

2/2017



Logistyka przez cały rok
najtaniej w prenumeracie redakcyjnej

PRENUMERATA



REDAKCYJNA

www.czasopismologistyka.pl

Logistyka

Nauka dla praktyki
Czasopismo ukazuje się od 1970 r.

Kolej - szansa na
renesans
str. 12

Intralogistyka

Projektowanie
magazynu.
Aspekty ogniowe
str. 26

Rozwiązania cyfrowe w logistyce

FlexSim - od nauki
do biznesu
str. 30

Usługi logistyczne

Eric Hémar:
Chcemy być liderem
str. 59

Standardy i rozwiązania GS1

Śledzenie wyrobów
tytoniowych
str. 70

Logistyka - nauka

Transport wewnętrzny
w firmie hutniczej
str. 2

ISSN 1231-5478



CENA E-WYDANIA:
31 PLN (W TYM 8%VAT)

Trendy e-commerce.
Jak kody kreskowe GS1 zwiększają
sprzedaż w Internecie
czytaj na str. 65

Wydawca

Instytut Logistyki i Magazynowania
61-755 Poznań, ul. E. Estkowskiego 6

Dyrektor

Dr inż. Grzegorz Szyszka

Redakcja czasopisma „Logistyka”

61-755 Poznań, ul. E. Estkowskiego 6
fax 61 852 63 76
e-mail: redakcja@ilim.poznan.pl
www.czasopismologistyka.pl

Rada Naukowo-Programowa „Logistyki”

Prof. zw. dr hab. Włodzimierz Rydzkowski (p.o. Przewodniczącego)
Uniwersytet Gdański

Prof. zw. dr hab. Marek Ciesielski
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Prof. dr hab. inż. Marek Fertsch
Politechnika Poznańska

Janusz Goczałek
Talex SA

Prof. Dr. Otto Jockel
ISM International School of Management
(Niemcy)

Dr inż. Grzegorz Lichocik
Dachser Sp. z o.o.

Dr inż. Aleksander Niemczyk
GS1 Polska

Dr. Francis Rome
Flanders Institute for Logistics
(Belgia)

Prof. Dr.-Ing. Herbert Sonntag
Technische Hochschule Wildau
(Niemcy)

Redaktor naczelny
Dr Iwo Nowak
tel. 61 850 49 25

Redaktor statystyczny
Prof. zw. dr hab. Magdalena Osińska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
e-mail: emo@umk.pl

Redaktor
Tomasz Janiak (dział zagraniczny)
tel. 61 850 49 22

Promocja
Artur Olejniczak
artur.olejniczak@ilim.poznan.pl
tel. 61 850 49 26

Kolportaż
Ewa Maciorowska
ewa.maciorowska@ilim.poznan.pl
tel. 61 850 49 24

Współpracownicy
Dr inż. Stanisław Krzyżaniak
Michał Koralewski

Adiustacja, redakcja techniczna, korekta,
opracowanie graficzne
Iwo Nowak

Redakcja nie odpowiada za treść reklam
oraz zastrzega sobie prawo skracania i adiustacji tekstów.
© Wszelkie prawa zastrzeżone.
Nakład: 2000 egz.

Montaż elektroniczny i druk
Zakład Poligraficzny Moś & Łuczak sp.j.
ul. Piwna 1, 61-065 Poznań,
tel. 61 863 71 65

Opracowanie graficzne okładki: Iwo Nowak
(wykorzystano m.in. materiały z GS1)

- 5 Profesor Hans-Christian Pfohl doktorem honoris causa polskiej uczelni
Tomasz Janiak
- 8 O problemach kształcenia w zakresie logistyki w Polsce
– rozmowa z dr. inż. A. Wojciechowskim
Iwo Nowak
- 12 Czy kolej ma szanse na swój renesans
Miroslaw Szymanski, Henryk Zielaskiewicz,
- 19 Konferencja portowa w Szczecinie - reaktywacja
– wywiad z dr. inż. A. Monwiłłem
Iwo Nowak
- 21 Czy firmy są przygotowane na sytuacje kryzysowe
Monika Habros
- 24 M. Bixby Cooper – integracja procesów
Miroslaw Skarżyński

