brother
at your side

Revolution i detailhandlen:

Sådan har Corona-pandemien forandret teknologi-investeringerne

Om rapporten

I denne rapport kigger vi nærmere på den aktuelle situation i detailsektoren, og hvad der er sket med den de seneste 18 måneder. Rapporten er baseret på en europæisk undersøgelse fra Savanta, der er bestilt af Brother.

Undersøgelsen kombineres med ekspertudtalelser fra detailhandelskæder i Storbritannien og Tyskland samt fra Paul Hamblin, der er brancheekspert og chefredaktør på Logics Business Magazine.

Om Savanta

Savanta har kontorer i London og New York, og er eksperter inden for dataindsamling, forskning og rådgivning. Virksomheden blev etableret, da en række specialbureauer gik sammen om at udvikle et holistisk forskningstilbud, der omfatter et bredt spektrum af sektorer og spænder vidt geografisk.

Savanta bruger såvel kvalitative som kvantitative forskningsmetoder til at indsamle data og generere solide, handlingsorienterede vidensgrundlag. De har som mål at inspirere til forandring via deres arbejde samt hjælpe klienterne til at træffe evidensbaserede beslutninger.

Om Paul Hamblin

Paul Hamblin er en erfaren forfatter, redaktør og kommentator inden for logistiksektoren i Storbritannien og Europa. Han har besøgt og talt med brancheledere i Storbritannien, Tyskland, Holland, Frankrig, Sverige, Danmark, Italien, Spanien og Belgien.

Indhold

Tendenserne inden for detailhandelsteknologi i Europa

Hvilke teknologier investerede detailhandlerne i under pandemien?

Planerne for tiden umiddelbart efter pandemien

Detailhandlernes investeringsmål fremadrettet

Strategiske muligheder, der bør overvejes for at opnå langsigtet succes

Logistik og hjemmelevering

Fokus på kundetilfredshed, uanset hvor kunderne handler

Digital transformation skal være konstant

Pandemien bragte detailhandlerne i overlevelsestilstand

Fra den ene dag til den anden ændrede forbrugerne adfærd, forsyningskæder blev afbrudt, og butikker blev tvunget til at lukke ned. Som modsvar hertil implementerede detailhandlen ny teknologi for at redde sig ud af den økonomisk vel nok mest ødelæggende begivenhed i mands minde.

For at forstå den enorme indvirkning, pandemien havde på detailhandlen, satte vi os for at finde ud af, hvordan virksomhederne i detailsektoren reagerede, og hvad de fokuserer på. Vi ville undersøge, hvilke nye teknologier man i detailhandlen har investeret i, og om detailhandlerne har ændret prioritering, hvad angår såvel planlagte som fremtidige udgifter.

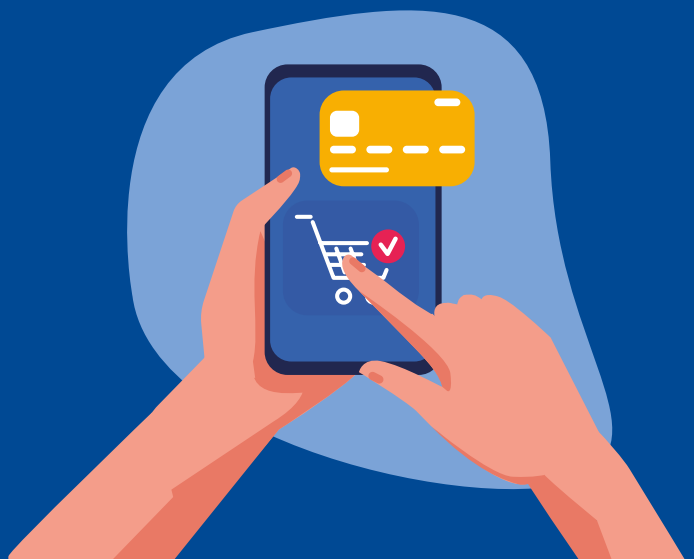
Til det formål bad vi markedsanalysebureauet Savanta om at foretage en undersøgelse blandt beslutningstagere i detailhandlen i hele Europa. Undersøgelsen omfatter bidrag fra anerkendte detailhandelseksperter og journalister fra hele Europa.

De har delt deres erfaringer og afsløret, hvad de planlægger at investere i som det næste. Vi har dissekeret nogle af udtalelserne, da de kan være af potentiel kommercielt følsom karakter.

De har beskrevet, hvordan krisen fra den ene dag til den anden ændrede kundernes indkøbsadfærd, og hvordan det fremskyndede en række teknologiske tendenser, der allerede var i gang inden for detailhandlen.

Detailhandlere over hele Europa blev tvunget til at reagere på tre vigtige tendenser, direkte affødt af pandemien: **kontantløse transaktioner (75 %), øget efterspørgsel efter e-handel (73 %) og forstyrrelser i udbud og efterspørgsel (70 %)**.

Vi deler deres udtalelser i denne rapport for at bidrage til sektorens fortsatte udvikling, og vi håber hermed at kunne formidle en dybere forståelse af prioriteringerne inden for investeringer i ny teknologi, og hvordan de også kan øge effektiviteten, produktiviteten, sikkerheden og bæredygtigheden i din virksomhed.



