

WHITEPAPER

EINE ERFOLGREICHE LIEFERKETTE:

Ein neues Modell für den Großhandel von heute

EINE ERFOLGREICHE LIEFERKETTE:

Ein neues Modell für den Großhandel von heute

EINFÜHRUNG

Unsere Zeit ist von Unsicherheiten wie globalen Machtverschiebungen und neuen Handelsschranken geprägt. Die Weltwirtschaft ist zunehmend unbeständig und entwickelt sich unvorhersehbar. Gleichzeitig erwartet die Gesellschaft von Unternehmen heute mehr, als einfach nur Geld zu machen; zusätzlich zum Profit rücken vermehrt auch die Menschen und der Planet als Ganzes ins Zentrum der Aufmerksamkeit.

Immer mehr Glieder in der Versorgungskette – insbesondere Einzelhändler und Großhändler – werden unter dem Druck sowohl neuer als auch bestehender Mitbewerber mit innovativen, revolutionären Geschäftsmodellen zu einer Neupositionierung gezwungen. Lieferkettenkonzepte für den B2B-Bereich spielen nun eine wichtige Rolle für den zukünftigen Erfolg.

In diesem Whitepaper beschäftigen wir uns mit dem Großhandel in den Bereichen Industrie und Technik, um die Entwicklungen in dieser Branche als Ganzes zu veranschaulichen. Welche Entwicklung (Oder ist es sogar eine Revolution?) läuft gerade ab? Wie können Großhändler zukunftssicher werden? Wir beginnen mit einer Untersuchung des sich ändernden Kunden und betrachten dann die Lieferkette von heute. Dann tauchen wir tiefer in die betrieblichen Abläufe ein. Was geschieht, wenn ein Kunde eine Bestellung aufgibt? Wie lässt sich eine reibungslose Bestellungsabwicklung erreichen? Wie wird der Fortschritt bei der Bestellungsabwicklung überwacht? Und wie lässt sich ein friktionsfreier und effizienter Lagerbetrieb gewährleisten?



DER KUNDE

Jeder Kunde ist anders: Das gilt vor allem für Unternehmen im B2B-Sektor, beispielsweise aus dem Bereich Industriegroßhandel. Ihr Kundenstamm reicht von großen Unternehmen, die an umfangreichen Projekten arbeiten, bis zu Selbständigen, die jeden Tag vor neuen Entscheidungen stehen. Jeder Kunde hat seinen eigenen Bedarf und seine eigenen Anforderungen und diese ändern sich aufgrund des Einflusses des Internets ständig.

VOM GEDRUCKTEN KATALOG ZUM ONLINE-ANGEBOT

Vor gar nicht allzu langer Zeit waren technische Großhändler ein unverzichtbares Glied in der Lieferkette. Viele Unternehmen suchten zur Orientierung in ihren Katalogen, wenn sie mechanische oder elektrotechnische Bauteile, Befestigungs- und Installationsmaterial, Werkzeuge oder Ersatzteile benötigten. Gute Großhändler wussten, was verfügbar war und was ihre Kunden brauchten.

Mittlerweile wurde der Katalog allerdings vom Internet abgelöst. Die Kunden von heute haben eine immer klarere Vorstellung davon, was sie suchen, und wenn ihr bevorzugter Großhändler dies nicht liefern kann, klicken sie einfach so lange weiter, bis sie jemanden finden, der dazu in der Lage ist. Außerdem führt eine Suche im Internet zunehmend zu Lieferanten, die keine typischen Industrie-Großhändler sind, da heute auch auf Amazon etwa Schraubenzieher, Türgriffe, Küchenwasserhähne oder Steckdosen erhältlich sind. Dieser Trend wird „Konsumerisierung des Großhandels“ oder auch Consumerisation genannt.

