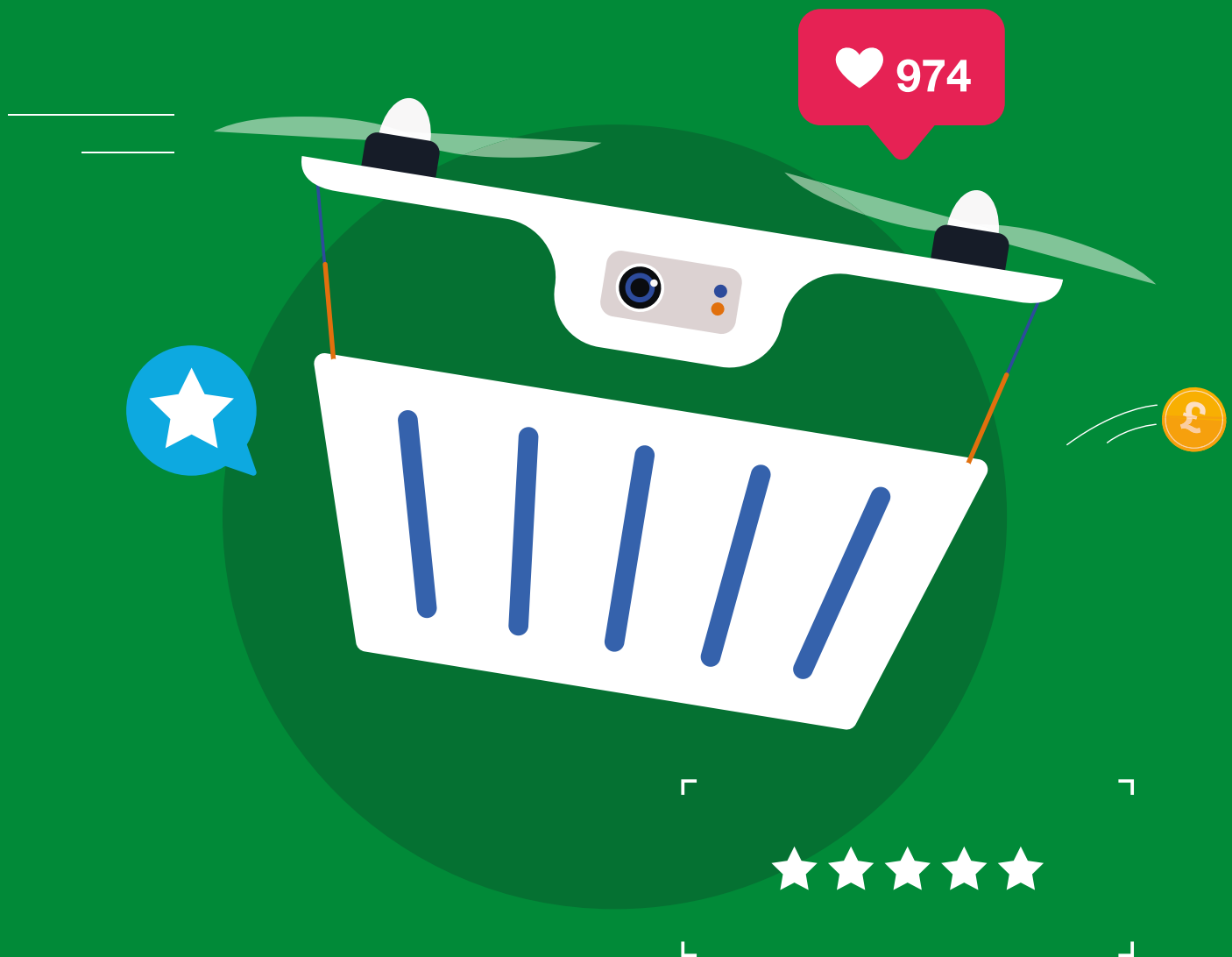




Revolusjon i detaljhandelen:

Hvordan covid-19 påvirket
teknologiinvesteringer i
detaljhandelen

Om denne rapporten

I denne rapporten ser vi nærmere på de gjeldende spillereglene i detaljhandelen, og hvordan de siste 18 månedene har påvirket bransjen. Rapporten er utformet ved hjelp av en studie Savanta har gjennomført over hele Europa, på oppdrag fra Brother.

Studien ble supplert med ekspertinnsikt fra detaljhandlere i Storbritannia og Tyskland, samt innsikt fra Paul Hamblin, bransjeekspert og redaktør for Logics Business Magazine.

Om Savanta

Savanta holder til i London og New York og er eksperter på datainnhenting, forskning og rådgivning. Selskapet ble opprettet da en rekke spesialistkontorer slo seg sammen om å utvikle et tilbud for helhetlig forskning beregnet for et bredt spekter av bransjer og beliggenheter.

Savanta benytter både kvalitative og kvantitative forskningsmetoder for å avdekke data og generere robust, anvendelig innsikt. Målet er å inspirere til endring gjennom arbeidet de gjør, og å hjelpe kunder med å ta bevisbaserte beslutninger.