75 %

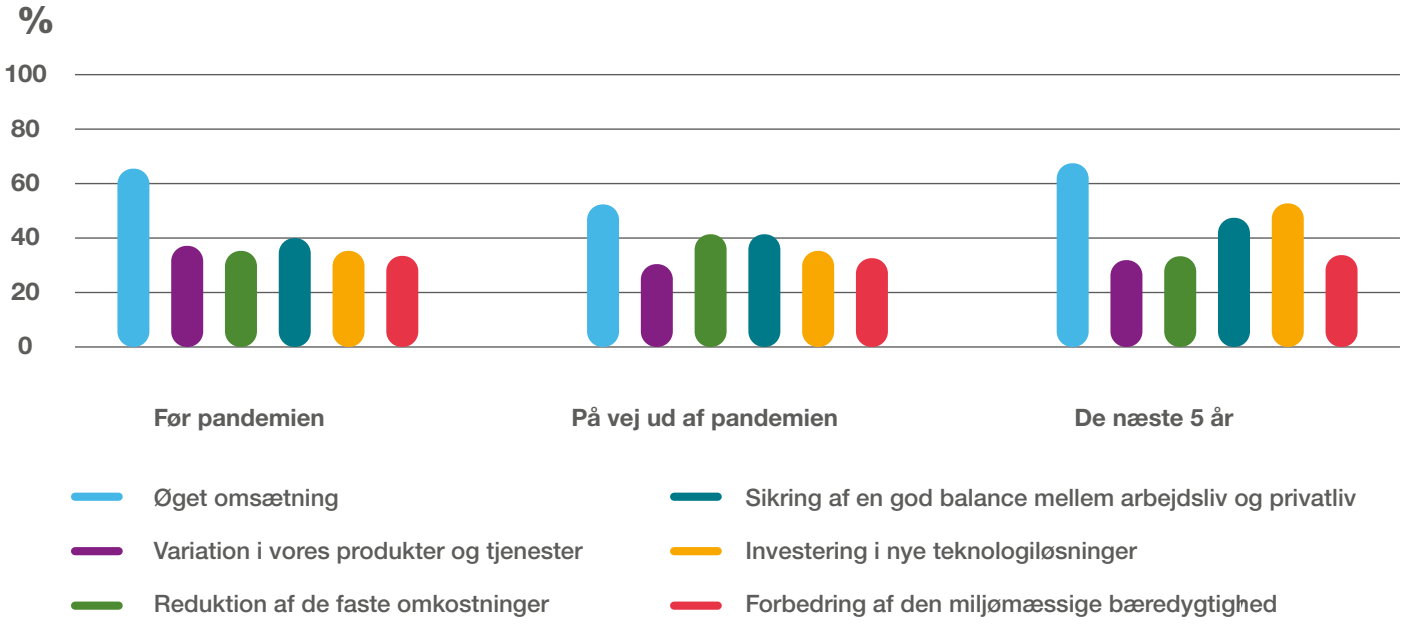
af detailhandlerne siger, at pandemien har fremskyndet indførelsen af ny teknologi

Tendenserne inden for detailhandelsteknologi i Europa

Forståelse af de skiftende prioriteringer

I forsøget på at forstå detailhandlernes beslutninger om investering i ny teknologi, opdagede vi, at deres prioriteringer ændrede sig i takt med de nye, Corona-relaterede udfordringer.

Hvordan har din strategiske prioritering ændret sig under pandemien?



47 %

siger, at investering i nye teknologiløsninger har høj prioritet de næste fem år

Vi kan se, at mens øget omsætning fortsat havde topprioritet under pandemien, gav krisen også anledning til øget fokus på en reduktion af de faste omkostninger. Det skyldes, at der kom uforudsete, Corona-relaterede udgifter til eksempelvis personlige værnemidler og plastafskærmninger, der dog nu er faldet igen.

En af de topprioriteter, der blev vigtigere og vigtigere gennem hele perioden, var at sikre en god balance mellem arbejdsliv og privatliv. Det er et billede på, at krisen har skabt et vedvarende fokus på medarbejdernes velbefindende, såvel fysisk som psykisk.

Det er samtidig positivt at opleve, at virksomhedernes planer for miljømæssig bæredygtighed fortsat har høj prioritet på trods af pandemiens udfordringer. Faktisk har den nu endnu højere prioritet end før krisen.

IT-udgifterne steg voldsomt under pandemien. Men påfaldende nok var det største skift investering i nye teknologiløsninger.

For lidt over en tredjedel (36 %) af detailhandlerne var investeringer i nye teknologiløsninger et fokusområde før pandemien, mens det nu er højt prioriteret af næsten halvdelen (47 %) af virksomhederne inden for de næste fem år.

Det kan tyde på, at detailhandlernes investering i ny teknologi under pandemien var mere reaktiv end strategisk. Deres fokus på at beskytte virksomheden har imidlertid gjort dem til modstandsdygtige, bæredygtige virksomheder, der er rustet til at klare sig på den lange bane.

Det står klart, at de detailhandlere, der ikke formår at holde trit med konkurrenternes forbedrede og strømlinede processer, at håndtere skiftet mellem online og fysisk butik og at leve op til kundernes stadigt stigende forventninger til en god kundeoplevelse, sandsynligvis vil sakke bagud.

