

Swisslog NV
Prins Boudewijnlaan 43
B - 2650 Edegem

Swisslog BV
Hogeweg 15
NL - 5301 LB Zaltbommel

Tel +32 (0) 3 830 38 00
+31 (0)345 53 11 88
www.swisslog.com

PERSBERICHT

Micro-Fulfilment Na De Pandemie

De uitbraak van Covid-19 heeft het gedrag van de consument drastisch veranderd. Veel retailers van voedingsmiddelen en huishoudelijke artikelen zagen de vraag naar online bestellingen flink toenemen. “Ook in Nederland en België is de stijging fors”, ziet Kees ’t Mannetje, Manager Business Development bij Swisslog Benelux. Omdat steeds meer mensen zich op hun gemak voelen bij online aankopen, bevinden we ons volgens sommigen zelfs in het midden van een digitale revolutie. “Als reactie op deze verschuiving wordt het tijd dat e-commerce en omnichannel retailers nadenken over de vraag hoe ze kunnen blijven voldoen aan de klantbehoefte in het nieuwe normaal. Het is tijd voor een nieuwe benadering”, stelt Kees.

“De toekomst behoort duidelijk toe aan organisaties die de flexibiliteit hebben om zich aan te passen aan de manier waarop consumenten belang hechten aan keuze, snelheid en gemak door middel van een echte omnichannel ervaring”, vindt Swisslog UK's Head of Sales, Shane Faulkner. “Die flexibiliteit kan worden bereikt door middel van een micro-fulfilment strategie.”

Een micro-fulfilment distributiestrategie kan bestaande of reeds gesloten stedelijke winkelruimtes herbestemmen als hybride retail-/distributieknooppunten. Deze hubs bieden niet alleen een snellere levering van bestellingen, maar geven ook de mogelijkheid om consumenten de keuze te bieden tussen levering aan huis of afhalen in de winkel. De trend was al in volle gang in het retail landschap en is nu versneld door de Covid-19-crisis.

VERWACHTINGEN VAN DE CONSUMENT NA DE PANDEMIE

“Waar voorheen vooral vanuit gemak online werd gewinkeld, kozen steeds meer klanten tijdens de lock-down vanuit veiligheidsoogpunt voor het online shoppen. Voor sommigen was het zelfs pure noodzaak, omdat ze in quarantaine zaten of vanwege andere beperkende maatregelen de deur niet uit mochten”, vervolgt Kees. “Voor retailers zijn online winkels niet langer de secundaire verkoopvorm. Het is hun primaire bron van zaken doen. Zeker voor die winkeliers, die noodgedwongen hun filiaal moesten sluiten.”

Omdat het dreigingsniveau sinds de eerste Corona-golf fluctueert, is het voor veel consumenten comfortabeler om online te blijven winkelen in plaats van zich te wagen aan het onbekende. Uit een

[recent onderzoek](#) van Salesforce Research onder meer dan 3.500 consumenten blijkt dat 68% van de respondenten verwacht essentiële goederen online te blijven kopen nadat de gevolgen van het virus zijn afgenomen.

Shane: “Ik betwijfel ten zeerste dat we de gewoontes van de consument weer op het niveau van voor de pandemie zien komen. Het is duidelijk dat bedrijven die nog steeds worstelen met de gevolgen van de crisis, een nieuwe strategie moeten aannemen - eentje die hun voorraad dichterbij hun klanten brengt.”

MANUELE VS GEAUTOMATISEERDE HUBS

Het beschikken over een bestaand netwerk van winkels verlaagt de kosten aanzienlijk en verhoogt de snelheid waarmee een micro-fulfilment strategie kan worden geïmplementeerd. Dit maakt het een bijzonder aantrekkelijke optie voor omnichannel retailers die deze verschuiving van consumentenactiviteiten ervaren.

“Met sociale afstand in het achterhoofd is het een uitdaging om binnen deze hubs een manuele aanpak te hanteren”, weet Kees. “Het aantal medewerkers dat op een bepaald moment ter plaatse is toegestaan, kan een belemmering vormen voor de inspanningen van de retailers om de fulfilment snelheid die de markt vraagt bij te houden.”

Ook volgens Shane is automatisering de beste oplossing is voor micro-fulfilment. Hij vult aan: “Flexibele goods-to-person systemen zetten het traditionele magazijnmodel op z'n kop. In plaats van dat werknemers heen en weer moeten lopen om producten te picken, brengen de goods-to-person systemen de voorraad naar de picker. Daardoor kan er sneller worden gewerkt en blijft de sociale afstand behouden.”

