**Jak usprawnić logistykę (nie tylko) przed świętami?**

**Co jest najgorsze w prowadzeniu biznesu? Pomijając podatki i niespójne przepisy, dużym problemem bywa również sezonowość. I mowa nie tylko o hotelach, gastronomii, czy sprzedaży choinek. Zmienność popytu w ciągu roku to standard także w wielu sklepach internetowych i nie tylko.**

Zainteresowanie ofertą firmy w ciągu roku może wielokrotnie zwiększać się i spadać. Górki i dołki mogą występować w różnych okresach. W przypadku sklepów, największe wzrosty będą zazwyczaj odczuwane przed świętami Bożego Narodzenia, a zaraz po nich może nastąpić największy w ciągu roku sprzedażowy dołek.

Jakie trudności to powoduje? Gdyby sprzedaż była stabilna przez cały rok, łatwo byłoby ustalić ilu pracowników jest potrzebnych do sprawnej obsługi, a także jaka powierzchnia magazynowa będzie optymalna dla określonej ilości towaru. W prawdziwym życiu bywa tak jednak bardzo rzadko.

**Świąteczna niestabilność**

Gdy nadchodzi czas świątecznego szczytu, przydałoby się więcej rąk do pracy, a często też potrzebna jest większa przestrzeń, ponieważ zaplecze sklepu może nie pomieścić zamawianego towaru. Jeśli jednak ulegniemy pokusie, wynajmiemy dodatkowy magazyn i zwiększymy zatrudnienie, już w styczniu może się okazać, że musimy płacić za niewykorzystywane pomieszczenie oraz wypłacać dodatkowe wynagrodzenie pracownikom, którzy nie potrafią znaleźć dla siebie zajęcia.

Poza tym trudności organizacyjne to nie tylko magazyn i pracownicy. W szczycie sezonu rosną potrzeby dotyczące jasnych procedur przyjmowania zamówień i pakowania – okres świąteczny to pod tym względem dobry i bardzo wymagający test. Samo zbieranie zamówień obejmuje coraz częściej nie tylko własny sklep internetowy, ale także platformy Allegro czy Amazon. Pamiętać trzeba także o przyjmowaniu dostaw, wystawianiu faktur i paragonów, kontakcie z firmami kurierskimi oraz komunikacji z klientem…

Gdy na jednego pracownika zaczyna przypadać w ciągu dnia roboczego ok. 20-30 pełnych operacji związanych z obsługą przesyłek, może to znaczyć, że mamy problem. W takiej sytuacji potrzebujemy dodatkowych rąk do pracy lub… może to już czas, by pomyśleć o głębszych zmianach?

**Jak sprofesjonalizować logistykę?**

Gdy liczba przesyłek rośnie w sposób coraz trudniejszy do obsłużenia, warto podjąć decyzję, by zlecić logistykę firmie zewnętrznej. Wziąć pod uwagę można również inwestycję we własny magazyn i pracowników, jednak to rozwiązanie będzie opłacalne przede wszystkim wtedy, gdy wysoki poziom zamówień jest stabilny i całoroczny. Dopóki nie jesteśmy tego pewni, lepiej postawić na elastyczne opcje.

- Nie ma znaczenia czy w ofercie mamy tysiące produktów, czy jeden, ale niezwykle popularny. Jeśli sklep był dotychczas prowadzony przez jedną osobę, to już powyżej 500 przesyłek w miesiącu można dotrzeć do kresu wydajności. Również wtedy, gdy sklep chce zagwarantować klientom dostawę w 24 godziny od zamówienia, logistykę lepiej oddać w ręce profesjonalistów – mówi Daniel Korbus z firmy logistycznej XBS Group.

Dlaczego to się opłaca? Małemu sklepowi wystarczy często podnajęcie kilku lub kilkunastu półek w magazynie wielkopowierzchniowym. Dzięki outsourcingowi, właściciel sklepu zapłaci wyłącznie za faktycznie wynajmowaną powierzchnię, a więc koszty będą niższe w porównaniu z wynajęciem dodatkowego, choćby najmniejszego budynku na własny magazyn.

Firmy logistyczne oferują jednak zarówno pojedyncze usługi, dostosowane do możliwości małych i średnich sklepów internetowych (np. magazynowanie), jak i tzw. fulfillment. Pojęcie to oznacza pełny outsourcing zadań związanych z logistyką.