Virksomhedsfokus

IT-chef, modebutikskæde, Storbritannien

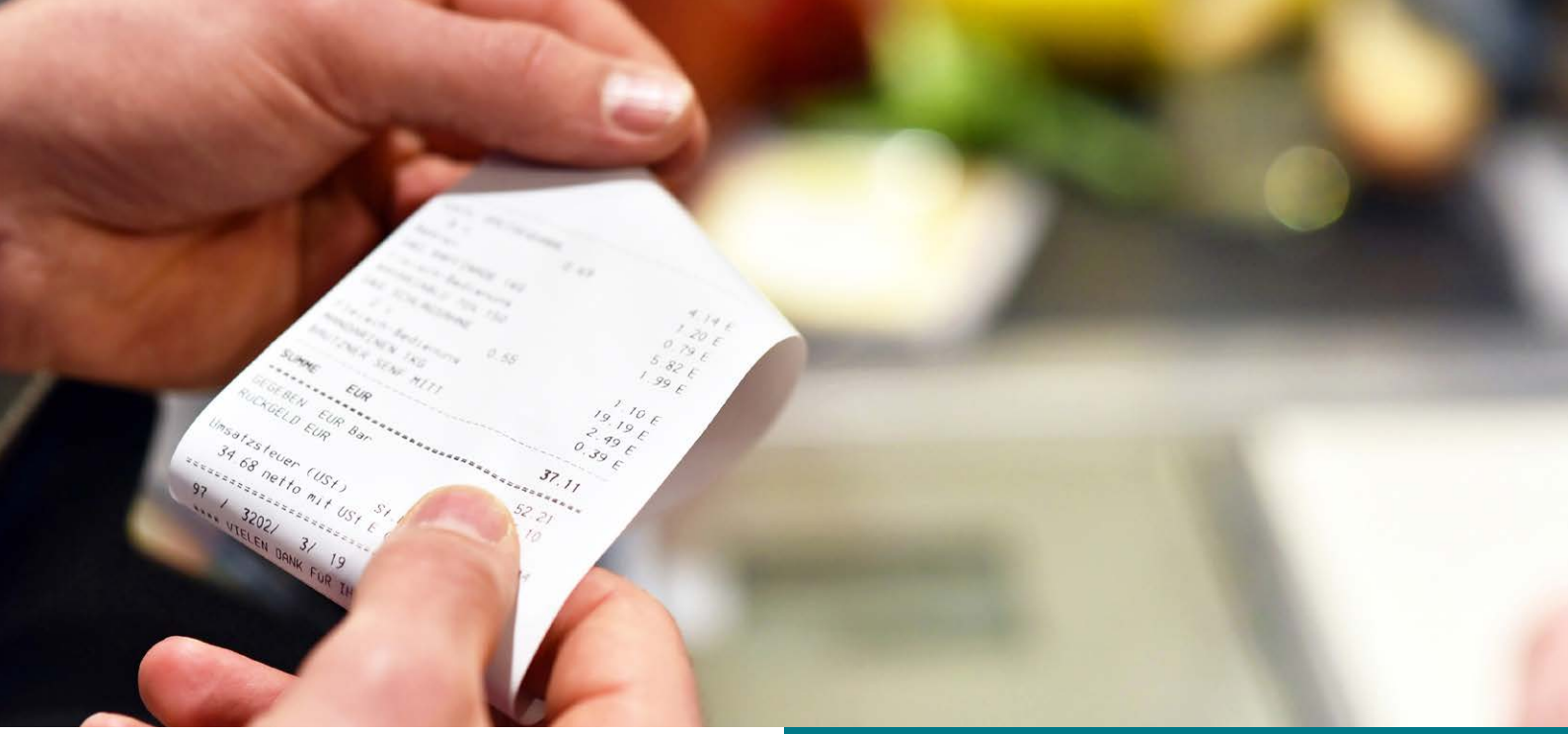
"Førende e-handelsvirksomheder som Amazon har i løbet af de seneste syv-otte år forandret shopping for altid og især i løbet af det seneste år. Corona-pandemien var drivkraften bag dette e-handelsboom, men Amazon har været godt forberedt på det i årevis. Det samme kan man ikke sige om vores virksomhed, der har måttet omstille sig på bare ét år."

Hvilke teknologier investerede detailhandlerne i under pandemien?

Hvilke af følgende teknologier eller funktioner har din virksomhed investeret i på grund af Corona-pandemien?

De fem hyppigste svar

- Forbedret online kundeservice, f.eks. livechat
- Forbedret returpolitik
- Brug af AI til automatisk sortering og arkivering af scannede dokumenter
- Brug af apps og AR til forbedring af online-kundeoplevelsen
- Elektroniske kvitteringer



Vi kan se, at detailhandlernes investeringer forståeligt nok afspejlede det nødvendige skift til e-handel og mobil-handel. Formålet var at optimere online-oplevelsen for de kunder, der ikke længere handlede i de fysiske butikker.

Detailhandlerne begyndte at indføre nye løsninger som f.eks. livechat for at forbedre deres kundeservice. De implementerede desuden online-betaling samt e-kvitteringer og forbedrede deres returpolitik.

