

OMNICHANNEL-LADENBESTAND UND-FULFILLMENT

Kunden lieben das Wertangebot, das das Store Fulfillment darstellt. Die Flexibilität und sofortige Verfügbarkeit beim Laden-Fulfillment sorgen für ein signifikantes Wachstum bei Angeboten wie Onlinekauf mit Abholung im Laden. Dieses Wachstum bedeutet jedoch auch eine Herausforderung für den Betrieb: Kundenerwartungen müssen erfüllt und gleichzeitig wachsende Bestellvolumen profitabel verarbeitet werden.

FAST AND FURIOUS – UND KOSTENLOS

Digital kompetente Kunden nutzen zunehmend Kombinationen aus digitalen und physischen Einkaufserfahrungen, um jederzeit mit schnellem, kostenlosem Versand und einfacher Rückgabe shoppen zu können. Eine kürzlich von BRP Consulting durchgeführte und von Manhattan Associates gesponserte Umfrage ergab, dass 71 Prozent der Verbraucher im Alter von 18 bis 37 Jahren sich eher für einen Anbieter entscheiden, wenn dieser eine Zustellung oder Abholung am selben Tag anbietet. Dieser Wandel im Verbraucherverhalten führt zu einem explosionsartigen Anstieg der Nutzung von Laden-Fulfillment-Angeboten wie Onlinekauf mit Abholung in oder vor der Filiale, Versand aus dem Laden für eine Zustellung am selben Tag etc. Allein Onlinebestellungen mit Selbstabholung im Laden (BOPIS) haben in den USA in der Weihnachtssaison 2018 (1.11. bis 19.12.) im Vergleich zum selben Zeitraum im Vorjahr um 47 Prozent zugenommen.¹

Neben der Tatsache, dass es ein wettbewerbsfähiges Unterscheidungsmerkmal darstellt – 55 Prozent der Verbraucher würden den Anbieter/die Marke wechseln, wenn ein schnellerer Versandservice geboten wird – bietet Laden-Fulfillment einen weiteren überzeugenden Vorteil. Capgemini fand heraus, dass bei Zustellung am selben Tag die Kosten für die letzte Meile von einer Filiale aus 16 Prozent geringer ausfallen als bei Lieferung von einem Vertriebszentrum.²

Für Einzelhändler stellt dies eine gute Gelegenheit dar, ihre Ladenfläche als Fulfillment-Standort zu nutzen, insbesondere, wenn Schnelligkeit gefordert ist. Allerdings umfasst diese Chance auch eine große Herausforderung: Geschäfte sind nicht darauf ausgelegt, als kleine Vertriebszentren zu fungieren. In einer Verkaufsfiliale herrscht nicht dieselbe Ordnung wie in einem durchorganisierten klassischen Vertriebszentrum. Vieles ist in Bewegung: Artikel werden ausgepackt und einzeln ausgestellt und potenziell haben Hunderte von Personen Zugang zu den Produkten und können sie relativ mühelos bewegen (oder entfernen). Hinzu kommt, dass Ladenmitarbeiter nicht als professionelle Kommissionierer eingestellt werden. Sie haben andere Aufgaben, etwa die Beratung von Kunden. Einfach gesagt ist eine Verkaufsfiliale nicht die ideale Umgebung, um die schnelle, unnachgiebige Welt der Auftragserfüllung in den Griff zu kriegen. Es gibt jedoch Lösungen zur Bewältigung dieser Herausforderung, die Händlern helfen, die Chance des Laden-Fulfillments zu nutzen.

LADENBESTAND UND -FULFILLMENT: ENTSCHEIDENDE ERFOLGSZUTATEN

Aufgaben der Bestandsverwaltung und Auftragserfüllung, z. B. Warenannahme, Kommissionierung, Verpackung, Versand und Staging, finden traditionell im Warenlager statt. Heute werden jedoch viele dieser Aufgaben im Laden

„Heute erwarten Kunden, dass sie Produkte jederzeit und überall erhalten können. Und weil führende Unternehmen in der Lage sind, ihnen diese nahtlose Verfügbarkeit zu bieten, führt alles andere zu Enttäuschungen.“

DELOITTE

FUNKTIONSÜBERSICHT

durchgeführt, was zu einer potenziellen Überlastung von Filialteams durch neue Verantwortlichkeiten führen kann. Produkt- oder Kundenexperte zu sein ist schwer genug. Wenn Filialmitarbeiter zusätzlich auch noch Experten für Bestandsmanagement oder Kommissionierung werden müssen, nimmt das Problempotenzial rasant zu. Wenn Filialmitarbeiter überfordert sind, kann sich das nicht nur negativ auf das Kundenservice-Niveau auswirken, sondern es kann auch dazu kommen, dass Kundenversprechen nicht erfüllt werden, etwa eine bestimmte Abholzeit für eine Bestellung.

Deloitte erklärt: „Es versteht sich von selbst, dass Kunden, die etwas bestellen, auch erwarten, es zu erhalten. Das ist vermutlich sogar die grundlegendste aller Annahmen für den Einzelhandel. Heute erwarten Kunden jedoch, dass sie Produkte jederzeit und überall erhalten können. Und weil führende Unternehmen in der Lage sind, ihnen diese nahtlose Verfügbarkeit zu bieten, führt alles andere zu Enttäuschungen.“³

Enttäuschung ist die größte Gefahr. Insbesondere dann, wenn Ladenmitarbeiter nicht über die notwendigen Hilfsmittel verfügen, um ihre neuen Verantwortlichkeiten bei Bestandsverwaltung und Kommissionierung zu erfüllen. Um die immer komplexere Omnichannel-Kundenerfahrung zu ermöglichen, die der Einzelhandel verspricht, benötigen Mitarbeiter Tools, die ihnen helfen, ihre neuen Rollen erfolgreich zu meistern. Manhattan Store Inventory Management and Fulfillment (SIF) bietet genau das.