Om Paul Hamblin

Paul Hamblin er en erfaren skribent, redaktør og kommentator i spørsmål knyttet til logistikk i Storbritannia og Europa. Han har besøkt og intervjuet industriledere i Storbritannia, Tyskland, Nederland, Frankrike, Sverige, Danmark, Italia, Spania og Belgia.



Innhold

Utforske teknologitrender innen detaljhandelen i Europa

Hvilke teknologier investerte detaljhandlerne i under pandemien?

Umiddelbare planer etter pandemien

Veien videre og detaljhandlernes investeringsmål

Strategiske retninger å vurdere for langvarig suksess

Logistikk og hjemlevering

Sørge for fornøyde kunder, uansett hvor de handler

Digital transformasjon må være konstant

Pandemien satte detaljhandlerne i overlevelsesmodus

Forbrukeratferden endret seg over natten, forsyningskjedene ble forstyrret, og butikkene ble tvunget til å lukke dørene. Detaljhandlerne reagerte ved å ta teknologien til hjelp for å komme seg ut av den kanskje mest økonomisk omveltende hendelsen i manns minne.

For å forstå den enorme påvirkningen pandemien har hatt på detaljhandlere, ønsket vi å finne ut hvordan virksomheter i bransjen reagerte, og hva de setter i fokus. Vi ønsket å identifisere hvilke teknologier som medførte investeringer, og hvordan detaljhandlerne omprioriterte med tanke på planlagt og fremtidig forbruk.

Dette gjorde vi ved å igangsette en studie med detaljhandlere fra hele Europa, utført av markedsundersøkelsesfirmaet Savanta. Denne studien omfatter bidrag fra anerkjente detaljhandeleksperter og journalister fra hele Europa. De har delt sine erfaringer og hva de planlegger å investere i fremover. Vi har anonymisert noen av uttalelsene, fordi de kan være kommersielt sensitive.

De fortalte oss hvordan krisen endret kundenes handleatferd over natten, og fremskyndet en rekke allerede pågående teknologitrender innen detaljhandelen.

Detaljhandlere over hele Europa ble tvunget til å håndtere tre viktige trender som pandemien brakte med seg: **kontantløse transaksjoner (75 %), økt etterspørsel etter netthandel (73 %) og forstyrrelser i tilbud og etterspørsel (70%).**

I denne rapporten deler vi deres innsikt for å hjelpe bransjen med innhenting den er i gang med. Vi håper den vil gjøre det enklere å få en dypere forståelse for prioriteringene ved teknologiinvesteringer, og hvordan de kan bidra til økt effektivitet, produktivitet, sikkerhet og bærekraft også i din organisasjon.