Her er det værd at bemærke, at en forbedret returpolitik rækker langt ud over en udvidelse af selve politikken – eksempelvis en længere returperiode. Det handler nemlig også om at gøre processen over for kunderne betydeligt hurtigere, nemmere og, endnu vigtigere, fejlfri.

Et måske tidligere undervurderet element i denne proces er behovet for klar, holdbar og nøjagtig opmærkning i alle faser af leverings- og returprocessen. Investeringer i de bedst egnede opmærkningsløsninger, fra robuste, mobile printere til professionelle labelprintere i bordmodel med høj volumen, har været med til at opfylde kundernes høje forventninger til levering til tiden. Samtidig har det reduceret de omkostningsmæssige konsekvenser af ikke-leverede eller forkert leverede varer.

Virksomhedsfokus

Chef for SAP Special Applications, supermarkedskæde i Tyskland

"Vi har selv udviklet software, som har gjort det muligt at digitalisere de følgesedler, som er nødvendige for at levere et produkt. Så når produkterne ankommer til fabrikken, ligger de nødvendige produktdata allerede klar i systemet, så de kan formidles digitalt til chaufføren. Det gav rigtig god mening under Corona-pandemien, hvor det gjaldt om at minimere kontakten mellem mennesker. Før pandemien var 70 % af alle følgesedler elektroniske, og vi er nu oppe på 90 %."

Indblik: De fem vigtige faktorer bag efterspørgslen efter nye opmærkningssystemer

Pandemien medførte en kraftig stigning i online-efterspørgslen efter alle typer produkter, selv om der var massive forstyrrelser i de globale forsyningskæder. Virksomhederne skiftede over til online-ordrehåndtering, og det gjorde dem mere afhængige af professionelle printere til eksempelvis vareforsendelse og -modtagelse, opmærkning af aktiver og lagerforvaltning samt pluk- og pakkelister på lageret.

Store produktions- og distributionsvirksomheder er i høj grad afhængige af professionelle printere med robuste metalkabinetter og lang levetid, så de kan printe holdbare og letlæselige labels.

Denne type investeringer er dog ikke begrænset til barske miljøer. Kundernes forventninger til forskellige leveringsmuligheder, lige fra direkte butikslevering (DSD) til butiksafhentning (BOPIS), bevirker, at der er behov for opmærkningsløsninger i flere dele af virksomheden.

Detailhandlerne må gøre en ihærdig indsats for at forbedre sporbarheden og fortsat leve op til de konstante, nye krav fra forbrugere, myndigheder og brancheorganisationer, f.eks. inden for biovidenskab samt fødevare- og drikkevarebranchen

Løsningerne er blevet mere overkommelige i pris og dermed mere tilgængelige, mens de handlende udvider sortimentet til også at omfatte produkter på lavere prisniveauer.

Integrerede lagerstyringssystemer (WMS) kan automatisk konvertere en lang række almindelige dokumenter som f.eks. følgesedler, ordrebekræftelser og fakturaer digitalt. Det bevirker, at de lynhurtigt kan scannes, hvilket letter arbejdet for butiks- og kontorpersonalet, så leveringen kan ske endnu hurtigere. Blandt detailhandlerne er to ud af fem (42 %) i færd med at investere i brugen af AI til automatisk sortering og arkivering af scannede dokumenter.

Paul Hamblin, der er chefredaktør for den paneuropæiske publikation Logistics Business Magazine, forklarer, hvordan integrerede, digitale systemer kan håndtere returprocessen – en af detailhandlens mest omkostningstunge udfordringer: “Besværlige rutiner kan automatiseres ved hjælp af lagerstyringssystemer med returhåndtering. Software af denne art letter overgangen fra manuelle til digitale processer og forbedrer sporing af returvarer, hvilket giver bedre mulighed for at opnå ekstra indtægter fra genanvendte eller genfremstillede varer.”

Investering i Augmented Reality (AR) er også vigtigt, da det både skal forbedre kundernes online-oplevelse og leveringsprocessen. Modebutikskæden ASOS har anvendt AR for at gøre det muligt for online-kunder digitalt at iklæde en virtuel model det tøj, de overvejer at købe, for at se, om det passer sammen. Det hjælper købsbeslutningen på vej og har til formål at reducere antallet af returneringer.

Planerne for tiden umiddelbart efter pandemien

Detailhandlernes fokus på digitale kundeoplevelser fortsætter. Hvad er detailhandlernes fokus på den korte bane?

Det afspejler det faktum, at mange kunder, der er skiftet til e-handel under Corona-pandemien og nedlukningerne, faktisk har ændret indkøbsvaner for altid.

Hvis man kigger på nogle af de store europæiske økonomier (Tyskland, Frankrig, Holland, Italien, Spanien og Storbritannien), udgjorde onlinesalget 12 % af det samlede salg i 2019. I 2020 steg det til 16,2 %, og i 2021 faldt det lidt igen, til 15,3 %. Selv om salget er faldet lidt til ro i takt med, at Corona-restriktionerne er ophævet, afspejler tallene stadig en stor vækst i e-handlen.

Detailhandlerne planlægger derfor også at investere i en række teknologier, der skal forbedre online-shoppingoplevelsen for kunderne. Detailhandlernes muligheder for at tilføre værdi til deres kunder og skille sig ud fra konkurrenterne er steget betydeligt, lige fra avancerede e-handelsløsninger til forbedrede, integrerede logistikprocesser samt understøttelse af levering og returnering.