DEN KUNDEN VERWÖHNEN

Das Internet verwöhnt die Kunden. Menschen mit wenig Zeit genießen nun mehr Annehmlichkeiten. Sie können mit ihrem Smartphone oder Laptop nahezu jede Art von Essen bestellen und es sich innerhalb einer halben Stunde an die Tür liefern lassen. Geht ein Fernseher abends kaputt, kann sogleich ein neuer bestellt, geliefert und installiert werden, damit das große Fußballmatch am nächsten Tag nicht verpasst wird. Im beruflichen Umfeld wird mittlerweile erwartet, dass für das Unternehmen benötigte Teile und Werkzeuge ebenso unmittelbar verfügbar sind wie eine Pizza oder ein Fernseher. Immer mehr Großhändler kommen diesem Bedürfnis mit technischen Lösungen wie mobilen Apps nach, die Kunden eine Lieferung zur Baustelle gleich am nächsten Morgen oder vielleicht sogar am Tag der Bestellung bieten.

STEIGENDER KUNDENNUTZEN

Wie können Großhändler ihren Wert in den Augen des Kunden also steigern? Die Antwort liegt in der Lieferkette. Jedes Unternehmen, das seinen Kundennutzen steigern will, muss sich in logistischer Hinsicht abheben, indem es etwa nicht nur schneller, sondern auch an den passenden Ort liefert. Anstatt etwa nur an die Baustellenzufahrt zu liefern, kann es beispielsweise in das gewünschte Stockwerk des im Bau befindlichen Bürohauses oder an das Fließband des Produktionsbetriebes anstatt nur in sein Lager liefern. Einige Kunden möchten in der Lage sein, Produkte vorzubestellen, die dann zu einer Baustelle für ein Projekt geliefert werden sollen, das in der folgenden Woche beginnt. Die Teile müssen am richtigen Ort zur richtigen Zeit eintreffen und das bedeutet auch: nicht zu früh.

Eine weitere Möglichkeit, den Kundennutzen zu steigern, besteht darin, den Kunden bestimmte Aufgaben abzunehmen.

Durch die Bereitstellung von Material-Toolkits müssen vom Besteller nicht erst alle benötigten Materialien zusammengesucht werden. Die Vormontage von Teilen, wie der Zusammenbau von Wasserhahn und Spüle im Lager, bedeutet wiederum, dass dieser Schritt nicht mehr auf der Baustelle ausgeführt werden muss. Großhändler können die Kundentreue durch eine derartige Ausweitung ihres Dienstleistungsangebots deutlich stärken.

ZWEI KUNDENTYPEN

Grundsätzlich gibt es zwei Arten von Kunden: große und kleine. Große Kunden möchten in erster Linie nicht mit Angelegenheiten rund um Logistik und Lagerverwaltung belastet werden. Sie möchten durch die Zusammenarbeit mit Großhändlern wertvolle Zeit sparen und zugleich von umfangreicheren Logistikdienstleistungen profitieren. Derartige Kunden halten ihren eigenen Lagerbestand idealerweise so gering wie möglich, müssen sich jedoch auf Großhändler verlassen können, die die bestellte Menge zur gewünschten Zeit liefern können. Sobald sie einen zuverlässigen Partner gefunden haben, ist der Preis oft nicht mehr das Wichtigste.

Selbständige zählen zu den kleinen Kunden, die zunehmend wie Endverbraucher denken. Sie erwarten, dass Produkte verfügbar sind, wann und wo sie sie benötigen. Neben der Aufgabe von Bestellungen während der Arbeitszeit über ihr Smartphone wird es für sie auch immer selbstverständlicher, Produkte am Abend im gemütlichen Umfeld ihres Zuhauses zu bestellen. Schnell suchen sie woanders, wenn sie nicht bekommen, was sie wollen. Ein verführerisches Sonder- oder Bonusangebot kann sie allerdings dazu bringen, eine Bestellung aufzugeben.

MEHR ANNEHMLICHKEITEN

Großhandelsunternehmen, die sich durch ihr Logistikangebot abheben, bieten ihren Kunden mehr Annehmlichkeiten. Eine weitere Möglichkeit ist die Ausweitung des Produktportfolios; der Fahrer ist sowieso unterwegs, könnte er nicht auch gleich ein Paar neue Arbeitshandschuhe, Einwegbecher oder Reinigungstücher bringen? Großhändler müssen diese Waren nicht notwendigerweise auf Lager haben, solange sie garantieren können, diese Produkte rechtzeitig zu liefern.