Intralogistyka

- 26 Projektowanie magazynu z uwzględnieniem obciążenia ogniowego – case study
Andrzej Ratkiewicz, Anna Sadowska

Rozwiązania cyfrowe w logistyce

- 30 FlexSim, czyli od nauki do skutecznego biznesu
– wywiad z dr. Witoldem A. Cempelem
Iwo Nowak
- 34 Przykład algorytmu grupowania zleceń na komisjonowanie
Michał Kacprzak
- 38 Cyberprzestępcy podszywający się pod firmy kurierskie
Wieland Alge
- 39 Zapomniany patent na sposób śledzenia pojazdów szynowych
w wybranym okręgu manewrowym
Iwo Nowak

Usługi logistyczne

- 42 Jakość usług logistycznych – rozwiązania wykorzystywane w ostatniej mili
przez firmy kurierskie
Anita Fajczak-Kowalska, Magdalena Kowalska
- 46 Logistyka humanitarna i pomoc rozwojowa a skutki katastrof
na przykładzie Sudanu Południowego
Jakub Mateusz Marcinkowski
- 55 Dostępność transportu kolejowego dla osób z ograniczoną mobilnością
Kinga Jureczka, Aneta Wróbel
- 59 Eric Hémar: Chcemy być liderem logistyki kontraktowej w Europie
Iwo Nowak
- 62 Koło naukowe pierwszym krokiem do spełnienia zawodowego studenta
Marcin Kulik

Standardy i rozwiązania GS1

- 65 Trendy e-commerce 2017
Mariusz Wesołowski
- 67 Standardy GS1 wsparciem w usprawnianiu łańcuchów dostaw
w branży motoryzacyjnej
Elżbieta Hałas, Janusz Targosz, Jakub Lewandowski
- 70 Nowy obowiązek śledzenia wyrobów tytoniowych
Grzegorz Sokołowski
- 71 Jak znakować produkty w promocji
Agata Horzela

Logistyka - nauka

- 2 Organizacja transportu wewnątrzzakładowego w przedsiębiorstwie hutniczym
Ewa Kulińska, Liliana Wojtynek, Małgorzata Gendera-Gruszka, Dariusz Masłowski
- 8 Komputerowe systemy wspomagania decyzji w procesach produkcyjno-logistycznych
przedsiębiorstw (cz. 1)
Joanna Rut

FlexSim, czyli od nauki do skutecznego biznesu

o roli oprogramowania FlexSim w praktycznym kształceniu kadr menedżerskich rozmawiamy z dr. Witoldem A. Cempel, Dyrektorem Cempel Consulting oraz CEO FlexSim Inter Marium



