

LOGISTICS MANAGEMENT

Het magazine voor de
logistieke dienstverlener

MAART 2016
12^e JAARGANG NR 37

VERSCHIJNT 4 KEER PER JAAR: APRIL - JUNI - SEPTEMBER IN DECEMBER - AFRIJKEKANTOOR: 2099 ANTWERPEN X - TOELATING: P246244

E-COMMERCE

E-COMMERCE
TIJD VOOR
ACTIE

TREND

VISION IN LOGISTICS:
ZET JE BRIL OP

FOCUS

EEN PAKJE PER DRONE?
NOG NIET VOOR MORGEN...

GIDI PLUYM, RAJAPACK BENELUX

“Efficiëntie door e-commerce”

Het aantal bestellingen dat via de webshop van Rajapack binnenkomt, is vorig jaar met een kwart gestegen. De integratie van de online bestellingen in het beheersysteem voor het distributiecentrum zorgt voor extra efficiëntie.

Timothy Vermeir

Rajapack is een groothandel in verpakkingsmaterialen, van dozen en enveloppen tot opvulmateriaal en palletiseringsmateriaal. In totaal gaat het om zo'n 7.000 producten die de onderneming in voorraad heeft in het distributiecentrum in Tongeren. Vanuit Tongeren wordt er naar zeven landen verzonden: de Benelux, Duitsland, Oostenrijk, Denemarken en Zwitserland.

“Ieder jaar neemt het aandeel e-commerce voor Rajapack toe met een percentage met twee cijfers”, zegt Gidi Pluym van Rajapack Benelux. “In België is de online verkoop vorig jaar gestegen met 20 procent om vandaag ongeveer een kwart uit te maken van de totale sales en 60 procent van de bestellingen. In Nederland groeide de online omzet zelfs met 30 procent. Van de nieuwe klanten, bestelt ongeveer 80 procent online. Wat je ook hebt, zijn enkele klanten die hun voorraadsysteem hebben gekoppeld aan ons bestelsysteem: wanneer hun voorraad onder een bepaald niveau zakt, krijgt ons systeem automatisch bericht.”

Voor Rajapack zijn de voordelen van online bestellingen duidelijk: er is veel minder interventie nodig door een medewerker. Als een klant een bestelling plaatst, zal het programma de gegevens van die klant trachten te matchen – op basis van naam, adres en wat meer – aan een van de vele bestaande klanten in de database. Wanneer het om een nieuwe klant blijkt te gaan, zal een medewerker nog controleren of de ingegeven gegevens correct en volledig zijn. Voor bestaande klanten is interventie alleen nodig als niet alle producten op voorraad

zouden zijn. “We hebben ondertussen ruim een jaar geleden de integratie gedaan van de online orders in het systeem dat ook alle andere orders verwerkt. Wat je ziet is dat één medewerker evenveel bestellingen verwerkt als vier collega's die met telefonische en mail-orders bezig zijn.”

KANTOORUREN

“Bestellingen voor levering in de Benelux die bij ons voor 16:00 uur binnenkomen, worden de dag nadien geleverd. Als je vanuit Duitsland of Oostenrijk bestelt, komt je bestelling ook de dag nadien als je voor 14:00 uur je order doorgeeft. Is het een heel grote zending, moet die erg ver getransporteerd worden of zit je op het kantelpunt, dan garanderen we dat de bestelling binnen de 48 uur wordt geleverd”, vervolgt hij. “We zien dat onze klanten weten wat de cut-offtijd is en dat ze ermee rekening houden. En elke dag zijn er wel een aantal aanvragen om op een bepaald tijdstip te leveren of sneller te leveren, wat we uiteraard doen, al zijn er soms bijkomende kosten aan verbonden.”

Dat Rajapack een succesvolle e-commerceoperatie kan op zetten in ons land, is voor een deel te danken aan de B2B-omgeving waarin het bedrijf actief is, geeft ook Gidi Pluym mee. “De B2B-klanten plaatsen hun bestellingen overwegend tussen acht uur 's ochtends en acht uur 's avonds. De pieken zijn ook tussen half tien en elf uur in de ochtend en tussen twee en vier in de namiddag. In de B2C-markt daarentegen komen bestellingen voornamelijk buiten de kantooruren.”

“Ieder jaar neemt het aandeel e-commerce voor Rajapack toe met een percentage met twee cijfers”



Gidi Pluym: “Eén medewerker verwerkt evenveel bestellingen als vier collega's die met telefonische en mail-orders bezig zijn.”