Diese Veränderungen stellen neue Herausforderungen für Großhändler dar, da die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden stetig wachsen. Wie können sie ihre Bestellungsabwicklung so organisieren, dass sie dauerhaft die Kundenerwartungen erfüllen, auch wenn die Sendungen Produkte umfassen, die anderswo gelagert sind?



DIE LIEFERKETTE

Die in vielen Lehrbüchern gezeigte lineare Lieferkette gehört der Vergangenheit an und wurde mittlerweile durch ein Netzwerk zahlreicher Absatz- und Distributionskanäle ersetzt. Wie die Lieferkette für eine bestimmte Sendung aussieht, hängt vom Kundentyp, dessen Erwartungen und der Bestellung selbst ab. Anders gesagt bekommt jeder Kunde die Lieferkette, die am besten zu ihm passt – egal ob es sich um eine große Bestellung handelt, die in mehrere kleinere Sendungen aufgeteilt wird, oder um eine kleine Bestellung, die sofort versandt werden muss.

IMMER KOMPLEXER

Industrie-Großhändler haben extrem komplexe, oft mehrstufige Lieferketten. Sie verfügen beispielsweise über ein zentrales Verteilerzentrum zur Bündelung aller eingehenden Warenströme, regionale Lager für eine rasche Auslieferung an die Kunden – erforderlichenfalls innerhalb weniger Stunden – und manchmal lokale Abholstellen, wo Bestellungen vor dem morgendlichen Arbeitsbeginn durch den Besteller abgeholt werden können.

Diese Lieferketten wurden in den vergangenen Jahren immer komplexer. Selbstverständlich haben auch Großhändler ihre eigenen Webshops, können ihre Produkte aber auch über andere Onlinekanäle wie Amazon vertreiben. Die Zahl der Webshops nimmt stetig zu, allerdings müssen Großhändler, wie bereits erwähnt, nicht jeden Artikel vorrätig haben, sofern garantieren können, dass der Lieferant das Produkt wie vereinbart liefern kann.

IMMER DIFFUSER

Außerdem ändern sich Lieferketten dramatisch. Großhändler suchen stets nach Möglichkeiten zur Steigerung ihres Mehrwerts. Einige von ihnen haben sich bereits erfolgreich mit Großhändlern ergänzender Produkte zusammengeschlossen, um ihre Warenströme zu verbinden. Neben der Arbeit mit Lieferanten, die Lagerbestand für sie halten, verwalten einige auch den Lagerbestand ihrer Kunden.

Das Netzwerk eines Großhändlers kann auch für andere Unternehmen interessant sein, etwa für einen Maschinenhersteller, der einen technischen Großhändler fragt, sich um die Lagerung und Auslieferung seiner Ersatzteile zu kümmern. In diesem Fall findet sich der Großhändler in der Rolle eines Logistikdienstleisters wieder.

NÄHER AM KUNDEN

Aktuell kommt es im Großhandel zu einer Konsolidierungswelle, aus der einige große Akteure durch das Aufkaufen lokal operierender Unternehmen gestärkt hervorgehen. Dadurch entstehen neue nationale und manchmal auch internationale Netzwerke. Diese Akteure haben den Bedarf an einer Integration nachgelagerter Marktstufen erkannt und machen durch Übernahmen einen Schritt auf den Kunden zu. So sind sie besser in der Lage, auf den Bedarf und die Anforderungen der Kunden zu reagieren.

Zusammenschlüsse und Übernahmen stellen sind zudem ein Instrument zur Nutzung von Skaleneffekten, die ein Großhändler zur Erweiterung seines Produktsortiments benötigt, um mit den Kundenerwartungen Schritt halten zu können. Fusionen und Übernahmen sind jedoch nicht der einzige Weg zur Nutzung von Skaleneffekten. Großhändler, die die komplette Produktpalette ihrer Lieferanten online anbieten, ohne sie selbst auf Lager zu haben, zeigen eine weitere Option.