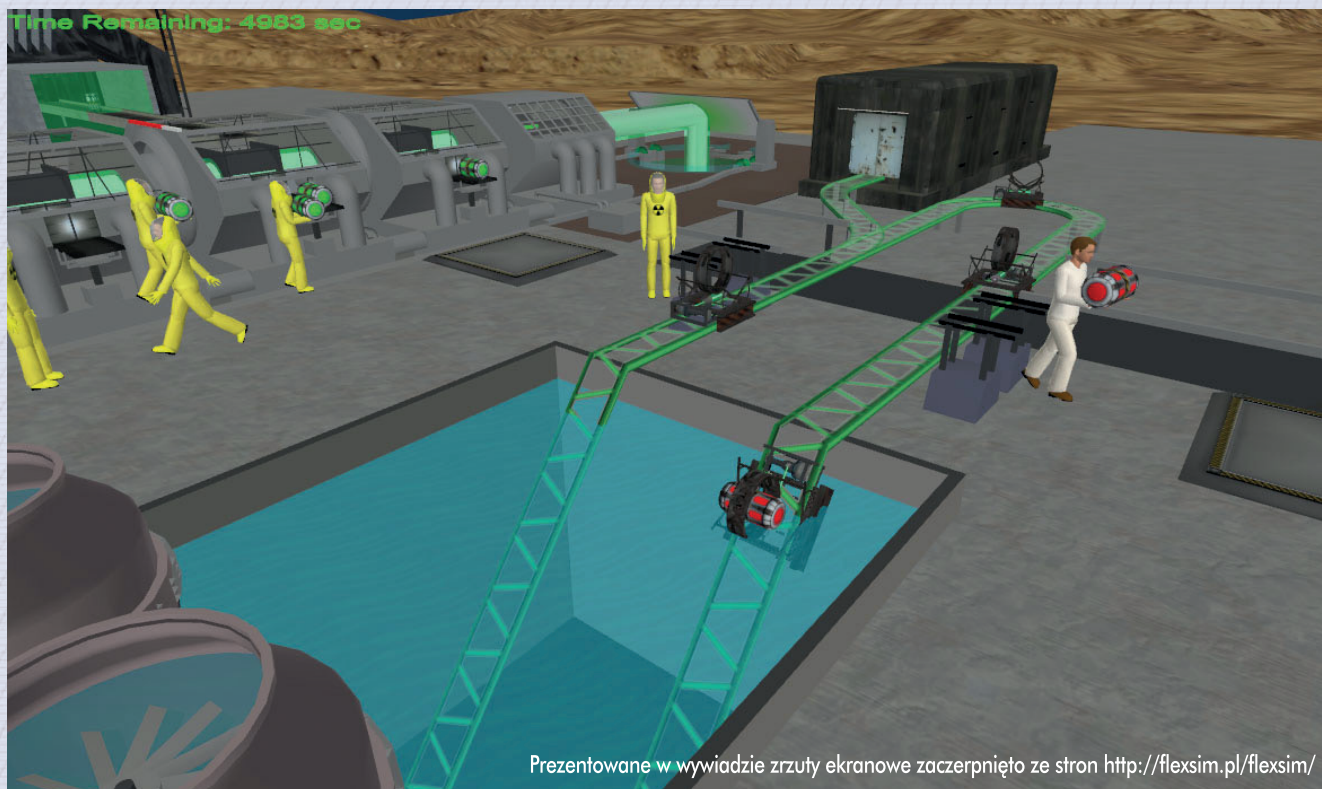
Iwo Nowak: *Zamiast rozbudowanego wprowadzenia proponuję zacząć od prostego pytania: co to jest FlexSim?*

Witold A. Cempel: FlexSim to nowoczesne oprogramowanie, potężne i zarazem przyjazne, pozwalające na odwzorowanie, symulację oraz optymalizację zaawansowanych procesów zachodzących w przedsiębiorstwach różnego rodzaju. Najlepsze efekty osiągamy w produkcji, logistyce i usługach. Prawdziwym atutem FlexSima jest rozbudowana warstwa numeryczna. Dzięki niej uzyskujemy naprawdę zaskakujące rezultaty, o których jeszcze wspomnę. Poza tym FlexSim to nowa generacja realistycznej wizualizacji procesów, bazująca na technologii OpenGL, której używają producenci nowoczesnych gier komputerowych.



I.N.: *A może w tym tkwi wielka wartość tego narzędzia, które stopniowo wymusza od pracującego z nim użytkownika coraz większej kreatywności w tworzeniu, efektywności w działaniu i odpowiedzialności za prawidłowe funkcjonowanie projektowanych systemów?*

