



Maak van uw verzendproces een verkoopkans

Door: Jorden van den Beuken - 30 mei 2017

Bij voorraadbeheer draait alles om beschikbaarheid, maar beschikbaar in uw magazijn wil nog niet zeggen beschikbaar voor uw klant! Deze kan er pas over beschikken als het artikel is bezorgd. In de 'last mile' kunt u als leverancier nog veel waarde toevoegen, stelt Jorden van den Beuken van Transsmart.

IMCC-leden zijn druk met het optimaliseren van hun voorraad. Beschikbaarheid van het juiste artikel in het juiste verkoopkanaal is cruciaal voor omzet en marges. Maar beschikbaar in uw magazijn wil nog niet zeggen beschikbaar voor uw klant! Deze kan er pas over beschikken als het artikel ook daadwerkelijk bezorgd is. En juist in die zogenaamde 'last mile' kunt u als leverancier nog veel waarde toevoegen.

Echter voor veel supply chain-professionals is de 'last mile' nog een blinde vlek, merk ik in mijn gesprekken met bedrijven. Zodra een order verzendklaar is gemaakt en het bedrijf fysiek heeft verlaten, is het werk gedaan. Het is nu aan de vervoerder om te zorgen dat de order bij de klant wordt afgeleverd.

Klant eist bezorgopties

De eisen die klanten stellen aan dit afleveren worden echter steeds hoger. Als mensen iets bij Wehkamp of Coolblue bestellen kunnen zij kiezen uit vele bezorgopties: dag- en tijdstip van bezorging, bezorgen op het werk of bij de burens, afhalen bij een pick-up-point, etc. Ook in B2B verwachten klanten dit ook steeds meer van hun toeleveranciers. Denk hierbij aan de volgende mogelijkheden:

- Zaterdag- en zondag leveringen
- Same day delivery
- Cross border

Track & trace

Niet alleen op het gebied van het transport zelf, ook op het gebied van de communicatie en transparantie stellen klanten hogere eisen. Via track&trace willen zij inzicht hebben in de status van de zending en notificaties ontvangen via e-mail. Dit geldt overigens ook voor u als opdrachtgever, ook u wilt volledige visibility over het procesverloop. Wanneer er ergens in de last mile vertraging ontstaat wilt u hier een notificatie over ontvangen zodat u de klant hier proactief over kunt informeren.

Voor veel bedrijven is het omgaan met bovenstaande problematiek een fikse uitdaging. In de praktijk versturen veel organisaties nog geen track&trace informatie. Daarnaast beschikken veel organisaties nog niet over een koppeling met de statusfeedback van hun vervoerders. Het verkrijgen- en doorgeven van deze actuele informatie is essentieel om de verwachtingen bij de klant waar te kunnen maken.



Klanten versus adressen

Maar stelt u zichzelf de vraag eens of u uw pakketten naar adressen verstuurt of naar klanten. Dit zijn namelijk twee heel verschillende dingen. Veel organisaties zijn nog ingesteld op de eerste optie, maar wanneer u de switch maakt en voor de persoonlijke, klantgerichte aanpak gaat, liggen er nog ontzettend veel kansen voor u. Want naast een goede beschikbaarheid van voorraad, zijn er binnen het logistieke proces nog veel meer verkoopkansen.

Meer informatie?

Wil je meer weten over dit onderwerp of over de mogelijkheden die Transsmart je te bieden heeft op dit gebied? Neem dan vrijblijvend contact met ons op! We helpen je graag verder.

