wózki – również o odpowiednich wymiarach i nośności. Nietypowe produkty będą też wymagały dodatkowego zabezpieczenia na czas transportu – w tym przypadku nie wystarczą np. standardowe kartony. Zdarza się więc, że niektóre firmy logistyczne w ogóle odmawiają obsługi towarów gabarytowych.

- W naszej firmie produkty dłużycowe przechowujemy w pionie, aby lepiej wykorzystać dostępną przestrzeń, a zarazem zmniejszyć koszty dla klienta. Konstruujemy też własne stojaki, dopasowane do konkretnych typów produktów, w tym do paneli fotowoltaicznych, co umożliwia ich bezpieczne przechowywanie – podaje przykłady Urszula Rąbkowska.

Pomocny okazuje się też system identyfikowania produktów, choć w przypadku dużych towarów może on wymagać dodatkowej uwagi pracownika. System WMS może wskazać, że produkt zajmuje powierzchnię przekraczającą obrys jednej palety. To jednak doświadczony pracownik musi wiedzieć, czy towar da się ustawić tak, aby wykorzystać miejsce odpowiadające powierzchni 1,5 palety, czy jednak potrzebne będą dwa miejsca. Takie decyzje mają potem wpływ na koszty ponoszone przez klientów.

Odpowiednio przygotowani pracownicy są więc niezbędnym elementem sprawnie funkcjonującego łańcucha logistycznego. Przy produktach o nietypowych rozmiarach ich znaczenie jest szczególnie istotne.

**Te czynniki mają znaczenie**

Podsumujmy najważniejsze elementy, jakie warto wziąć pod uwagę wybierając do współpracy firmę udostępniającą powierzchnię magazynową.

l

Wielkość produktów – duże produkty mogą wymagać większego magazynu, przygotowanego technicznie do obsługi gabarytów.

l

Rodzaj produktów – produkty spożywcze, alkohole, medykamenty, suplementy diety to przykłady towarów, które często trzeba przechowywać w ściśle określonej temperaturze lub które wymagają innych, specyficznych warunków.

l

Sezonowość – jeśli zainteresowanie ofertą firmy jest zmienne w zależności od sezonu, najlepiej współpracować z takim operatorem logistycznym, z którym będzie można rozliczać się na podstawie aktualnie zajmowanej powierzchni. Dzięki temu współpraca w słabszych miesiącach będzie tańsza niż w szczycie sezonu.

l

Zapotrzebowanie na usługi dodatkowe – teraz, ale i w przyszłości. Jeśli firma rozważa zlecenie fakturowania, obsługi zwrotów lub tworzenia zestawów produktowych, najlepiej od razu wybrać takiego operatora logistycznego, który ma takie usługi w ofercie.

W każdym przypadku outsourcing usług logistycznych oznaczać będzie lepiej zorganizowany transport, niższe koszty zatrudnienia oraz możliwość elastyczniejszego dopasowania zapasów magazynowych (oraz kosztów) do sezonu.

Źródło: https://xbsgroup.pl/