

# “alles verandert” zei de goeroe

U kent hem vast wel, de radioreclame waaruit bovenstaande quote komt. Besmuikt wordt er gegniffeld, daar hebben we er weer zo één en van radio 1 wordt snel geswitched naar 3fm. En toch, specifiek voor E-commerce is het lang zo gek nog niet. Verschillende krachten beuken vanuit allerlei richtingen op het traditionele retailkanaal.

## HET ZALANDO TIJDPERK

Opgericht in 2008, is Zalando inmiddels één van de toonaangevende pure players in Europa. Binnen vier jaar werd een jaarlijkse omzet van meer dan 1 miljard euro geboekt, en het einde is nog lang niet in zicht. Dat deze partij nu nog geen winst maakt heeft een aantal investeerders er onlangs niet van weerhouden een miljard euro in deze partij te investeren. Het waarom is duidelijk, geen enkele concurrent, offline noch online, heeft meer klantkennis dan Zalando. Het zou mij niet verbazen wanneer Zalando offline winkels opent, en wie krijgt er dan een berichtje met een voor u specifieke aanbieding juist wanneer u de winkel passeert.

Ook op logistiek gebied is Zalando een interessante partij. Na een aantal jaren te hebben geleerd van specialisten als Docdata heeft Zalando inmiddels een meer dan 100.000m<sup>2</sup> groot magazijn in Duitsland in gebruik, van waaruit bestellingen worden verstuurd en retouren worden verwerkt.

De voornaamste leerpunten voor u, op logistiek gebied?

- Geloof rustig in eigen kunnen, maar besef wel dat online logistiek andere dimensies kent dan winkel beleving
- Verkijk u niet op de mate van mechanisatie zoals getoond op de foto. Typisch is mechaniseren lastig online door de sterke groei, het aantal en verscheidenheid aan artikelen en het beperkte aantal orderregels per order. Ook hier geldt echter dat ontwikkelingen snel gaan.

## DE MACHT IS AAN DE LEVERANCIERS

Een andere partij die zorgt voor verandering op het (r)etail speelveld zijn de leveranciers. Een groot aantal producerende ondernemingen is nog erg zoekende naar de juiste online strategie en heeft op dat vlak nog duidelijk de kinderschoenen aan. Een aantal specifieke zaken maakt een grootschalige online strategie voor fabrikanten uitdagend, maar punt voor punt worden deze zaken beslecht. Zo zal een omslag gemaakt moeten worden van productie-oriëntatie naar klant-oriëntatie en moet naast een logistiek van volle pallets ook een logistiek waarin stuks de boventoon voeren worden ontwikkeld.

Voor leveranciers zit de grootste uitdaging echter in de keten. Hoe kan een succesvolle webshop worden opgezet zonder de relatie met winkeliers geweld aan te doen? Een ander uitdaging op dit vlak betreft de gewenste mate van samenwerking. Concepten als long-tail logistiek en het delen van voorraden voor afgelegen gebieden maken dat ketens steeds meer netwerken worden van samenwerkende schakels. Per productmarkt combinatie wordt binnen dit netwerk steeds een aantal mogelijkheden geboden aan de klant zodat iedere klant bedient wordt in lijn met zijn/haar verwachtingen. Dit is overigens een uitdaging die voor alle E-tailers opgeld doet!

## CONCLUSIE

Nieuwe marktpartijen treden toe en bestaande partijen breiden hun aanbod uit. De winnaars zullen die partijen zijn die en het beste gebruik maken van de beschikbare informatie en tevens in staat zijn samenwerking te zoeken met andere partijen om zo aan iedere klant dat te bieden wat hij/zij wenst. En logistiek? Dat wordt meer nog dan bij de traditionele retail een onderscheidende factor.



## ROB CLARIJS

Rob Clarijs werkt als Senior Consultant bij Groenewout. Groenewout is een internationaal adviesbureau gericht op advies, implementatie en optimalisatie van logistieke en supply chain netwerken en processen. Rob heeft logistieke functies vervuld bij Flowserve en Cargill, onder meer op het gebied van distributieplanning, productieplanning en klantrelaties. Sinds 2007 werkt hij bij Groenewout en is hij gespecialiseerd in supply chain strategie en netwerken, e-fulfilment en magazijninrichtingen. Als e-fulfilment expert heeft Rob ruime ervaring in optimalisatie van logistieke e-fulfilment operaties. Rob studeerde logistiek en strategisch management aan de Universiteit van Tilburg en heeft aanvullende studies gehaald als APICS en Lean Six Sigma. Rob is als gastdocent betrokken bij de Hanze Hogeschool University of Applied Sciences in Groningen over het onderwerp "Logistics solutions in the world of online business". Daarnaast publiceert Rob regelmatig over e-fulfilment vraagstukken via diverse kanalen.

## OVER GROENEWOUT

Groenewout is een vooraanstaand logistiek adviesbureau dat zich bezighoudt met ontwikkelen en implementeren van logistieke en supply chain operaties. Onze klanten variëren van middelgrote bedrijven tot multinationals. Het werkteerrein is Europa, waarbij een belangrijk deel van de opdrachten gerelateerd is aan de Benelux. Ons kantoor is gevestigd in Breda. Voor ons werkveld en referenties verwijzen we graag naar onze website [www.groenewout.com](http://www.groenewout.com).

Manufacturing  
Supply chain  
Product  
Cargo  
Customer  
Delivery  
Inventory  
Management  
Freight

Logistics