MEHR LEISTEN MIT WENIGER AUFWAND

Die Lieferketten von Großhändlern sind einem Wandel unterworfen: Effizienz ist nicht länger die wichtigste Triebfeder für die Gestaltung der Supply Chain. Da heute logistikbezogene Aktivitäten für Großhändler immer bedeutender werden, wird Effizienz von anderen Aspekten wie Geschwindigkeit, Pünktlichkeit, Qualität und Flexibilität abgelöst. Wie können Großhändler daraus einen Nutzen ziehen?

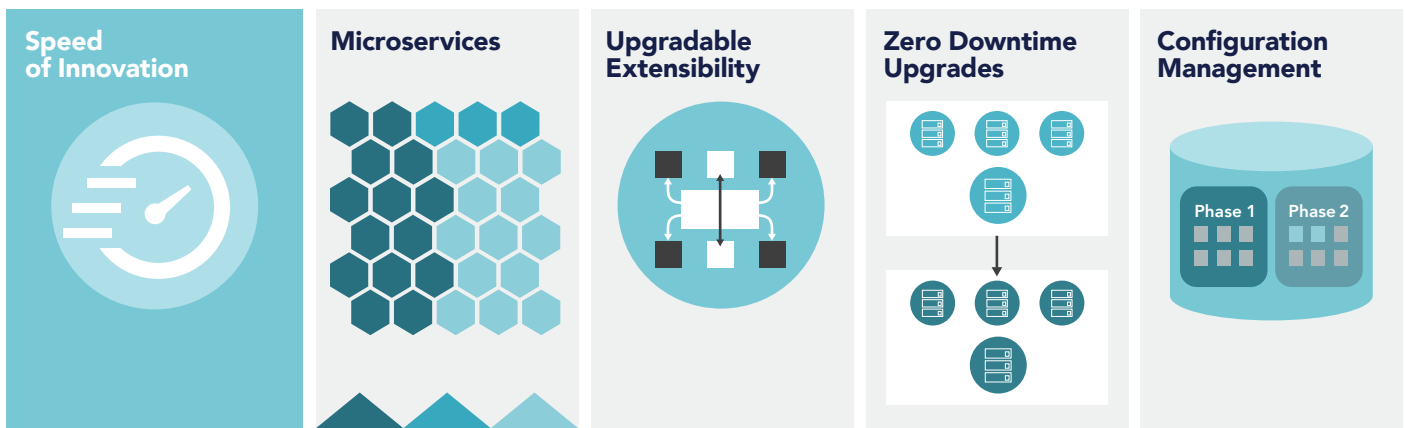
Gleichzeitig nimmt die Komplexität der Lieferkette zu. Lieferketten müssen mehrere Abläufe ermöglichen: große und kleine, dringende und weniger dringende Bestellungen. Indessen stehen Kosten und betriebsnotwendiges Vermögen unter unablässigem Druck. Daher sind schwierige Entscheidungen hinsichtlich des Lagebestandes zu treffen. Wie können Großhändler optimal vom verfügbaren Lagerbestand, wo auch immer in der Lieferkette er sich befindet, profitieren?

ORDER MANAGEMENT SYSTEM (OMS)

Bei einem OMS handelt es sich um eine Softwareebene, die in intelligenter Art und Weise bei jedem Kundengeschäft Bestellungen orchestriert und in verschiedenen involvierten Systemen und Prozessen Aufgaben zuteilt. Es bietet eine zentrale, zuverlässige Quelle für alles, das mit Ihren Bestellungen zu tun hat, von der ersten Bonitätsprüfung bis zur Zahlungsabwicklung und der Verkaufsbuchung.

Das OMS verbindet alle für Kundenkommunikation, Auftragserstellung und Datenverarbeitung zuständigen Einzelsysteme. Es bietet eine zentrale und zuverlässige Quelle für jeden Aspekt der Bestellungsabwicklung.

Das ist aber noch nicht alles: Ein OMS bietet auch eine Bereitstellungskosten-Funktion, die jede Bestellung den hinsichtlich der Kosten am besten geeigneten Abwicklungsorten zuteilt. So lässt sich für jede Bestellung die optimale Route durch die Lieferkette ermitteln.