75 %



av detaljhandlerne sier at pandemien har fremskyndet innføringen av ny teknologi

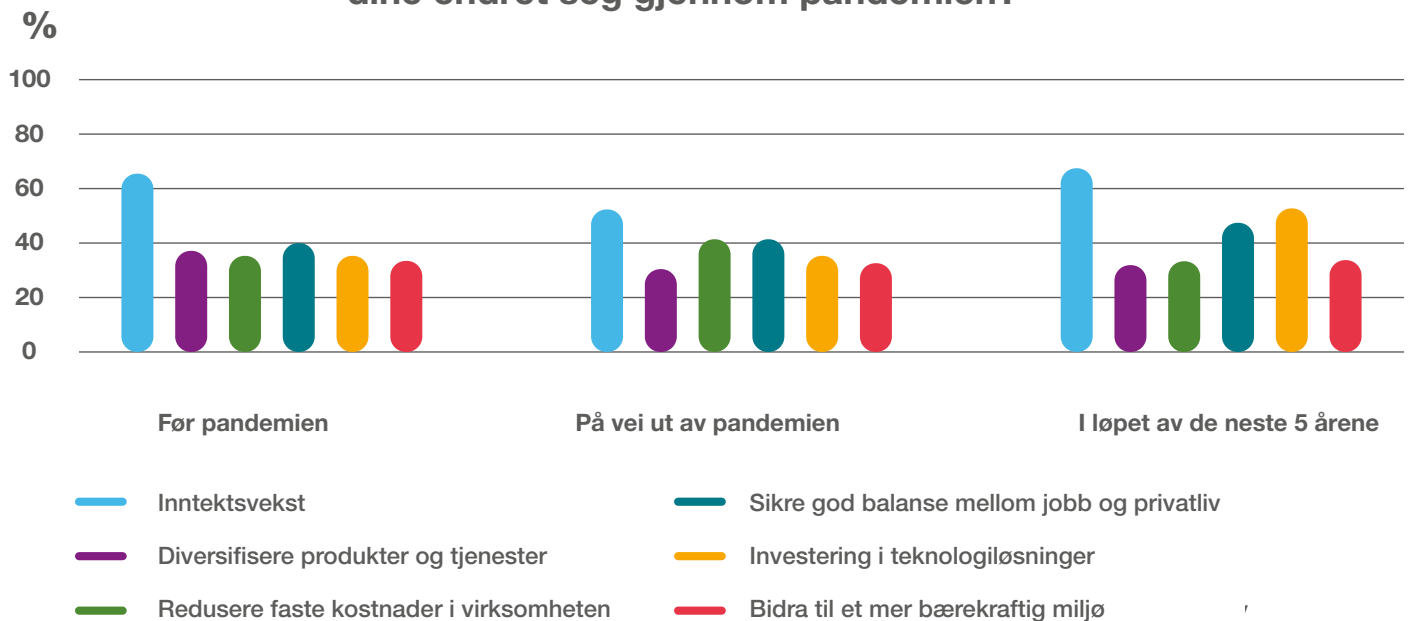


Utforske teknologitrender innen detaljhandelen i Europa

Forstå endrede prioriteringer

Vi har forsøkt å forstå omstendighetene som står bak forhandlernes beslutninger om innkjøp av teknologi, og fant at prioriteringene vekslet i takt med økte utfordringer grunnet pandemien.

Hvordan har de strategiske prioriteringene dine endret seg gjennom pandemien?



47 %

sier at investering i teknologiløsninger skal prioriteres i de neste fem årene

Selv om inntektsvekst fortsatte å være høyt prioritert gjennom krisen, er det klart at pandemien tvang frem et økt behov for å holde faste kostnader nede, for å kunne håndtere uforutsette utgifter til tiltak som smittevernutstyr og plexiglass, som nå er opphevet.

En av prioriteringene som ble stadig viktigere i løpet av perioden, var å sikre en god balanse mellom arbeid og privatliv, noe som viser hvordan krisen har satt et varig fokus på medarbeidernes helse og velvære, både fysisk og psykisk.

Det er også betryggende å se at virksomhetenes planer for et bærekraftig miljø fortsatt står fast, til tross for utfordringene med pandemien, og at de nå er høyere prioritert enn de var før krisen.



Teknologisatsingen fikk et voldsomt oppsving under pandemien. Den største omstillingen lå imidlertid i å investere i teknologiløsninger.

Mens bare litt over en tredjedel (36 %) av detaljhandlerne sa at teknologiinvesteringer var et fokus før pandemien, har dette blitt noe nesten halvparten (47 %) av virksomhetene prioriterer i de neste fem årene.

Det kan tyde på at teknologiinvesteringene detaljhandlerne gjorde under pandemien, var mer reaktive enn strategiske, men fokuset deres på å beskytte virksomhetene sine har gjort dem til robuste, bærekraftige virksomheter som er rustet for fremtiden.

Det er helt klart at detaljhandlerne som ikke klarer å holde tritt med konkurrentenes forbedrede og enhetlige prosesser, og som verken klarer å håndtere vanskene med online-til-offline-modellen eller imøtekomme de stadig økende forventningene til kundeopplevelse, risikerer å havne totalt i bakleksen.



Selskap i søkelyset

IT-sjef, moteforhandler, Storbritannia

“

Ledende selskaper, som Amazon, har endret handlevanene for alltid i løpet av de siste sju til åtte årene, og ikke minst i løpet av det siste året. Covid-19 var en pådriver for dette oppsvinget i netthandel, men Amazon har vært godt forberedt i flere år, i motsetning til vår virksomhet, som måtte trappe opp i løpet av dette ene året.

”



Hvilke teknologier investerte detaljhandlerne i under pandemien?

Hvilke av følgende teknologier eller tiltak har din virksomhet investert i på grunn av covid-19-pandemien?

De fem vanligste svarene



Skape bedre kunde-servicepunkt på nett, for eksempel direktechat



Mer omfattende returpolicy



AI for automatisk sortering og arkivering av skannede dokumenter



Bruke apper og AR til å skape en bedre handle-opplevelse på nett



Elektroniske kvitteringer



Det viser seg forståelig nok at detaljhandlernes investeringer gjenspeilte den nødvendige overgangen til netthandel, inkludert mobil, med mål om å skape en optimal nettopplevelse for handlende som ikke lenger besøkte fysiske butikker.

Detaljhandlerne innførte løsninger som direktechat for å gi bedre kundeservice, muliggjorde nettbetalinger med e-kvitteiringer og fant løsninger for en bedre returpolicy.

For å oppnå en bedre returpolicy har detaljhandlerne gått enda lengre enn til bare å utvide selve policyen med f.eks. forlengede returperioder. De har i tillegg forsøkt å gjøre den kunderettede prosessen betydelig raskere, enklere og – ikke minst – feilfri.

Et tidligere kanskje undervurdert element i denne prosessen er behovet for tydelig, robust og nøyaktig merking gjennom alle faser av leverings- og returprosessen. Investeringer i de mest egnede løsningene for merking, fra solide håndholdte enheter til industrielle skrivebordsskrivere for store volumer, har bidratt til å sikre at kundenes høye forventninger til tidsrammer blir innfridd, samtidig som de økonomiske konsekvensene ved ikke-leverte eller feilleverte varer reduseres.



Selskap i søkelyset

Sjef for SAP Special Applications detaljhandler innen matvarer, Tyskland



Vi utviklet selv programvare som muliggjorde digitalisering av følgesedlene som du trenger for å levere produktet. Det betyr at vi har informasjonen i systemet allerede når produktene ankommer fabrikken. Alt vi trengte å gjøre var å overlevere den digitalt til sjåføren, og på grunn av covid var dette et fornuftig tiltak for å sørge for minst mulig kontakt mellom folk. Før covid var 70 % av følgesedlene elektroniske, og nå ligger vi på 90 %.



