

PERSBERICHT

Berchem, 24 november 2016

Vlaams Instituut voor de Logistiek – Koninklijkelaan 76 – B-2600 Berchem

03/229.05.00 - info@vil.be – www.vil.be



OMNI-CHANNEL DE HEILIGE GRAAL?

- VIL stelt resultaten 'Omni-channel logistiek' voor -

Hoewel het een noodzakelijkheid *lijkt*, is instappen in het omni-channel verhaal niet altijd de beste keuze voor een bedrijf. De keuze moet doordacht gemaakt worden. Dat blijkt uit het project 'Omni-channel logistiek' waarvan het Vlaams Instituut voor de Logistiek (VIL) vandaag de resultaten voorstelt. Twaalf bedrijven namen deel.

Retailers verkopen meer en meer zowel via winkels als webshops. Zeer vaak zijn in de praktijk e-commerce en winkels echter gescheiden verkoopkanalen met eigen voorraden en afleveropties. Dit kan leiden tot gemiste verkopen. Uitgangspunt van het VIL-project 'Omni-channel logistiek' was dat dit moet veranderen om over te gaan op succesvolle omni-channel verkoop. Uit de resultaten blijkt echter dat het kostenplaatje dat aan een vlekkeloze logistieke integratie vasthangt erg hoog kan zijn en moet afgezet worden tegen de potentiële omzetstijging.

Het verenigen van de online en offline is niet eenvoudig omdat beide ketens verschillende karakteristieken hebben. *“Denk alleen nog maar aan het pickingproces. Voor de online verkoop is dit op itemniveau, voor de offline verkoop bijvoorbeeld per doos. Ook de verpakking moet aangepast worden om in deelzendingen te vertrekken en voorraden moeten realtime gekend en correct zijn”*, verduidelijkt Jan Merckx van het VIL.

Logistieke kost tot zesmaal zo hoog

Het is niet eenvoudig om de totale logistieke kosten onder controle te houden door de toenemende complexiteit: van het artikelaanbod, de voorraad in de keten die zich zowel bij de leveranciers, de eigen distributiecentra, de winkelpunten of ergens tussenin kan bevinden plus de verschillende parallelle goederenstromen. De logistieke kost kan oplopen tot het vijf- of zesvoudige van een klassieke aankoop in een winkelpunt.

To omni of not to omni?

De meeste winkels draaien zonder marge. E-commerce zorgt voor een krimp in de winkel, vooral in de winkel van de concurrent die niet mee is met de trein van omni-channel. Dat omni-channel geen heilige graal is hebben verschillende retailers al aan den lijven ondervonden. Een aantal zijn simpelweg van de kaart geveegd door niet of te laat te anticiperen op de opmars van e-commerce. Al zijn er uitzonderingen zoals Action en Primark. Zij staan bekend om hun zeer lage prijzen, flinterdunne marges en relatief lage gemiddelde bestedingen. Hier gaan zaken als de kosten van verzending en verwerking van retouren te zwaar doorwegen. Het succes van een omni-channel strategie hangt dan ook voor een groot deel af van de productcategorie en klanten die worden beoogd.

Omni-channel is een continue proces

In omni-channel moet er steeds vertrokken worden vanuit de noden van de klant, zonder blindelings aan elke eis te voldoen. Continue bepalen van de klantstrategie en de logistieke oplossingen die hierop afgestemd moeten worden. VIL stelde een rekenmodel op dat hier kosten opplakt en zo

aangeeft welke omzetsijging nodig zal zijn om rendabel te blijven. Het rekenmodel laat toe verschillende verkoopscenari's (aankoop in de winkel, thuisbezorging, afhaalpunt ...) te simuleren en de impact op de logistieke kosten na te gaan.

“Onze belangrijkste aanbeveling is doordacht te werk te gaan en steeds het risico van een gemiste verkoop af te wegen tegen de extra (logistieke) kosten”, besluit Merckx.

EINDE VAN HET PERSBERICHT

Project Omni-channel logistiek: Binnen dit project, gestart in februari 2015, onderzocht het VIL wat de sleutelcomponenten zijn voor een goed geïntegreerde online en offline logistiek. Twaalf bedrijven, een mix van logistieke dienstverleners en verladers werkten mee aan het project: Aveve, bpost, Coca-Cola, DCM, Delhaize, Dockx Logistics, Dreamland, Makro, P&G, PostNL, Special Fruit en TDL Group.

Het Vlaams Instituut voor de Logistiek

De vzw Vlaams Instituut voor de Logistiek – of kortweg VIL - is het innovatieplatform voor de logistieke sector. Het VIL helpt Vlaamse bedrijven om innovatieve logistieke projecten te realiseren en zo hun competitiviteit te verhogen en ontvangt hiervoor subsidies van de Vlaamse overheid.

Als ledenorganisatie brengt het VIL bedrijven en organisaties uit diverse sectoren bij elkaar – zowel verladers als logistieke dienstverleners maar ook kennisinstellingen, overheidsinstanties en bedrijven vanuit de IT-, engineering-, interim-, bouw en real estate wereld.

Meer informatie over het VIL: www.vil.be

CONTACTINFORMATIE

Anke D'Halleweyn

Communicatieverantwoordelijke

Tel: 03/229.05.07

GSM: 0473/819276

E-mail: anke.dhalleweyn@vil.be

Jan Merckx

Projectleider

Tel: 03/229.05.19

GSM: 0475/560774

E-mail: jan.merckx@vil.be