TECHNOLOGIEËN VOOR MICRO-FULFILMENT

Swisslog levert verschillende goods-to-person oplossingen die aan de behoefte voldoen, waaronder het **CarryPick** systeem. Dit systeem bestaat uit mobiele rekken, geautomatiseerde mobiele robots (AMR), werkstations en software. De mobiele rekken worden door de AMR's naar multifunctionele werkstations gebracht. Het softwaregestuurde systeem combineert opslag met aanvul- en pickfunctionaliteit en behandelt retouren op een zeer efficiënte manier.

“CarryPick is een geautomatiseerd opslag- en goods-to-person orderverzamelsysteem dat is ontworpen voor toepassingen waarbij productvariabiliteit, levertijd en kostenefficiëntie van cruciaal belang zijn”, legt Shane uit. Het systeem past in bestaande gebouwen met lage plafondhoogtes en kan op korte termijn worden uitgebreid en verplaatst, waardoor het een ideale oplossing is voor een micro-fulfilment strategie.

Een andere geautomatiseerde goods-to-person oplossing om te overwegen voor micro-fulfilment is Swisslog's **AutoStore** systeem. Het systeem bestaat uit een driedimensionaal raster van zelfdragende bakken die door onafhankelijk opererende robots naar pickstations worden verplaatst.

AutoStore is volgens Kees ideaal voor het verwerken van grote volumes van zowel snelle als langzaam bewegende kleine SKU's met kleine hoeveelheden: “Die productgroepen bieden een uitstekende opslagdichtheid en een hoge mate van flexibiliteit voor de dimensionale configuratie. Ook deze

oplossing kan achteraf worden ingebouwd in bestaande gebouwen en kan worden geconfigureerd voor verschillende bouwhoogten.” AutoStore kan meerdere niveaus overspannen en zelfs obstakels, zoals zuilen of muren, omsluiten. “Het is een andere geweldige optie voor retailers die willen investeren in micro-fulfilment”, aldus Kees.

Swisslog heeft zich al bewezen als een ideale partner voor micro-fulfilment hubs bij supermarktketens over de hele wereld, waaronder **H-E-B**. De Amerikaanse supermarktketen is onlangs met Swisslog in zee gegaan om een aantal geautomatiseerde micro-fulfilmentcentra in te zetten ter ondersteuning van de ophaal- en leveringsactiviteiten.

DE OVERSTAP MAKEN NAAR MICRO

E-commerce bedrijven hebben het voordeel dat ze niet gehinderd worden door de geschiedenis. Zij waren eerder al in staat om fulfilmentcentra te ontwikkelen die uitsluitend gebaseerd zijn op de specifieke e-commerce eisen. Nu is er een kans voor traditionele retailers om afstand te nemen van conventionele technologie, het bestaande retailnetwerk te herconfigureren en de weg naar een micro-fulfilment in te slaan.

“Bedrijven die succesvol zijn met micro-fulfilment, zijn de bedrijven die distributiecentra ontwikkelen in stedelijke gebieden, dicht bij hun klanten”, voorspelt Kees. “Met de keuze tussen snelle levering en eenvoudig ophalen bieden die retailers hun klanten een win-win situatie.”

De technologie om deze strategie kosteneffectief te ondersteunen is nu al beschikbaar in de vorm van goods-to-person fulfilment systemen. “Bij het nemen van beslissingen over de investeringen die nodig zijn om deze faciliteiten te transformeren, is flexibiliteit het leidende principe”, besluit Shane.

Contactpersoon

Swisslog B.V

Birgit Collier

Marketing Assistant (Benelux)

Tel.: +32 (0)38210011

E-mail: birgit.collier@swisslog.com

URL: www.swisslog.com

Over Swisslog

Swisslog ontwerpt, ontwikkelt en levert best-in-class automatisering voor toekomstgerichte magazijnen en distributiecentra. Wij bieden geïntegreerde oplossingen uit één hand - van advies tot ontwerp, implementatie en een levenslange klantenservice. Achter het succes van het bedrijf staan wereldwijd 2.500 medewerkers, die klanten ondersteunen in meer dan 50 landen. Swisslog is onderdeel van de KUKA Group, een toonaangevende wereldwijde leverancier van intelligente automatiseringsoplossingen. Meer informatie vindt u op

www.swisslog.com