På en måde kan lageret ses som det sted, hvor slaget nu skal stå – hvor detailhandlere konkurrerer med hinanden, idet udviklingen inden for plukketeknologier og lagerautomatisering giver dem, der er villige til at investere, omkostnings- og effektivitetsfordele i forhold til konkurrenterne.

Komplekse arbejdsgange, der knyttes sammen af integrerede systemer og processer, eksempelvis stregkodelabels med plads til mange informationer, avancerede og tilkoblede labelprintere og intelligente scanneløsninger, danner grundlaget for værdiskabende teknologier, der samtidig lever op til kundernes forventninger.

Hvilke af følgende teknologier eller funktioner er det efter din mening fordelagtigt at investere i over de næste tre år?

De fem hyppigste svar

- Apps og AR til forbedring af online-kundeoplevelsen
- Elektroniske kvitteringer
- Forbedret online-kundeservice, f.eks. livechat
- Elektronisk opmærkning
- Brug af AI til automatisk sortering og arkivering af scannede dokumenter

Indblik: Hvorfor er opmærkning så vigtig en del af lagerplukningen?

Leveringshastigheden er stadig mere afgørende for, hvilke detailhandlere forbrugerne vælger. Mere end to tredjedele (68 %) af forbrugerne siger, at hurtig levering har betydning for, om de afgiver en ordre online. For 36 % af forbrugerne er “hurtig levering” nu ensbetydende med levering samme dag.

Med et stigende antal online-ordrer og varenumre (SKU’er) at holde styr på er gennemsigtighed og sporbarhed i forsyningskæden altafgørende for en vellykket omnichannel-markedsføring.

Hvert eneste sekund tæller, hvad angår e-handel, og et miljø med så høj leveringshastighed kræver en løsning til labelprint, der kan følge med, og som giver plukkerne mulighed for at printe på farten, hurtigt og nøjagtigt.

Små og mellemstore håndholdte labelprintere, der er lette, kompakte og ekstremt robuste, sætter detailhandlerne i stand til at imødekomme forventningerne på tværs af lager- og logistikfunktionen.

I et så barskt miljø bør virksomheder sikre sig, at deres labelprintere er IP54-certificeret. Det giver ekstra tryghed i forbindelse med miljøer, hvor fugt og støv kan være et problem. Desuden bør printerne have gennemgået en faldtest, så robusthed og pålidelighed er garanteret.

Sporings-apps hjælper eksempelvis kunderne med at se, hvornår deres pakke når frem til deres hoveddør. Det reducerer antallet af såkaldte WISMO-opkald: “Hvor er min ordre?”

Paul Hamblin, der er chefredaktør på Logistics Business Magazine og brancheekspert, siger: “Ved at give kunderne en leveringsstatus og advare om eventuelle forsinkelser forbedres leveringsraten ved første forsøg, så unødvendig ekstratransport undgås. Hvis kunden ikke er hjemme, har appen en automatisk ruteoptimering, der omlægger chaufførens rute. Det sparer både tid og brændstof. De mest avancerede systemer til ruteplanlægning og telematik kan reducere brændstofforbruget og CO_2-udledningen markant, når der er tale om en stor flåde af biler.”

For de detailhandlere, der endnu ikke er klar til at tage springet til automatiserede emballage- og opmærkningsløsninger, er der dog alligevel tiltag, der kan reducere miljøpåvirkningen. Det kan være i form af større ændringer til eksempelvis genanvendelige emballagematerialer, eller mindre ændringer som at anvende de miljøbevidste, strømbesparende funktioner på printerne og sikre, at følgesedler automatisk printes dobbeltsidet.

Detailhandlernes investeringsmål fremadrettet

Hvad kommer detailhandlerne til at investere i på længere sigt?

Data viser, at der er to vigtige elementer i detailhandlernes investeringsstrategi: at opnå øget gennemsigtighed i egne processer og at tilbyde bedre produkter til forbrugerne.

I betragtning af den usikkerhed, der har hersket i detailsektoren de seneste to år, er det ikke overraskende, at detailhandlerne søger øget gennemsigtighed og kontrol med deres processer. Næsten to tredjedele (62 %) siger, at efterspørgslen bliver stadigt vanskeligere at forudsige, og syv ud af ti (70 %) siger, at leveringsforstyrrelser er blevet mere almindelige på grund af pandemien.

Hvilke fordele kan din virksomhed høste af at investere i ny teknologi eller nye funktioner?

De fem hyppigste svar

- Mere præcis planlægning
- Mere brugertilpasset kundeoplevelse
- Bedre styr på lagerbeholdningen
- Reduceret miljøaftryk
- Øget salg

Detailhandlere ønsker præcise realtidsdata om, hvad der sker i deres egen forretning og i forsyningskæden, så de kan opdage og reagere på potentielle problemer tidligt og undgå dyre fejltagelser. De bruger faktisk ny teknologi til at forbedre deres planlægning (37 %), lagerstyring (33 %), salgsrapportering (31 %) og overvågning af udbud og efterspørgsel (31 %). Det er nemlig vigtigt for detailhandlerne at opbygge robuste systemer og processer for at sikre, at de kan planlægge og gennemføre deres strategier mere præcist. Hermed kan de træffe gode beslutninger om fremtidige investeringer.