Manhattan führt Filialmitarbeiter durch die Prozesse und Aufgaben der Bestandsverwaltung und Auftragsabwicklung. Dank umfassender Kontrolle und Steuerung von Lagerbestand und Fulfillment über eine einheitliche, responsive Benutzeroberfläche auf ihrem Mobilgerät verfügen Filialmitarbeiter über alle Informationen und Tools, die sie benötigen, um die steigenden Anforderungen beim Store-Fulfillment kompetent zu bewältigen.

Eine verbesserte Genauigkeit beim Lagerbestand in den Filialen ist die Grundlage für ein Omnichannel-Angebot, das Kunden begeistert. Dank mobiler Wareneingangs- und Bestandsverwaltungsfunktionen, die speziell für Ladenmitarbeiter entwickelt wurden, verbessert Manhattan die Effizienz und Genauigkeit von Mitarbeitern bei verschiedenen Tätigkeiten, von der Lagerauffüllung und Bestellungen in den Laden bis hin zu Warenrückzug und -transfer, egal, ob es sich um ganze LKW-Ladungen, Kisten, Kartons oder Einzelprodukte handelt.

Außerdem ist Manhattan Store Inventory für die Nutzung von RFID-Daten geeignet, die eine kontinuierliche, automatische Aktualisierung der Verfügbarkeit und des Standorts von Ladenbeständen ermöglichen.

Durch optimiertes Store Inventory Management verbessert Manhattan nicht nur die Genauigkeit von Beständen in der Filiale, sondern auch unternehmensweit. Dadurch werden Verkaufszahlen gesteigert, das Risiko vergriffener Artikel gesenkt und das Store Replenishment vereinfacht.

Wenn Bestandsgenauigkeit allesentscheidend ist, folgt gleich darauf ein Laden-Fulfillment, das für Mitarbeiter so präzise und effizient wie möglich stattfinden kann, um sicherzustellen, dass sie in der Lage sind, Kundenversprechen einzuhalten.

Manhattan Store Fulfillment bietet Anleitung und Kontrolle beim gesamten Store-Fulfillment-Prozess. Die Kommissionierung kann auf Grundlage von Filialbetrieb, -prozessen und -aufbau durch Bestell-, Batch- und erweiterte Strategien optimiert werden. Die mobile Anwendung Manhattan Store Fulfillment führt Mitarbeiter durch alle Kommissionierungsschritte, was sämtliche Aufzeichnungen auf Papier überflüssig macht. Die Anwendung unterstützt Mitarbeiter außerdem bei der reibungslosen Durchführung von Abholungen inklusive Bereitstellung, Auftragsuche, Kundenprüfung und Aufnahme einer Unterschrift als Zustellnachweis.

Durch Nutzung von RFID-Daten optimiert Manhattan Store Fulfillment außerdem die Kommissionierung und führt Mitarbeiter zum Standort der zu kommissionierenden Artikel.

IM FUNKTIONSUMFANG ENTHALTEN:

- Bestandsansicht mit direkter Anordnung nach verkaufbaren, zu prüfenden und beschädigten Artikeln.
- Wareneingang in die Filiale nach Artikel, Paket, Kiste oder LKW-Ladung mit Unterstützung für Paketprüfungen.
- Verwaltung von Store Inventory Replenishment, Bestellungen vom Standort in die Filiale, Warenrückzug sowie Transfers von LKW-Ladungen, Kisten, Kartons oder Einzelartikeln.
- Optimierte Kommissionierung auf Grundlage von Filialbetrieb, -prozessen und -aufbau durch Bestell-, Batch- und erweiterte Strategien.
- Beschleunigte Kommissionierung durch Produktbilder, ausführliche Produktbeschreibungen und RFID-gestützte Artikelstandorte.
- Reduzierung von Fehlern durch Scannen kommissionierter Artikel und sofortige Prüfung, ob der richtige Artikel kommissioniert und versandt wurde.
- Unterstützung von Annahme, Bereitstellung und Abholungen von Bestellungen in den Laden.
- Verwaltung von Kundenabholungen einschließlich Bereitstellung, Suche, Verifizierung und Unterschrift.
- Bereitstellung, Verpackung, Versand und Tracking von Paketen.
- Reduzierung von Einarbeitungs- und Schulungszeiten für Mitarbeiter durch intuitive, angeleitete Prozesse sowie visuelle Fortschrittsanzeigen und Folgeschritte.
- Transparenz über Arbeitsaufkommen in der Filiale durch Push-Benachrichtigungen und ein Echtzeit-Dashboard für das Laden-Fulfillment.

Manhattan Store Inventory and Fulfillment ist Teil der Manhattan Active® Omni-Suite und kann als eigenständige Anwendung oder zusammen mit Manhattan Point of Sale eingesetzt werden. Dadurch haben Ladenmitarbeiter den Vorteil einer einheitlichen Benutzeroberfläche für alle Filialfunktionen, einschließlich Checkout, Clienteling und Kundenservice.

Weitere Informationen

Nutzen Sie Ihren Filialbestand für den Omnichannel-Verkauf und schaffen Sie eine neuartige Kundenerfahrung mit Manhattan Store Inventory and Fulfillment. Kontaktieren Sie uns noch heute für weitere Informationen: **+31 (0)30 – 214 3000**

1. „Adobe Digital Insights Holiday Recap 2018“ (Januar 2019)

2. „The Last-Mile Delivery Challenge“ (2018)

3. „Supercharge your supply chain with connected store technology“ (Mai 2018)

PUSH POSSIBLE®

manh.de

© 2020 Manhattan Associates, Inc.

 **Manhattan**
Associates®