- W firmach logistycznych, które dysponują kompleksową ofertą dla e-commerce sklep może zlecić niemalże wszystko. Od odbioru towaru u jego dostawców (hurtowni, producentów, importerów), przez magazynowanie produktów, aż po dostarczenie towaru do klientów za pośrednictwem firm kurierskich, czy nawet po obsługę zwrotów i reklamacji – mówi Daniel Korbus. – Zanim jednak zwiążemy się z daną firmą logistyczną, warto od razu upewnić się, jak szeroki zakres usług oferuje. Np. nawet jeśli dziś sklep obsługuje wyłącznie klientów z Polski, w przyszłości ważna może się okazać dostępność wysyłki międzynarodowej oraz czas jest trwania. U nas czas takiej dostawy wynosi od 4 do 6 dni, w zależności od kraju – podkreśla przedstawiciel XBS Group.

Zaletą outsourcingu logistyki jest też system rozliczeń. Sklep płaci przede wszystkim za liczbę wykonanych operacji w miesiącu. Firma płaci więcej w szczycie sezonu, ale gdy popyt spada (np. w styczniu), niższe stają się również koszty. Przy takiej współpracy właściciel sklepu nie musi też przejmować się zatrudnieniem, bo obsługą zamówień zajmują się pracownicy firmy logistycznej. Taki system będzie z pewnością tańszy niż całoroczne utrzymywanie magazynu dopasowanego do maksymalnego obłożenia zamówieniami oraz obsługujących go pracowników.

**Co jeszcze ma wpływ na sprawną obsługę?**

Chcąc usprawnić logistykę i obsługę – nie tylko w okresie świątecznym – warto dać klientowi możliwie szeroki wybór opcji dostawy. Obecnie może to być ważny argument za wyborem (lub przeciwko wyborowi) konkretnego sklepu. Kupującym bardzo zależy na szybkich dostawach, ale także na wygodzie. Podczas, gdy dla jednych wygoda będzie oznaczała możliwość odebrania przesyłki w sklepie, inni będą woleli dostawę do domu lub do automatu. Dlaczego więc nie dać im takiego wyboru?

Gdy chcemy korzystać z wielu kurierów i różnych form dostarczania przesyłek do klientów, wtedy także najłatwiej będzie skorzystać z usług firmy logistycznej.

- Niektórzy kurierzy mają lepszą skuteczność dostaw w wybranych regionach Polski, inni mają swoje punkty odbioru lub paczkomaty. Im więcej opcji zaproponujemy klientom, tym większe będzie ich zadowolenie – wyjaśnia przedstawiciel XBS Group.

Właściciele sklepów, szczególnie tych niewielkich, mogą obawiać się, że zlecając pakowanie i wysyłkę firmie zewnętrznej, stracą możliwość oznacza przesyłek – np. poprzez użycie taśmy pakowej z logo firmy, czy też dodanie do paczki ulotek bądź gratisów. Takie obawy nie mają jednak uzasadnienia. Firma logistyczna może dodawać nie tylko rozmaite wrzutki dla klientów, ale nawet drukować i dołączać faktury lub kompletować na zlecenie sklepu zestawy promocyjne bądź prezentowe z produktów obecnych w magazynie.

Niezwykle ważne jest też odpowiednie oprogramowanie. Warto wiedzieć, że sklep internetowy może zostać zintegrowany z oprogramowaniem firmy logistycznej. Dzięki temu w systemie będzie można znaleźć wszystkie dane dotyczące m.in. stanów magazynowych, zamówień i przesyłek. Paczki można wówczas śledzić od złożenia zamówienia przez klienta, aż do momentu odbioru i ewentualnie także później – jeśli nastąpi zwrot.

Najlepiej nie czekać do momentu, w którym sklep internetowy nie będzie już w stanie samodzielnie obsłużyć kolejnych zamówień. Zazwyczaj myślimy o zmianie dopiero wtedy, gdy już „dopadną nas objawy” sezonu świątecznego, a to zdecydowanie za późno. Ważne, aby podjąć współpracę z taką firmą, która faktycznie pomoże odciążyć sklep od niepotrzebnych zadań i uprości zarządzanie logistyką. Celem nie jest przecież generowanie nowych kosztów, ale redukowanie tych niepotrzebnych, właśnie dzięki sprawniejszej obsłudze.

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