Vi forventer, at kundefokus forbliver en topprioritet, også på længere sigt. Kunderne vil således drage fordel af fortsatte investeringer i mere kundetilpassede oplevelser (34 %), mere præcise kundeoplysninger (31 %), en mere problemfri omnichannel-markedsføring (30 %) og mere kundeorienterede produkter (29 %).

Virksomhedsfokus

Global Treasury Lead, FMCG-dagligvarehandel, Storbritannien

> *Forstyrrelser i udbud og efterspørgsel ses oftere, og det er blevet vanskeligere at styre lagerbeholdningen. Corona-pandemien har vist, at forsyningskæder kan være meget skrøbelige, hvis man tager for let på dem. Man køber ikke længere alle varer fra én leverandør, men forsøger i stedet at sprede sig.*

Strategiske muligheder, der bør overvejes for at opnå langsigtet succes

Yderligere strategier, der kan hjælpe detailhandlere med at navigere i kølvandet på Corona-pandemien

Nu hvor detailhandlerne er ved at komme sig over pandemien med de store forstyrrelser, der krævede hurtig reaktion, er de ved at få et mere strategisk fodfæste med fokus på at skabe fremadrettet succes.

Dobbelt så mange detailhandlere som før pandemien (39 % mod 21 %) siger, at de nu vil fokusere mere på langsigtede investeringer end på de daglige driftsudgifter. Det afspejler sig i måden hvorpå de tilpasser tilgangen til ny teknologi til de nye prioriteringer.

De fem væsentligste tendenser, der fortsætter efter pandemien

- Fortsat øget fokus på e-handel
- Det bliver sværere at konkurrere med de store detailhandlere
- Den stigende efterspørgsel belaster logistikken
- Øget fokus på cyberkriminalitet
- Kontantløse betalinger bliver normalen

For størstedelen af virksomhederne har pandemien øget risikoen for cyberkriminalitet. Uanset om truslen skyldes ændringer i arbejdsstrukturerne eller blot dygtigere cyberkriminelle, ignorerer detailhandlen ikke denne risiko, idet 69 % har fokus på bekæmpelse af cyberkriminalitet.

Forældede teknologiløsninger og systemer kan give nem adgang til ellers solidt sikrede netværk. Derfor må detailhandlere sørge for, at alle tilsluttede enheder, herunder software, systemer og hardware, eksempelvis printere, er tilstrækkeligt beskyttet. En anden metode til bedre at kunne beskytte sine processer er ved at implementere Managed Service. Det vil sige, at man hyrer leverandøren eller løsningsudbyderen til at efterse, kontrollere og overvåge mulige sikkerhedstrusler.

Virksomhedsfokus

IT-chef, modebutikskæde, Storbritannien

"Cyberkriminalitet er noget, der står øverst på dagsordenen i øjeblikket, især med stigningen i ransomware og lignende. Vi er godt nok forsikret, men det er en gråzone, om der er dækning for systemer med høj sikkerhedsrisiko. I forbindelse med Corona-pandemien har der været en stor stigning i den digitale kriminalitet og hacking, især det seneste år."

Øg din printsikkerhed

Flere end 10 % af alle virksomhedernes sikkerhedshændelser involverer en printer, hvoraf 59 % bevirker, at data går tabt.

På trods af denne risiko behøver det dog ikke at være en kompleks eller tidskrævende opgave at beskytte printerne og fjerne de sårbarheder, de kriminelle oftest går efter. Her er fem ting, der er værd at overveje:

Indblik: Fem vigtige områder, hvor printsikkerheden kan øges

1

Behandl din printer på samme måde som dit øvrige netværk

Tænk på din printer på samme måde som en server eller arbejdsstation. Gør alle de samme ting, som du ville gøre for din infrastruktur. Husk at konfigurere printerne omhyggeligt ved at ændre standardindstillingerne og regelmæssigt at installere opdateringer. Find en printerleverandør, der kan give dig vejledning om sikring af dine printere, og følg de råd, du får.

2

Indfør en god brugeradgangskontrol

Tænk grundigt over brugeradgang, og indfør passende kontrolforanstaltninger. De mere avancerede funktioner bør kun være tilgængelige for bestemte personer, og alt bør være beskyttet af adgangskode.

3

Opdatér firmware og hardware regelmæssigt

Hold din hardware opdateret. Der foregår et konstant kapløb mellem softwareudviklerne, der arbejder på at holde dine data sikre, og de cyberkriminelle. Hvis du undlader at installere driver- og firmwareopdateringer, risikerer du at blive hacket. Hvis dine printere er for gamle til at blive opdateret, er det tid til at opgradere til en mere sikker løsning.

4

Indbygget kryptering hele vejen

Sørg for, at dine data er krypteret lige indtil det øjeblik, hvor blækket eller toneren rammer papiret. Det minimerer risikoen for, at dine data opsnappes, enten mens de er på vej fra netværket, eller mens de ligger gemt på selve printeren.

5

Brug altid originale forbrugsstoffer

Sørg for at bruge originale Brother-forbrugsstoffer, f.eks. bælteenhed og tromle med rengøringsfunktion, så der ikke efterlades aftryk. Uoriginale forbrugsstoffer kan akkumulere aftryk fra tidligere printjobs og printe dem på nye dokumenter.