Innsikt: De fem viktigste faktorene bak kravet om nye merkingssystemer

Pandemien gav et oppsving i netthandelen for alle typer produkter, selv om de globale forsyningskjedene opplevde store omveltninger. Virksomhetene satset på nettbaserte leveranser, noe som gjorde dem mer avhengige av industrielle skrivere til formål som levering, varemottak, lager- og ressurshåndtering samt plukking og pakking på lageret.



Aktører med høye volumer innen produksjon og distribusjon er nå så å si helt avhengige av industrielle skrivere med robuste metallkabinetter og lang levetid for å lage varige og slitesterke etiketter.



Men disse investeringene er ikke begrenset til tøffe miljøer. Med utvidede leveringsmuligheter, fra levering-direkte-til-butikk (DSD) til kjøp-på-nett-hent-i-butikk (BOPIS), for å oppfylle kundeforventninger følger også behovet for merkingssystemer innen flere deler av virksomheten.



Detaljhandlere må gjøre en felles innsats for å oppnå bedre sporbarhet og opprettholde samsvar med stadig endrede krav fra kunder, myndigheter og industrien, samt innen biovitenskap og næringsmidler.



Løsningene har blitt rimeligere og dermed mer tilgjengelige, i takt med at leverandørene utvider porteføljen til produkter med lavere prispoeng.



Bak kulissene sørger integrerte lagerstyringssystemer (WMS) for å konvertere en rekke dokumenter til digitalt format, som følgesedler, ordrer og fakturaer. Det betyr at de kan skannes umiddelbart og dermed lette arbeidet til butikkpersonell eller ledere og bidra til enda raskere leveringstider. Dette er noe detaljhandlerne har begynt å se på. To av fem detaljhandlere (42 %) investerer i AI for bruk til automatisk sortering og arkivering av skannede dokumenter.

Paul Hamblin, sjefsredaktør for den paneuropeiske publikasjonen Logistics Business Magazine, forklarer hvordan integrerte, digitale systemer kan håndtere returprosessen – en av detaljhandelens mest kostbare utfordringer: “Arbeidskrevende arbeidsforløp kan automatiseres ved hjelp av et lagerstyringssystem med funksjon for håndtering av returer.”

“Programvare av denne typen letter overgangen fra manuelle til digitale prosesser og gjør det enklere å spore returvarer, med større mulighet for ekstra fortjeneste på omarbeidede eller gjenproduserte varer.”

I tillegg var investering i utvidet virkelighet (Augmented Reality – AR) for å skape en bedre nettopplevelse, inkludert leveranser, blant de viktigste investeringsområdene. Moteforhandleren ASOS brukte AR til å la nettkunder kle en virtuell modell i et antrekk de vurderte å kjøpe, slik at de fikk sett hvordan plaggene tok seg ut sammen. Dette med mål om å forenkle kjøpsbeslutningen og redusere returer.





| Umiddelbare planer etter pandemien

Detaljhandlernes fokus på den digitale kundeopplevelsen kommer til å vare.

Hva er detaljhandlernes fokus på kort sikt?

Dette gjenspeiler oppfatningen om at mange handlende som gikk over til netthandel da pandemien var på høyden med restriksjoner og nedstenginger, nå har endret handlevanene sine for godt.

Ser vi på noen av de viktigste økonomiene i Europa (Tyskland, Frankrike, Nederland, Italia og Storbritannia), stod nettsalg for 12 % av totalen i 2019. Dette steg til 16,2 % i 2020 og falt til 15,3 % i 2021. Selv om salget er i ferd med å stabilisere seg i takt med at restriksjonene lettes, gjenspeiler tallene fortsatt sterk vekst i netthandelen.

I tråd med dette forteller detaljhandlerne at de planlegger å investere i en rekke teknologier som skal gi kundene deres en bedre opplevelse når de handler på nettet. Detaljhandlerne har fått betydelig bedre muligheter til å tilføre kundene verdi og skille seg ut fra konkurrentene, fra avanserte netthandelsløsninger til utvidede, integrerte logistikkprosesser for å støtte opp under leveringer og returer.

Lageret kan ses på som den nye skjulte slagmarken der detaljhandlerne konkurrerer med hverandre, og der utvikling i teknologi for plukking og lagerautomatisering gir dem som er villige til å investere, kostnads- og effektivitetsfordeler i forhold til konkurrentene.

Avanserte arbeidsflyter forbundet av integrerte systemer og prosesser, inkludert informasjonsrike strekkoder, robuste og tilkoblede etikettskrivere og intelligente skanningsløsninger danner grunnlaget for verdiskapende teknologier, slik at kundenes forventninger oppfylles.

Hvilke av følgende teknologier eller tiltak mener du det ville vært gunstig å investere i gjennom de neste tre årene?