DIE BESTELLUNG

Veränderungen hinsichtlich Kunde und Lieferkette bergen Gefahren für Großhändler, aber es ergeben sich auch neue Chancen. Deshalb wird die Lieferkette von Großhändlern, die so weitermachen wie bisher, zunehmend unter Druck geraten. Zur Stärkung ihrer Position müssen Großhändler Angelegenheiten selbst in die Hand nehmen; nur so können sie jedem einzelnen Kunden die Lieferkette anbieten, die seinen Erwartungen am besten entspricht.

DEN VERKAUF SICHERSTELLEN

Was passiert, wenn ein Kunde sich zur Aufgabe einer Bestellung entschließt? Die meisten Großhändler ziehen nur das nächstgelegene Lager in Betracht. Sind dort alle bestellten Artikel vorrätig, wird die Bestellung bestätigt. Ist allerdings nur ein Artikel nicht mehr auf Lager, kommt das Geschäft nicht zustande – sogar, wenn das betreffende Produkt irgendwo anders in der Lieferkette geduldig darauf wartet, bestellt zu werden. Das Ergebnis: Das Unternehmen verliert Umsatz.

Nicht alle Großhändler lassen es so weit kommen; sie können schnell feststellen, ob eine Bestellung zu interessant ist, um auf sie zu verzichten. Was dann? Kreativität ist gefragt: Sie geben bei ihrem Lieferanten eine Eilbestellung auf oder sie organisieren einen Kurierdienst, der das Produkt aus einem anderen Lager holt. Anders gesagt, sie versuchen alles in ihrer Macht Stehende zu tun, um die Bestellung abzuwickeln – aber zu welchen Kosten?

IT ALS HEMMSCHWELLE

Die bestehende IT-Landschaft eines Unternehmens ist in der Regel eher ein Hindernis als eine Hilfe und steht der Implementierung effizienter Lösungen häufig im Wege. Fusionen und Übernahmen haben dazu geführt, dass Großhändler über mehrere ERP-Systeme verfügen, die nur schwer kommunizieren können, wodurch es oft unmöglich ist, andere Lagerbestände einzusehen. Eine Umstellung des gesamten Unternehmens auf dasselbe ERP-System ist kaum sinnvoll, da das System bereits veraltet sein wird, bevor das Projekt auch nur zur Hälfte umgesetzt ist. Ganz abgesehen von der Tatsache, dass es sich nur sehr wenige Großhändler leisten können, drei Jahre bis zur vollständigen Implementierung des Systems zu warten.

Großhändler benötigen vielmehr ein System, das als zusätzliche Ebene auf die bestehende IT-Landschaft aufgesetzt wird und die erforderlichen Daten aus den darunterliegenden Systemen abrufen, um eine Bestellung so gut wie möglich durch die Lieferkette zu leiten, und das danach auch die Bestellungsabwicklung einleitet. Eine solche Ebene existiert bereits. Sie nennt sich Order Management System.

ORDER MANAGEMENT SYSTEM

Was genau ist ein Order Management System (OMS)? Nur einen Sekundenbruchteil nachdem ein Kunde eine Bestellung aufgegeben hat, analysiert das OMS die für die Ausführung zur Verfügung stehenden Optionen und beachtet dabei Faktoren wie Lagerbestand, Kosten und das gewünschte Lieferdatum. Vor Bestätigung der Bestellung kann der Kunde sehen, wann und zu welchen Kosten die Produkte geliefert werden können.

Ist ein Artikel im nächstgelegenen Lager nicht vorrätig, sucht das OMS sofort nach Alternativen. In welchen Lagern ist der Artikel vorrätig? Wie lange würde es dauern und wie viel würde es kosten, die Bestellung von diesem Lager aus zu versenden? Kann die Bestellung von einem einzigen Lager aus ausgeführt werden, um die Transportkosten zu minimieren, oder wäre es besser, beim Lieferanten eine Eilbestellung aufzugeben? Sollte in diesem Fall der Lieferant den Artikel direkt an den Endkunden oder an das Lager liefern, damit dieser zum Rest der Bestellung hinzugefügt werden kann?