Logistik og hjemmelevering

Fokus på den sidste fase i kundeoplevelsen

Detailhandlerne indfører tiltag for at imødegå de stigende krav til deres logistikfunktion. Tre ud af fem (62 %) siger, at den øgede efterspørgsel fra forbrugerne belaster deres nuværende logistikinfrastruktur.

Næsten samme procentdel (64 %) siger, at de bremses af manuelle eller langsommelige processer, der godt kunne automatiseres, men som i stedet viser sig at være en hindring for at nå deres forretningsmæssige mål.

For at forbedre e-handelsoplevelsen har detailhandlerne indført flere sporingstjenester (62 %), realtidsopdateringer om bude og leverancer (56 %) samt Click&Collect-tjenester (56 %), da forbrugerne er begyndt at betragte disse tjenester som nye, basale krav.

Som følge heraf bliver hjemmelevering i stigende grad digitaliseret, og tre fjerdedele (73 %) mener, at digitaliserede arbejdsgange er mere effektive end papirbaserede systemer. Virksomhederne implementerer eksempelvis elektroniske kvitteringer (87 %), scanning af fysiske dokumenter (85 %), forbedret returpolitik (80 %), brug af AI til sortering og arkivering af scannede dokumenter (73 %) samt software til tegngenkendelse (68 %).

Virksomhedsfokus

Koncerndirektør, supermarkedskæde i Tyskland

"Forbrugerne er blevet meget mere krævende. Det betyder, at de ønsker livetracking, som vi også tilbyder. Vi tilbyder desuden ekspreslevering. Det er noget dyrere, men det benyttes ofte. Det fortæller os, at de private kunder ønsker hurtigere levering. Antallet af ekspresleverancer steg i 2020 med ca. 40 %."

Paul Hamblin, der er brancheekspert og chefredaktør har følgende kommentar til undersøgelsen: “Software til lagerstyring, der optimerer kontrolnummer og overvågningen af varerne på detailhandlerens lager eller distributionscenter, giver brugerne store fordele.

Automatiseret plukning og øget brug af robot-teknologi er også blevet en vigtig del af teknologipakken for detailhandlere med e-handel og fysiske distributionscentre.

Detailhandlerne bruger teknologien til at øge både hastighed og nøjagtighed i vareplukningen samt for at kunne køre i døgndrift, især i spidsbelastningsperioder som f.eks. jul og Black Friday.”

Kernen i disse processer er nøjagtig og effektiv opmærkning, med plads til mange informationer. Stregkodelabels giver eksempelvis detailhandlerne alle de nødvendige data til at understøtte effektiv lokalisering, identifikation og afsendelse af varer.

Indblik: Tre overvejelser til valg af de rigtige labels

Opmærkningsfejl kan koste op til 1.000 euro i bøde pr. palle. Det kan potentielt fjerne det meste af fortjenesten for logistikvirksomheder, hvis opgave det er at håndtere varer sikkert. Det er derfor vigtigt, at de anvendte labels lever op til standarden, og her er der tre vigtige overvejelser at gøre sig:

Klæbeevne

Det er en vigtig faktor, om den overflade, den pågældende label skal klæbe på, er plan eller buet. Det er nemlig med til at afgøre, hvilken type klæbemiddel og hvilket materiale der er mest optimalt til opgaven.

Temperatur

Store temperaturforskelle kan betyde, at dine labels hurtigere bliver slidt. Hvis en vare skal være udendørs eller under transport i længere tid, skal den have en label, der er modstandsdygtig over for ekstrem varme og kulde.

Holdbarhed

Mange pakker udsættes for fugt og kemikalier, når de bevæger sig gennem forsyningskæden til den endelige destination. Derfor er det ofte nødvendigt med meget holdbare og modstandsdygtige labels.

Mange detailhandelsvirksomheder har allerede store fordele ved at bruge lagerstyringssoftware. “Vores præcision er i dag 100 %, hvor den var 85 % før implementeringen. Vi har reduceret fejlmængden med 90 %, forbedret afhentningstiden med 95 % og forbedret pladstildelingen med 95 %”, siger en begejstret Kashif Rasheed, der er WMS-projektleder i den store detailhandelskoncern Union Coop.

Mere sofistikerede, integrerede opmærkningssystemer med labelprintere i bordmodel og håndholdte labelprintere spiller også en central rolle. De er ikke blot med til at sikre bedre nøjagtighed, men også til at identificere nye, værdifulde optimeringer af lagerprocesserne.

Gary Carlile fra nShift, der er specialist i software til leverancestyring, udtaler ved et møde i branchen:

“Der er enorme forbedringer af effektivteten ved ordrebehandling – enten på detailhandlerens eget lager eller via 3PL (tredjepartslogistik) – hvis den rette label printes på det rette tidspunkt som en integreret del af det pågældende forsendelsessystem.

“Målet er 500 millisekunder pr. print, så før WMS-systemet når at anmode og sende anmodning til vores platform, returnerer vi den.”