De fem vanligste svarene



Apper og AR for å skape en bedre handleopplevelse på nett



Elektroniske kvitteringer



Skape bedre kundeservicepunkt på nett, (f.eks. direktechat)



Elektroniske etiketter



AI for automatisk sortering og arkivering av skannede dokumenter



Innsikt: Hvorfor er merking så viktig ved lagerplukking:

Raske leveranser er i ferd med å bli en nøkkelfaktor når forbrukerne skal velge hvilke forhandlere de kjøper fra. Mer enn to tredjedeler (68 %) av forbrukerne sier at rask levering kan bidra til at de legger inn en nettbestilling. Og for 36 % av forbrukerne betyr “rask levering” det samme som levering på dagen.

Med det økende antallet nettordrer og varelinjer som krever håndtering, er en synlig forsyningskjede og sporbare produkter avgjørende for å lykkes med omnikanal.

Ved oppfyllelsen av nettordrer teller hvert sekund, og et slikt hektisk nivå krever en etikettskriver som kan holde tritt og gi lagerarbeiderne nøyaktige og raske utskrifter underveis.

Med to-, tre- og firetommers bærbare etikettskrivere som er lette, kompakte og svært solide, kan detaljhandlerne oppfylle disse forventningene på tvers av lager- og logistikkfunksjonen sin.

I et slikt tøft miljø bør virksomhetene sørge for at de har modeller med IP54-sertifisering. Disse tilbyr den ekstra sjelefreden som trengs for bruksområder med mye fuktighet og støv, samt tilstrekkelige falltester for å sikre robusthet og pålitelighet.



Med apper for transportstyring kan kunden for eksempel følge fremdriften til pakken sin helt frem til døren, med færre oppringinger fra kunder som ønsker å vite hvor pakken befinner seg. Slike apper kan også virke positivt inn på detaljhandlernes prosess og kostnader.

Paul Hamblin, industriekspert og redaktør for Logistics Business Magazine, forklarer: "Ved å varsle kundene om leveringsstatus og forsinkelser er det større sannsynlighet for at pakken leveres første gang, uten unødvendige returreiser. Hvis kunden gir beskjed om at han eller hun ikke er tilgjengelig, omdirigeres føreren av ruteoptimaliseringsfunksjonen i appen, med spart tid og drivstoff som resultat. Nyeste ruting- og telematikkprogramvare kan gi betydelig lavere drivstofforbruk og CO₂-utslipp når den brukes på en stor bilpark."

Men detaljhandlere som enda ikke er klare til å ta spranget over i automatiske løsninger for pakking og merking, kan likevel iverksette tiltak for å redusere miljøpåvirkningen ved denne prosessen – fra grunnleggende endringer i emballasjematerialet (resirkulert og resirkulerbart) til mer marginale gevinster som å bruke miljøvennlige, strømbesparende funksjoner på skrivere og sikre at følgesedler automatisk skrives ut i tosidig format.



Veien videre – detaljhandlernes investeringsmål

Hva kommer detaljhandlere til å investere i på lang sikt?

Dataene viser at detaljhandlernes investeringsstrategier inneholder to viktige elementer, nemlig å oppnå større synlighet for egne operasjoner, og å forbedre tilbudet overfor forbrukerne.

Med tanke på usikkerheten som har dominert bransjen i de siste to årene, er det ikke særlig overraskende at detaljhandlerne ønsker større synlighet og kontroll over operasjonene sine. Nesten to tredjedeler (62 %) sier at etterspørselen blir stadig vanskeligere å forutsi, og sju av ti (70 %) sier at forstyrrelser i tilbudet ble vanligere på grunn av pandemien.

Hvilke fordeler kan det gi din virksomhet å investere i disse teknologiene eller tiltakene?

De fem vanligste svarene



Mer nøyaktige
prognoser



Mer personlig
kundeopplevelse



Bedre lagersporing



Redusert
miljøpåvirkning



Økt salg

Detaljhandlere ønsker nøyaktige sanntidsdata om hva som skjer i deres egne virksomheter og forsyningskjeder, slik at de kan identifisere og ta tak i potensielle problemer tidlig og unngå kostbare feil. Og de bruker teknologi til å forbedre prognoser (37 %), lagersporing (33 %), salgsrapportering (31 %) og overvåking av tilbud og etterspørsel (31 %). Det blir avgjørende for detaljhandlere å kunne bygge opp robuste systemer og prosesser, for å sikre at de kan planlegge og gjennomføre strategiene sine mer nøyaktig, og for å kunne ha den nødvendige tryggheten til å ta avgjørelser om fremtidig investering.

Vi forventer at en kunderettet tilnærming vil fortsette å være en viktig prioritering på lang sikt, og at kundene vil dra nytte av fortsatt investering i mer personliggjorte opplevelser (34 %), mer nøyaktig kundeinformasjon (31 %), en mer sømløs omnikanalopplevelse (30 %) og et mer kunderettet tilbud (29 %).



Selskap i søkelyset

Global Treasury Lead, FMCG-forhandler, Storbritannia

“

Forstyrrelser i tilbud og etterspørsel skjer stadig oftere, og lagernivåene blir vanskeligere å styre. Covid-19 har åpnet folks øyne for at forsyningskjedene kan være svært sårbare hvis du tar for lett på dem. Vi forsøker ikke lenger å hente alle forsyninger fra en og samme leverandør, i stedet prøver vi å spre dem på flere.