Ein OMS kann auch in einem Unternehmen eingesetzt werden, das verschiedene ERP-Systeme betreibt. Dadurch sind Synergien schneller nutzbar, indem neu erworbene Unternehmen schneller integriert werden können.

GROSSHÄNDLER HABEN DIE KONTROLLE

Jeder Großhändler mit einem Order Management System hat die vollständige Kontrolle über seine eigene Lieferkette. Der Großhändler kann entscheiden, welcher Teil der Lieferkette in die Abwicklung einer Bestellung einbezogen wird und wann dies geschieht – immer basierend auf einer eingehenden Analyse von Szenarien und auf Algorithmen statt auf kreativem Denken. Es ähnelt der Rolle eines Orchesterdirigenten, der die Partitur interpretiert und bestimmt, welcher Musiker wann und mit welcher Intensität spielen soll.

Ein OMS bewahrt Großhändler vor Umsatzeinbußen, indem es ihnen ermöglicht, alle Möglichkeiten zur Abwicklung einer Bestellung zu nutzen. Ein OMS bewahrt Großhändler zudem vor unnötigen Kosten, da es dafür sorgt, dass für jede Bestellung die beste Route durch ihre Lieferkette gewählt wird. Auch wenn eine Bestellung nicht mit einer akzeptablen Gewinnspanne abgewickelt werden kann, informiert das OSM sofort darüber.

VERSPRECHEN HALTEN

Ein Plan zur Bestellungsabwicklung ist ein guter Anfang. Wie kann aber sichergestellt werden, dass dieser Plan auch wirklich umgesetzt wird? Die Antwort: durch die Zusammenführung des Order Management Systems mit dem Warehouse Management System in den verschiedenen Lagern. Letztendlich entscheidet der Lagerbetrieb darüber, ob ein Großhändler Kundeverprechen erfüllen kann.

DAS LAGER

Das Lager ist der Ort, an dem Kundenversprechen gehalten oder gebrochen werden. Hier entscheidet sich also, ob die Bestellung pünktlich und vollständig versendet wird. Dieser Teil der Lieferkette birgt seine eigenen Herausforderungen hinsichtlich Komplexität, Vorlaufzeiten, Unvorhersehbarkeit und Qualität. Das Warehouse Management System (WMS) spielt für einen erfolgreichen Lagerbetrieb eine Schlüsselrolle.

ENORME VIELFALT

Ein Umstand, der den Lagerbetrieb für Großhändler so komplex macht, ist die enorme Vielfalt an Bestellungen, die oft von großen Bestellungen für Großkunden bis zu kleinen Bestellungen für Selbständige, die vielleicht nur ein einziges Ersatzteil benötigen, reicht. Obwohl jeder seine Ware so schnell wie möglich erhalten möchte, ist Geschwindigkeit nicht für jede Bestellung essentiell. Für große Unternehmen, die an umfangreichen Projekten arbeiten, ist es oft nicht nötig, dass die gesamte Bestellung auf einmal versendet wird. Ganz im Gegenteil bevorzugen sie es vielmehr, die Produktauswahl zum Zeitpunkt des Bedarfs anzupassen.

Neben der Vielfalt an Bestellungen müssen Industrie-Großhändler auch mit ihrer Produktvielfalt zurechtkommen, die oft von kleinen Nägeln bis zu Sperrgut reicht, das auf keine Palette passt. Egal, ob es sich um große oder kleine Waren, Schnell- oder Langsamdreher handelt... muss es je nach Bedarf möglich sein, alles in einer einzigen Bestellung zusammenzufassen. Was passiert aber, wenn die Bestellung zusätzlich Mehrwertdienste wie Kitting oder einen Zusammenbau umfasst? Wie soll das organisiert werden?