W.A.C.: Przysznie, że można czasem traktować budowę określonego modelu jak dobrą grę komputerową. To dodatkowy walor, który szczególnie doceni młodsze pokolenie, będące z takimi grami „za pan brat”. Ale – w przeciwieństwie do „typowych” gier – tutaj tworzy się rozwiązania mogące się zmaterializować w nieodległej rzeczywistości, gdzie bezpieczne eksperymenty symulacyjne pozwalają użytkownikowi uzyskać korzyści w postaci setek tysięcy a nawet milionów złotych oszczędności czy dodatkowych przychodów skali roku nawet z jednego modelu. Elastyczne i łatwe w konfiguracji statystyki procesu pozwalają uzyskać pełen obraz modelowanych działań. Do rozwiązania optymalnego można dochodzić samodzielnie przez eksperymenty typu „co się stanie jeśli”, ale także system może wyłonić rozwiązanie optymalne czy zbliżone do optymalnego w bardzo krótkim czasie. Model budujemy na zaimportowanym planie CAD, nanosząc techniką „drag and drop” obiekty, łącząc je w system i parametryzując. Możemy stworzyć własne biblioteki obiektów 3D, z których będziemy budować modele w pełni odpowiadające własnym, wyjątkowym potrzebom.



I.N.: Powiedział Pan „bezpieczne eksperymenty symulacyjne”, na czym to bezpieczeństwo polega?

W.A.C.: Na samej specyfice symulacji. Eksperyment na realnym systemie produkcyjnym to klasyczna metoda „prób i błędów”, chyba najbardziej kosztowna i niebezpieczna z możliwych. FlexSim umożliwia przeprowadzanie setek, tysięcy eksperymentów symulacyjnych poza realnym systemem - na jego cyfrowym modelu. Oczywiście prawidłowo zbudowany model symulacyjny powinien być zweryfikowany i zwalidowany, by zapewnić satysfakcjonującą wiarygodność wyników eksperymentów.

I.N.: A jeśli proces ulega zmianom, tak jak nieraz dzieje się to w rzeczywistości?

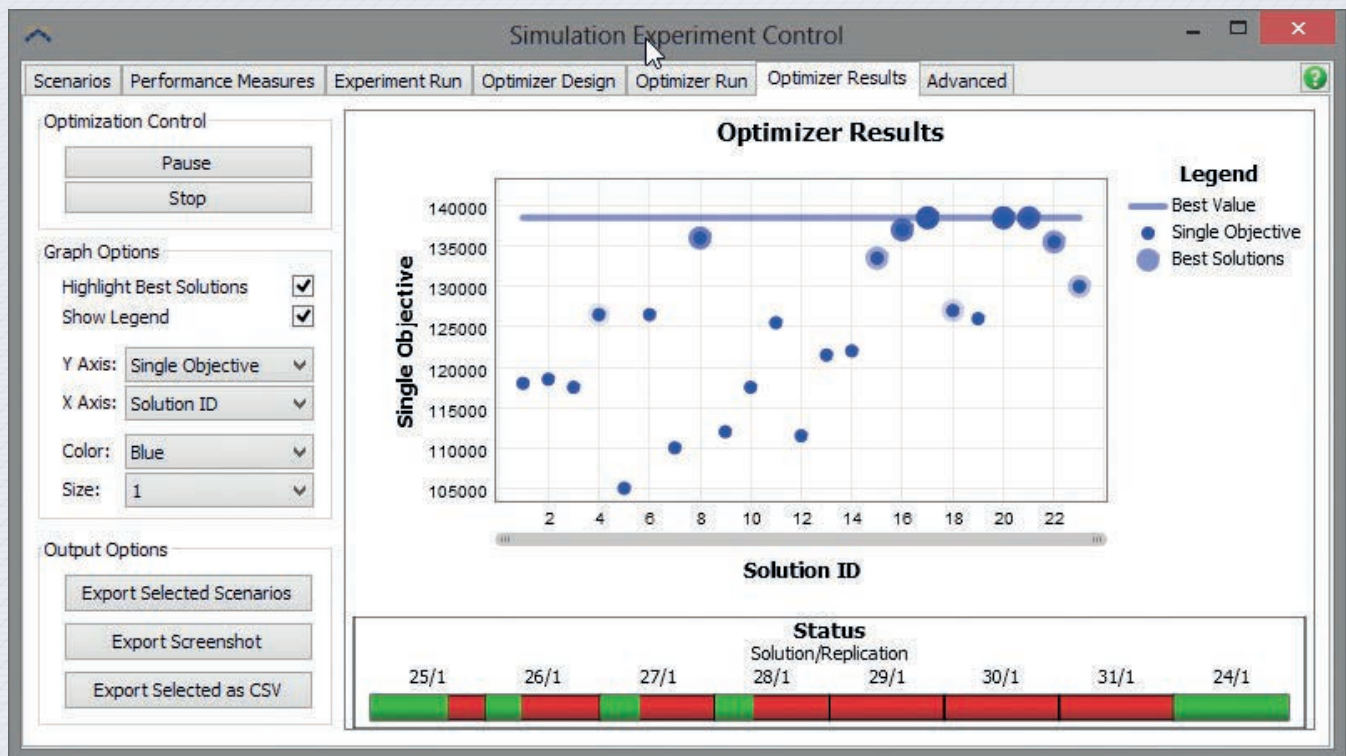
W.A.C.: Odzworowanie naturalnej zmienności procesu umożliwia moduł ExpertFit®, który na podstawie rzeczywistych danych proponuje odpowiedni rozkład empiryczny operacji wykonywanych przez operatora, operacji przetwarzania, załadunku, wyładunku, itd. I tak każdy obiekt systemu może odzwierciedlać naturalną zmienność. To daje niespotykane dotąd możliwości wiernego odwzorowania realnego systemu. Jak już mowa o modułach, to wspomnę jeszcze o wbudowanym eksperymentatorze i module OptQuest®. Eksperymenter wykonuje zadaną liczbę replikacji danych scenariuszy a OptQuest® przeszukuje pole rozwiązań w poszukiwaniu rozwiązania optymalnego lub zbliżonego do optymalnego w zależności od złożoności problemu i posiadanego czasu na uzyskanie wyniku. Opisałem dopiero fragment z wielu możliwości FlexSim. Dlatego z przekonaniem stwierdzam, że FlexSim to jedna z najlepszych odpowiedzi na wyzwania w nowoczesnym zarządzaniu produkcją i logistyką.