”



Strategiske retninger å vurdere for å lykkes på lang sikt

Andre strategier som kan hjelpe detaljhandlere med å navigere i kjølvannet av covid-19

Etter hvert som detaljhandlerne kommer seg ut av en periode der de har måttet iverksette raske mottiltak for å bekjempe den umiddelbare forstyrrelsen de opplevde i begynnelsen av pandemien, er et mer strategisk fokus for å oppnå fremtidig suksess i ferd med å ta form.

Dobbelt så mange detaljhandlere som før pandemien (39 % kontra 21 %) sier at de nå ønsker å ha større fokus på langsiktige kapitalinvesteringer enn på de daglige driftsutgiftene. Dette skiftet gjenspeiles i hvordan de samkjører tilnærmingen sin til teknologi med de nye prioriteringene for virksomheten.

De fem viktigste trendene som kommer til å fortsette etter pandemien



Oppsvinget i netthandel fortsetter



Det blir vanskeligere å konkurrere med større detaljhandlere



Økt etterspørsel setter logistikken på prøve



Økt oppmerksomhet på cyberkriminalitet



Kontantløse betalinger kommer til å bli normalt

For de fleste virksomheter har pandemien økt angrepsflaten for cyberkriminalitet. Trusselen om ondsinnet aktivitet utgjør en risiko for detaljhandelen, uansett om den skyldes endringer i arbeidsstrukturer eller bare friskt mot hos de cyberkriminelle. Og denne risikoen blir ikke oversett, i og med at 69 % er opptatt av å bekjempe cyberkriminalitet.

Gammel teknologi og gamle systemer kan åpne opp for enkel tilgang til ellers godt sikrede nettverk. Detaljhandlerne må derfor sikre at alle inngangspunkt og enheter koblet til nettverk er godt sikret, enten det er programvare eller løsninger og maskinvare, for eksempel skrivere. Med tanke på dette er anvendelse av styrt teknologi en annen måte detaljhandlerne kan sikre operasjonene sine bedre på, som betyr at leverandører og løsningsleverandører reviderer, forebygger og overvåker sikkerhetstrusler.



Selskap i søkelyset

**IT-sjef,
moteforhandler, Storbritannia**

“

Cyberkriminalitet står for tiden øverst på min agenda, særlig løsepengevirus og slike ting. Vi er forsikret, men det finnes alltid en gråsone med tanke på om alt som kan være utsatt skal inngå i forsikringen. Med covid-19 har den digitale kriminaliteten tiltatt, og særlig har hacking økt, ikke minst i det siste året.

”



Trapp opp utskriftssikkerheten

Mer enn én av ti av alle sikkerhetshendelser som rammer virksomheter, innbefatter en skriver, og 59 % av disse medfører tap av data.

Å beskytte skrivere og fjerne de svake punktene som er mål for kriminelle, trenger ikke å være en vanskelig eller tidkrevende oppgave. Her er fem ting du bør vurdere:

Innsikt: Fem viktige ting å merke seg for å trappe opp utskriftssikkerheten

1

Behandle skriveren din som du gjør med resten av nettverket

Tenk på skrivere på samme måte som servere eller arbeidsstasjoner. Gjør det samme som du ville gjort for infrastrukturen, som å passe på å konfigurere dem for å endre standardinnstillinger, og installere oppdateringer regelmessig. Finn en utskriftsleverandør som kan gi deg veiledning i å sikre skriverne dine, og pass på å følge de rådene du får.

2

Sørg for god kontroll med brukertilgang

Vurder brukertilgang nøye, og få egnede kontrollrutiner på plass. Mer avanserte funksjoner bør bare være tilgjengelige for betrodde personer, og alt bør være passordbeskyttet.

3

Oppdater fastvare og maskinvare regelmessig

Sørg for at maskinvaren holdes oppdatert. Det foregår et kappløp mellom cyberkriminelle og programvareutviklere som arbeider med å sikre dataene dine, og ved å unnlate å installere driver- og fastvareoppdateringer kan du bli et mål. Hvis skriverne dine er for gamle til å kunne oppdateres, er tiden inne for å oppgradere til et sikrere alternativ.

4

Innebygd ende-til-ende-kryptering

Sikre at dataene dine er krypterte helt frem til blekket eller toneren treffer papiret. Da unngår du faren for at data forsvinner, enten mens de er på vei fra nettverket eller mens de er lagret på selve skriveren.

5

Bruk alltid originale rekvisita

Forsikre deg om at du bruker originale rekvisita fra Brother, som belte- og trommelenheter med rengjøringsfunksjon, slik at det ikke settes merker. Uoriginale rekvisita kan påføres avtrykk fra tidligere utskriftsjobber og overføre dem til nye dokumenter under utskrift.



Logistikk og hjemlevering

Gjennomføre de siste fasene i kundeopplevelsen på rett måte

Detaljhandlere er i gang med å håndtere de økte kravene knyttet til logistikk. Tre av fem (62 %) sier at økte forbrukerkrav belaster den gjeldende logistikkinfrastrukturen.

