

כיצד ניתן לנצח בקרב על מצוינות בחוויית הלקוח הן בנקודת ההפצה והן במסירת המשלוחים ללקוח (first and last mile)

בריסל (בלגיה), 10 במאי 2020 - האירועים האחרונים גרמו לשיבושים ניכרים בשרשרת האספקה עקב הפסקת פעילותן של חנויות פיזיות, והפנו את אור הזרקורים אל המסחר האלקטרוני (e-commerce) יותר מאי פעם. נראה כי הצמיחה הדו-ספרתית שחוותה התעשייה בשנים האחרונות עתידה להימשך, במקביל לדרישות הלקוחות לנוחות ומסירת משלוחים באופן מהיר, מדויק ובמועד הופכות לתקיפות יותר ויותר ומפעילות לחץ בלתי-נסבל על קמעונאים וחברות לוגיסטיקה.

דף המידע 'נקודת ההפצה (first mile) והמסירה ללקוח (last mile) כגורמים להצלחה של הקמעונאות

והלוגיסטיקה' שפורסם לאחרונה על ידי חברת הטכנולוגיה לשרשרת האספקה Zetes, מספק בחינה של האתגרים העומדים בפני התעשייה במהלך שיפור חוויית הלקוח – משלבי הליקוט, אריזה ושילוח של ההזמנה, ועד למסירה הפיזית של המשלוח ללקוח. באמצעות איסוף מידע מכל נקודה בה עובר המוצר ברחבי שרשרת האספקה, Zetes מפרטת מהן הדרכים בהן ארגונים יכולים לשפר את הפרודוקטיביות, להגביר את היעילות ולצמצם את מספר השגיאות ברחבי כלל תהליך המסירה – ומדוע הזמן לפעול הוא כעת.

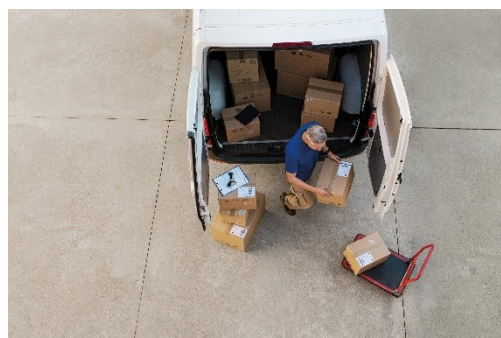


כיום, אחד הגורמים העיקריים לחוסר ביעילות בתעשייה הוא המספר הגבוה של חבילות שלא נמסרות בהצלחה בניסיון הראשון. ממחקר שנערך ביפן, שוק קמעונאות מקוונת הצומח במהרה, עלה כי ניסיון המסירה הראשון של כמעט 20% מהמשלוחים נכשל – ושיעור זה אף גבוה יותר בקרב משלוחים באזורים עירוניים. ברור כי הוספת תחנות בתהליך המסירה כרוכה בעלויות ובזבזב משאבים.

מחקר שנערך על ידי PCA Predict מעריך כי העלות של כישלון במסירת המשלוחים היא כ-15 יורו עבור כל משלוח, סכום משמעותי עבור ארגונים רבים הפועלים על בסיס שולי רווח נמוכים מאוד. כאשר מימוש מסירת המשלוחים ללקוח עשוי להוות כ-30% מהעלות הכוללת של מימוש ההזמנות – מבחינת כוח אדם, הובלה ודלק – הרמה הקיימת של חוסר היעילות במסירה ללקוח פשוט אינה ברת-קיימא.

לפעול באופן חכם יותר

למרות שברור כי טכנולוגיות העתיד, כולל רובוטיקה ורכבים אוטונומיים, יסיעו בשיפור היעילות והקיימות של תהליך מימוש ההזמנות, פתרונות אלו נמצאים עדיין בחיתוליהם ומהווים השקעה משמעותית. כיום, על קמעונאים וחברות לוגיסטיקה לפעול ולבצע שינויים שיספקו להם במהירות את הגמישות והמדרגיות המאפשרות לעסק לעמוד בקצב של הביקוש והציפיות באופן חסכוני. עליהם גם לפעול באופן חכם באמצעות שימוש בטכנולוגיות לאופטימיזציה של תהליכים קריטיים כדי להשיג את המרב משימוש במודל לוגיסטי גמיש שמאפשר הרחבה וצמצום של הפעילות.