I.N.: W takim razie nie dziwią uzyskiwane nagrody...

W.A.C.: Za oprogramowanie FlexSim przyznano nam Nagrodę Główną w konkursie na „Najlepszy Produkt dla Logistyki, Transportu, Produkcji 2016”, którą odebraliśmy podczas uroczystej Gali Logistyki, Transportu, Produkcji 2016, 8 grudnia ub.r. w Warszawie. Celem konkursu było wyróżnienie i nagrodzenie najlepszych rozwiązań w wymienionych sektorach, które wdrożono ciągu ostatnich 2 lat, lub które wkrótce będą implementowane. Głównymi kryteriami konkursu były: ocena technologiczna innowacji, ocena korzyści dla klienta, rynkowa ocena stopnia innowacyjności, referencje, opinie jednostek naukowych lub stowarzyszeń, kopie patentów, licencji, know-how, wzorów i znaków ochronnych, a także walory ekologiczne. W minionym roku zostaliśmy też nagrodzeni medalem „ProInventio” na targach innowacyjności w Katowicach oraz statuetką „Innowator 2016”, przyznawaną przez jury, w którym zasiadają eksperci z najlepszych uczelni wyższych – zarówno krajowych jak i zagranicznych. Jury przewodniczyła JM Rektor Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej Pani Prof. Zdzisława Dacko-Pikiewicz. Jest coś wyjątkowego we FlexSimie, skoro różne, niezależne gremia przyznają nam tak zaszczytne nagrody.

I.N.: Mówiliśmy już o samym oprogramowaniu, więc może czas na pokazanie konkretnych efektów z wykorzystania FlexSim w praktyce?