UNTERSCHIEDLICHE PROZESSE UND SYSTEME

Angesichts der großen Vielfalt an Bestellungen – mit vielen oder wenigen Auftragslinien, dringenden oder weniger dringenden Bestellungen, kleinen oder großen Produkten – reicht ein einziger Kommissionierungsvorgang nur in den seltensten Fällen aus. In den Lagern der meisten Großhändler werden deshalb mehrere unterschiedliche Prozesse und Systeme eingesetzt, die jedoch letztendlich aufeinander abgestimmt sein müssen. Auch wenn eine Bestellung verschiedene Produkte aus unterschiedlichen Warehouse-Systemen umfasst, müssen sie zu einem gewissen Zeitpunkt und an einem bestimmten Ort alle zueinanderfinden, um als eine einzige Sendung verschickt zu werden.

Eine weitere Herausforderung ist die zunehmende Lagerautomatisierung. Der anhaltende Mangel an geeigneten Arbeitskräften verleitet immer mehr Großhändler zum Einsatz von Automatisierungs- und Robotertechnik. Der Haken an der Sache ist jedoch, dass jeder Roboter und jedes Materialhandhabungssystem über eigene Steuerungen verfügt, die alle irgendwie aufeinander abgestimmt werden müssen. Die Frage lautet: wie?

Außerdem muss auch mehr Augenmerk auf manuelle Abläufe gelegt werden, da geeignete Mitarbeiter schwer zu finden sind. Daher ist heutzutage noch viel mehr als früher eine nutzenbasierte Bewertung erforderlich, um Mitarbeitern Aufgaben zuzuteilen, die ihren Stärken entsprechen und die sie in ihrem eigenen Rhythmus, gegebenenfalls mit der Unterstützung innovativer Cobots, ausführen können.

GESCHWINDIGKEIT UND EFFIZIENZ ALS TRIEBFEDERN

Großhändler benötigen ein Warehouse Management System, das:

- alle Systeme und Prozesse koordiniert,
- Bestellungen automatisch aufteilt und den entsprechenden Sub-Systemen zuteilt,
- sicherstellt, dass alle Sub-Bestellungen später wieder in einer Bestellung zusammengeführt werden,
- Maschinen und Roboter sowie Personen koordiniert,
- operative Entwicklung und menschliche Leistung kontinuierlich überwacht,
- anzeigt, wenn ein Eingriff zwecks Anpassung des Arbeitskräfteeinsatzes an den Arbeitsanfall erforderlich ist,
- Feedback für Mitarbeiter bezüglich ihrer Leistung erleichtert.

Im Gegensatz zu früher ist Effizienz nicht mehr die einzige Triebfeder in den Lagern von heute. Großhändler, die sich durch logistische Leistungen von anderen abheben möchten, setzen auf Geschwindigkeit und Flexibilität. Ein herkömmliches WMS, das Bestellungen zum Zwecke der Bildung von Batches „anhäuft“, die dann innerhalb des Lagers in einem Zug aufgeteilt werden, reicht nicht mehr aus. Großhändler benötigen heute ein WMS, das den Schwerpunkt soweit wie möglich auf Effizienz legt, jedoch in der Lage ist, Bestellungen im Lager auf die „Überholspur“ zu schicken.

KONTROLLTURM

Um eine reibungslose Lieferkette sicherzustellen, muss das WMS mit dem OMS zusammenarbeiten, nicht nur um die richtige Bestellung an das richtige Lager zu übermitteln, sondern auch, um hinsichtlich des Bestellungsstatus zu kommunizieren. In diesem Fall erfüllt das OMS die Funktion eines Kontrollturms, der Großhändlern die genaue Überwachung des Fortschritts bei allen Bestellungen ermöglicht. So können sie Kunden und/oder Mitarbeiter in Echtzeit auf dem neuesten Stand halten, wo auch immer sie sich gerade befinden (beispielsweise im Callcenter oder auf lokaler Ebene). Außerdem können sie so Probleme in der Lieferkette schnell erkennen und sofort handeln (etwa ein anderes Lager wählen), um das Kundenversprechen einlösen zu können.