Fokus på kundetilfredshed, uanset hvor kunderne handler

Forbedring af kundeoplevelsen, både online og i butikken

Den fysiske og den digitale indkøbsoplevelse hænger i stigende grad sammen. Kunden ser måske et produkt på de sociale medier, tjekker dets tilgængelighed i webshoppen og besøger derefter den fysiske butik for at prøve det, før personen køber det online. Uanset hvad, skal oplevelsen skal være brugertilpasset og problemfri.

For at kunne levere relevant markedsføring til kunderne, yde en fremragende kundeservice, levere relevante produktdata og garantere sikre betalinger er det nødvendigt at kunne samkøre kundedata fra alle kanaler og lokationer på vejen.

Amazon har længe haft den højeste standard for exceptionel, integreret online kundeservice – og har sat en høj standard for resten af detailhandelsmarkedet.

For de fleste andre detailhandlere har det været et spørgsmål om at prøve at nå e-handelsgigantens niveau. På grund af det ekstra pres fra pandemien investerer detailhandlerne dog nu i e-handelsløsninger ud fra et helhedsperspektiv for at forbedre de digitale processer. Man ønsker både at påvirke de administrative processer positivt og forbedre kundeoplevelsen.

Detailhandlere fortsætter naturligvis med at investere i ny teknologi for at opnå konkurrencefordele. Undersøgelsen viser, at man forbereder sig ved at udvide sine teknologi-investeringer til også at gælde perioden efter pandemien. Her er det værd at bemærke, at der ikke findes nogen genvej til succes eller nogen simpel løsning, der med et trylleslag gør detailhandlen mere produktiv, omkostningseffektiv eller sikker.

Lidt over en tredjedel af detailhandlerne (36 %) siger, at investering i nye teknologiløsninger var en prioritet før Corona-krisen, mens tre fjerdedele (75 %) siger, at pandemien har fremskyndet implementeringen. Vi er muligvis ved at se starten på (eller en tilbagevenden til) en mere strategisk tilgang til investeringer i detailhandelsteknologi. Dermed bør behovet for et problemfrit informationsflow mellem vigtig hardware, såsom labelprintere, og integrerede lagersystemer, fortsat være i fokus for opbygningen af effektive processer.

Indblik: Mindre kødannelse for kunderne i butikken

Selve salget kan nu foregå hvor som helst i butikken, idet der kan betales kontantløst, uanset hvor kunden befinder sig.

Men uanset hvad der mindsker køen ved kassen og strømliner transaktionerne – om det er de mobile betalingsterminaler, de digitale bestillings- og betalingsmuligheder eller simpelthen de hygiejniske fordele ved at undgå kontanter – så er den voksende forventning til, at teknologien gør alting både nemmere og hurtigere, godt på vej til at ændre kundeoplevelsen for os alle sammen.

Fleksible, kontaktløse betalingssystemer er kernen i denne forandring. De virksomheder, der er klar til at indføre den kontantløse revolution, vil helt sikkert være dem, der har størst sandsynlighed for at opnå succes i "den nye normal" inden for detailhandel.

Som supplement hertil benytter detailhandlere i stigende grad håndholdte labelprintere i butikkerne for at sikre, at alle produkter har en label. Det reducerer ventetiden for kunderne og giver mulighed for at kunne printe og scanne kvitteringer på farten.

Konklusion: Digital transformation skal være konstant

Pandemien afslørede og forværrede eksisterende svagheder i detailhandelsbranchen. Den udløste en e-handelsvækst uden forhistorie, og mens nogle detailhandlere var velforberedte, måtte andre forsøge at indhente det forsømte. Nogle snublede også på vejen.

Derfor måtte detailhandlerne handle hurtigt for at lancere nye online-kanaler og, med vores hjælp, digitalisere deres arbejdsgange.

Først var det en overlevelsesstrategi. Det lykkedes heldigvis for mange.

Nu er mange af systemerne på plads og medfører ressourcebesparelser, effektiviseringer og forbedrede kundeoplevelser fremadrettet.

Men man kan altid gøre mere.

I en branche, hvor indtjeningen konstant er under pres, kan små forbedringer gøre en stor forskel.

Nu er det op til detailhandlerne at fortsætte med at overvåge processerne og identificere muligheder for forbedring. Vi har forpligtet os til at være "at your side" for at hjælpe.

I takt med at branchen fortsat forandres og udvikles, vil de, der tager udfordringen op og søger råd og vejledning om teknologiske løsninger, være bedst rustet til at navigere fremadrettet.

Virksomhedsfokus

Global Treasury Lead, FMCG-dagligvarehandel, Storbritannien

"Vi var overraskede over, at vi kunne være så modstandsdygtige. Vi udarbejder normalt en BCP (beredskabsplan) til imødegåelse af fremtidige udfordringer, og vi har da også forudset forskellige scenarier. Der var dog ingen, der havde en BCP til denne situation, men halvandet år senere har vi alligevel stadig skindet på næsen."

brother
at your side

Kontakt os:

www.brother.dk

Brother Nordic A/S
Baldershøj 22, 2635 Ishøj, Denmark
Tlf.: +45 43 31 31 31
Mail: info@brother.dk

Alle specifikationer er korrekte på tidspunktet for udgivelsen og med forbehold for ændringer. Brother er et registreret varemærke tilhørende Brother Industries Ltd. Produktnavne er registrerede varemærker eller varemærker tilhørende de respektive virksomheder.

10/2022