Nesten samme andel (64 %) sier at de holdes tilbake av en rekke manuelle eller langsomme prosesser som kunne vært automatisert, men som i stedet utgjør en hindring for å oppnå målene som prioriteres i virksomheten.

For å skape en bedre netthandelopplevelse har detaljhandlere innført utvidede springstjenester (62 %), sanntidsoppdateringer om bud og leveranser (56 %) og klikk-og-hent-tjenester (56 %), i takt med at forbrukerne begynner å regne disse som grunnleggende krav.



Hjemleveranser blir dermed stadig mer digitaliserte. Tre fjerdedeler (73 %) oppgir at digitaliserte arbeidsflyter er mer effektive enn papirbaserte systemer. De innfører tiltak som elektroniske kvitteringer (87 %), skanning av fysiske dokumenter (85 %), mer omfattende returpolicyer (80 %), bruk av AI til sortering og arkivering av dokumenter (73 %) og programvare for tegngjenkjenning (68 %).



Selskap i søkelyset

Administrerende direktør, detaljhandler innen matvarer, Tyskland



Forbrukerne er mye mer krevende – som betyr at de vil ha direktesporing, noe vi tilbyr, i tillegg til at vi også tilbyr ekspresslevering. Dette er en del dyrere, men brukes likevel ofte, noe som sier oss at B2C-kunder ønsker raskere levering. Antall ekspressleveranser økte med rundt 40 % i 2020.





I en kommentar til studien sier industriekspert og redaktør Paul Hamblin følgende:
“Lagerstyringsprogramvare, som gir optimal revisjon og lagring av varer i detaljhandlernes lager- eller distribusjonssenter, gir stor gevinst for brukerne.

Og automatisk plukking, inkludert økt bruk av robotteknologi, er en viktig komponent i teknologipakken i detaljhandlernes distribusjonssenter, både for netthandel og for fysisk handel i butikk.

Detaljhandlere tar teknologien i bruk for å oppnå raskere og mer nøyaktig vareplukking, og for å muliggjøre døgntinuerlig drift, særlig i hektiske perioder som jul eller Black Friday.”

Det viktigste i disse prosessene er en nøyaktig, effektiv og datarik identifiseringsfunksjon. Med for eksempel strekkodeetiketter har detaljhandlere alle dataene de trenger for å finne, identifisere og sende ut varer på en effektiv måte.



Innsikt: Tre hensyn som må tas ved plukking av riktige etiketter

Merkingsfeil kan koste alt fra opptil €1 000 per pall i bøter. Det kan i så fall komme til å utradere en betydelig del av lønnsomheten for logistikkelskaper som har sikker håndtering av varer som oppgave. Etiketter i henhold til standarden er derfor avgjørende, og her er det tre viktige hensyn å ta:

Klebeevne

Om overflaten etiketten skal festes på er glatt eller ru, er en viktig faktor som bestemmer best egnet klebemiddel og materiale for ditt bruksområde.



Temperatur

Store temperaturendringer kan gi raskere slitasje på etiketter. Hvis en vare blir værende lenge ute eller i transport, krever den en etikett som er motstandsdyktig mot ekstrem varme og kulde.



Slitestyrke

Mange pakker kan bli eksponert for fuktighet og kjemikalier på sin vei gjennom forsyningskjeden og til siste etappe. I mange situasjoner er det derfor viktig å ha svært slitesterke og motstandsdyktige etiketter.



Mange detaljvirksomheter har allerede opplevd betydelige fordeler ved å bruke programvare for lagerstyring. "I dag er nøyaktigheten 100 %, sammenlignet med 85 % før implementering. Den har redusert feil med 90 %, forbedret plukketidene med 95 % og forbedret plassutnyttelsen med 95 %", sier Kashif Rasheed, WMS-prosjektleder i den store detaljhandelgruppen Union Coop.

Mer avanserte, integrerte merkingssystemer med en rekke skrivebordsskrivere og mobile skrivere kommer også til å spille en viktig rolle, ikke bare for å sikre bedre nøyaktighet, men også for å finne verdifulle, nye måter å effektivisere lagerprosessene på.

Gary Carlile, programvarespesialist innen leveringshåndtering i nShift, snakker til bransjen:

"Behandlingen av faktiske ordrer, via en detaljhandlers eget lager, eller via en tredjeparts logistikkjeneste (3PL), med produksjon av riktig etikett til riktig tid for integrering med ulike individuelle transportsystemer, gir en enorm effektivitetsgevinst."

"Vi har en behandlingstid på 500 millisekunder per transaksjonsutskrift og kan derfor returnere en forespørsel like raskt som WMS ber om og sender den til plattformen vår."





| Sørge for at kundene er fornøyde, uansett hvor de handler

Forbedre opplevelsen både på nett og i butikk

Den fysiske og den virtuelle handleopplevelsen blir stadig mer sammenflettet. En kunde kan se et produkt på sosiale medier, sjekke om det er tilgjengelig på nettsiden til en butikk, gå til en avdeling av butikken for å prøve det på, for deretter å bestille på nett, og opplevelsen skal være like personlig og sømløs i alle ledd.