ORDER STREAMING

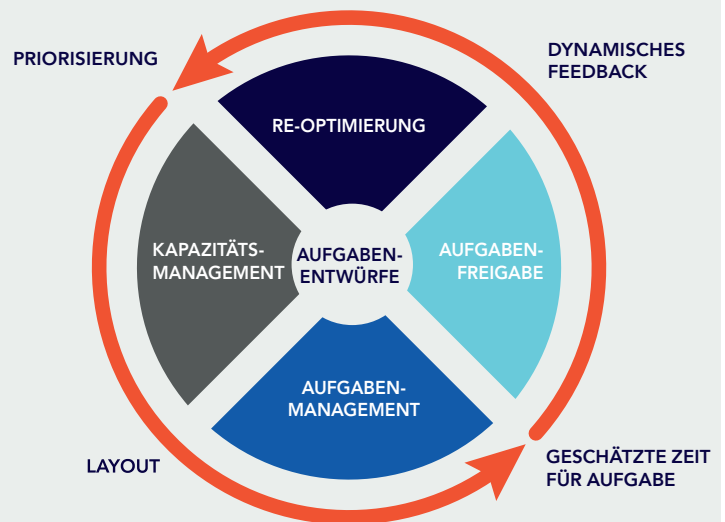
Bestellabwicklungen effizient umgestalten

Großhändler planen die Bestellungsabwicklung normalerweise in Wellen, nur Online-Bestellungen werden in einem wellenlosen Verfahren abgewickelt.

- Größere Batches bieten mehr Möglichkeiten zur Optimierung der Arbeit
- Kleinere Batches steigern die Flexibilität

Order Streaming ermöglicht es, zwischen diesen beiden Prozessen hin und her zu wechseln und so die Effizienz, Rentabilität und Agilität des Lagers zu verbessern.

Order Streaming kombiniert diese Prozesse durch die Nutzung intelligenter Optimierungsalgorithmen, die die ideale Arbeitsmenge für das Lager freigeben (kleine Batches). Inzwischen werden alle im Pool verbliebenen Bestellungen kontinuierlich in Bezug auf ihre Dringlichkeit und ihre Eignung für eine effiziente Bearbeitung im Zuge der nächsten Freigabe bewertet. Dadurch wird die nötige Flexibilität zur Priorisierung bestimmter Bestellungen ohne einen manuellen Eingriff in den Prozess ermöglicht. Zugleich lassen sich vorhandene menschliche Arbeitskraft und Anlagen optimal nutzen.



FAZIT

Die B2B-Welt und damit auch die Welt des technischen Großhandels sind zu schnell und zu komplex geworden, als dass sie allein durch das menschliche Gehirn erfasst werden könnten. Die Bestellungsabwicklung entsprechend heutiger Kundenerwartungen erfordert eine zukunftsorientierte Denkweise, jedoch haben die Großhändler von heute keine Zeit mehr zum Nachdenken, wenn eine Bestellung eingeht. Außerdem ist es aufgrund der Komplexität der Lieferkette nicht möglich, sofort eine optimale Lösung zu finden.

Deshalb muss das zukunftsorientierte Denken vorab stattfinden, indem alle möglichen Szenarien in Erwägung gezogen werden. Welche Arten von Bestellungen sind zu erwarten? Welche Optionen zur Abwicklung dieser Bestellungen gibt es? Und was ist zu einem bestimmten Zeitpunkt der beste Weg? Im Anschluss muss mittels der Software bestimmt werden, wie jede einzelne neue Bestellung abzuwickeln ist, und dann sollte die Ausführung automatisch eingeleitet werden. Nur so lässt sich die Gunst des Kunden gewinnen.

Dies gilt nicht nur für technische Großhändler, sondern für jedes Großhandelsunternehmen. Egal, ob Sie nun ein Großhändler für Gastronomieprodukte, Arzneimittel, Baumaterialien oder Mode sind: Wir unterstützen Sie gerne, Ihre Lieferkette zukunftssicher zu gestalten.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte manh.de/grosshandel oder senden Sie uns eine E-Mail: de@manh.com

PUSH POSSIBLE®
manh.de

© 2020 Manhattan Associates, Inc.

 **Manhattan**
Associates®