מהפיכה בנקודת ההפצה

שימוש בטכנולוגיות מבוססות ראייה וצילום תמונות בנקודת ההפצה מסייע בשינוי תהליכי השילוח וההפצה, ובהעלמת השגיאות בתהליכים. טכנולוגיות חדשניות כמו מערכות מיון חזותי (Visual Sort Assist) וזיהוי קולי רב-אופני מצריכות הכשרה מינימלית, ומאפשרות לכוח העבודה להפוך לפרודוקטיבי באופן מיידי. מערכות אלו מאפשרות שילוב של מספר טכנולוגיות בפעילות עבור גמישות והשגת ערך מרבי, כמו למשל שילוב טכנולוגיה מבוססת קול עם סריקת ברקודים לדוגמה.

יעילות במסירת המשלוחים ללקוח

שימוש בטכנולוגיה בתהליך מסירת המשלוחים ללקוח יכול לשפר את חווית הפעילות של הנהגים ולהבטיח שהם פועלים בביטחון במהלך כלל תהליך המסירה. על ידי איחוד נתונים אודות אירועים וסטטוס בזמן-אמת, הנאספים מכל נקודה קריטית בשרשרת האספקה עד למסירה ללקוח הקצה, פתרון הוכחת מסירה מאפשר לחברות לבצע אופטימיזציה של תהליכים ולשפר את חווית הלקוח. כפי שעלה מתוצאות המחקר שנערך ביפן לפיהן 42% מהלקוחות לא ידעו שהמשלוח שמסירתו עתידה להיכשל נמצא בדרך אליהם, מתן התראה ללקוחות אודות מסירת משלוחים מבעוד מועד יכולה לצמצם את מספר המשלוחים החוזרים העולים ביוקר ולהפחית עלויות ואת ההשפעה על הסביבה.

העלויות הכספיות והסביבתיות של משלוחים חוזרים הן משמעותיות:

- מרחק הנסיעה עבור מסירת משלוחים חוזרים מהווה כ-25% מכלל מרחק הנסיעה של רכבים למסירת חבילות
- 420,000 טונות של פחמן דו-חמצני (CO2) נפלטות לאטמוספירה כתוצאה מרכבי משלוחים העושים דרכם למסור משלוחים-חוזרים.
- הדבר מקביל לכ-90,000 אנשים העובדים במשרה מלאה, רק כדי לטפל במסירת משלוחים.

טיאגו קונסיסאו (Tiago Conceição) מומחה לפתרונות הובלה ב-Zetes מסביר: "אין ספק שבעתיד, לרובוטיקה ורכבים אוטונומיים יהיה תפקיד מרכזי בפעילות המחסנים ומסירת המשלוחים. עם זאת, על התעשייה לנצל כעת את האפשרויות החדשניות הזמינות כדי להשיג מימוש הזמנות בניסיון הראשון ושימוש טוב יותר במשאבים. על ידי שימוש בתשתית המבוססת על פתרונות טכנולוגיים גמישים, ניתנים להרחבה ומקושרים, קמעונאים וחברות לוגיסטיקה יכולות למנף נראות מקצה-לקצה כדי לנהל באופן יזום כל שלב בתהליך. רק כך הם יוכלו להבטיח שהמוצר הנכון נמצא במקום הנכון ובזמן הנכון באופן חסכוני וידידותי לסביבה."

[דף המידע של Zetes בנושא 'נקודת ההפצה \(first mile\) והמסירה ללקוח \(last mile\) כגורמים להצלחה של הקמעונאות והלוגיסטיקה' זמין כעת להורדה.](#)