Dette avhenger av at kundedata fra alle kanaler og plasseringer samkjøres for å kunne gi kundene mest mulig relevant markedsføring, knytte dem til produktene dine, levere enestående kundeservice og utføre sikre betalinger.

Amazon har lenge blitt regnet som gullstandarden for usedvanlig god, integrert kundeservice for nettkunder – og setter takten for resten av detaljmarkedet.

For de fleste andre detaljhandlere har det handlet om å komme à jour med netthandelsgiganten. Men med det ekstra dyttet forårsaket av pandemien, investerer detaljhandlere nå i nettløsninger ut fra et helhetlig perspektiv, i den hensikt å forbedre digitale prosesser. Det gjør de både for å påvirke administrative operasjoner positivt og for å skape en god kundeopplevelse.

Og mens kappløpet for konkurransefordeler får detaljhandlere til å fortsette å investere i ny teknologi – studien viser at virksomheter forbereder seg ved å trappe opp satsingen på teknologi i perioden etter pandemien – er det verdt å merke seg at det verken finnes noen snarvei til suksess eller én enkelt løsning som vil gjøre detaljhandlere mer effektive, kostnadseffektive eller sikre.

Samtidig som bare litt over en tredjedel av detaljhandlerne (36 %) sier at investering i teknologiløsninger var prioritert før koronakrisen, sier tre fjerdedeler (75 %) at pandemien har fått fart i satsingen. Det kan være at vi begynner å se starten på (eller at vi får tilbake) en mer strategisk tilnærming til teknologiinvesteringer i detaljhandelen. Behovet for en sømløs informasjonsflyt mellom viktig maskinvare, som etikettskrivere, og integrerte lagersystemer bør derfor være et viktig element for å bygge effektive prosesser.

Innsikt: Redusere butikkøer for kunder

Salgspunktet kan nå være hvor som helst i et detaljhandelmiljø, og den kontantløse betalingen skjer der kunden måtte befinne seg i butikken.

Den økende forventningen om at teknologi gjør ting enklere og raskere, forvandler kundeopplevelsen for oss alle, uansett om det gjelder mobile betalingsterminaler som reduserer køer i kassen, digitale bestillings- og betalingspunkt som strømlinjeformer transaksjoner, eller bare hygienefordelen ved å slippe å håndtere kontanter.

Fleksible, kontaktløse betalingssystemer står sentralt i denne endringen. Og det viser seg i stadig større grad at det er virksomhetene som er forberedt på å håndtere den kontantløse revolusjonen, som også har størst sannsynlighet for å lykkes i “den nye normalen” i detaljhandelen.

I forlengelse av dette bruker detaljhandlerne stadig oftere håndholdte merkingsløsninger i butikken, for å sikre at hvert produkt får en etikett. Det gir forbrukerne kortere ventetid og gjør det mulig å skrive ut og skanne kvitteringer underveis.



Konklusjon: Den digitale transformasjonen må være konstant

Pandemien avdekket og forverret eksisterende svakheter i detaljhandlernes drift. Den igangsatte en voldsom vekst i netthandel, og mens noen detaljhandlere var godt forberedt, fikk andre nok med å henge med. Noen falt også av lasset.



Som svar på dette har detaljhandlerne måttet handle raskt for å lansere nye nettkanaler og, med vår støtte, digitalisere arbeidsflytene sine.

I første omgang var dette en overlevelsesstrategi. Som mange lyktes i.

Nå har mange fått på plass systemer som vil medføre ressursbesparelser, større effektivitet og en bedre kundeopplevelse på veien videre.

Men det er alltid mer å gjøre.

I en bransje der marginene alltid er under press, kan gradvise forbedringer utgjøre hele forskjellen.

Det er opp til detaljhandlerne å fortsette å sette spørsmålstegn ved operasjonene sine, for å identifisere muligheter for forbedring – og vi forplikter oss til å hjelpe deg ved å være “At your side”.

I takt med at bransjen fortsetter å tilpasse og utvikle seg, er det de som tar tak i utfordringen og sikrer seg den riktige teknologien og ekspertisen, som står best rustet til å navigere i den nærmeste fremtiden.



Selskap i søkelyset

Global Treasury Lead, FMCG-forhandler, Storbritannia

“

Vi var overrasket over at vi kunne være så motstandsdyktige. Vi skriver vanligvis forretningskontinuitetsplaner for å håndtere utfordringer, og vi har modellert noen scenarioer. Men ingen har skrevet en forretningskontinuitetsplan for dette, og halvannet år senere klarer vi oss ganske bra.

”

brother

at your side

Kontakt:

www.brother.no

Brother Norge, filial til Brother Nordic A/S
Karvesvingen 5, 0579 Oslo
Tlf.: 22 57 75 00

Alle spesifikasjoner er korrekte på utgivelsestidspunktet og kan endres. Brother er et registrert varemerke for Brother Industries Ltd.
Produktmerkenavn er registrerte varemerker eller varemerker for sine respektive selskaper.