W.A.C.: Ograniczę się do podania dwóch przykładów osiągnięcia wymiernych efektów zastosowania nowoczesnej symulacji komputerowej w modelowaniu procesów logistycznych, chociaż mógłbym przykłady takie mnożyć bez końca. Pierwszy dotyczy ma-



gazynu typu cross-dock lidera branży TSL w Polsce. W magazynie mamy 8 doków przyjazdowych i 23 doki wyjazdowe. Zadanie polega na takim przypisaniu kierunków – a mamy ich 23 – by suma tras wózków widłowych była najmniejsza. Skala jest duża, bo istnieje aż 23! możliwych rozwiązań, czyli 25 852 016 738 885 000 000 000 możliwości przypisania doków. Po zbudowaniu modelu i uruchomieniu modułu obliczeniowego FlexSim znalazł rozwiązanie w ciągu 4 minut. Trasy wózków skróciły się o 24% – z 82 km do 62,5 km na zmianę roboczą. Przyzna Pan, że to jest bardzo dobry wynik, prawda? Dzięki temu operacje logistyczne w magazynie będą mogły być realizowane szybciej i taniej. Drugim przykładem niech będzie znacznie mniejsza, rodzinna firma, produkująca wanny akrylowe. 9 pracowników wykonywało 60 wanien na zmianę roboczą. Po odwzorowaniu linii i przeprowadzeniu eksperymentów symulacyjnych doszliśmy do prostego rozwiązania polegającego na przesunięciu jednego pracownika z początku na koniec procesu. Produktowność wzrosła o 38%, z 60 do 83 wanien na zmianę roboczą. Też niezły wynik, prawda?

I.N.: Czyżbyśmy znów dochodzili do modułu OptQuest®?

W.A.C.: Z OptQuesta® skorzystaliśmy w pierwszym z omawianych przypadków. To właśnie on odpowiada za optymalizację w oprogramowaniu FlexSim. Moduł ten opracowało trzech profesorów z University of Colorado: James Kelly, Manuel Laguna i Fred Glover. Są oni uznawani za pionierów w zakresie nowoczesnych metod optymalizacji złożonych systemów. Dość znany termin metaheurystyka został użyty po raz pierwszy właśnie przez Freda Glovera w 1986 roku. Ale jest więcej wielkich nazwisk związanych z potężnym narzędziem, jakim jest FlexSim. W 1993

roku z inicjatywy Billa Nordgrena, Rogera Hullingera i Cliffa Kinga powstała firma FlexSim Software Products Inc. Bill Nordgren wykorzystał doświadczenie, jakie zdobył zakładając i prowadząc w latach 80. XX wieku firmę Promodel Corporation, natomiast Roger Hullinger swoje doświadczenie z pracy przy Taylor II/Taylor ED (Enterprise Dynamics). Razem stworzyli produkt w branży symulacyjnej pod nazwą FlexSim, którego pierwsza wersja pojawiła się na rynku w lutym 2003 roku. FlexSim pokazał od razu, jako pierwszy w symulacji dyskretniej, nowoczesny silnik symulacyjny, środowisko modelowania w 3D i płynną integrację z C++. Od tamtej pory FlexSim był systematycznie rozwijany. W ostatniej aktualizacji mamy np. udoskonalone wsparcie dla wirtualnej rzeczywistości. Podpinamy do stacji roboczej gogle Oculus Rift i możemy odbyć podróż po wirtualnym modelu magazynu czy fabryki. Można też podłączyć FlexSim do jaskini multimedialnej CAVE (Cave Automatic Virtual Environment) i w kilka osób wejść do takiego pomieszczenia oraz dyskutować o zmianach w magazynie odległym o wiele kilometrów, widząc je jeszcze zanim zostaną one wdrożone, i zaproponować następne, doskonalsze modyfikacje. Uważam, że zaczyna się era niespotykanych dotąd możliwości usprawnień optymalizacyjnych dzięki nowoczesnej technologii obliczeniowej i wizualizacyjnej. Kiedy szukamy rozwiązań, jak konkurować inaczej niż tanią siłą roboczą, to na myśl przychodzi oczywiście modna ostatnio innowacyjność produktów czy usług, ale o wiele większe możliwości tkwią w innowacyjności procesowej. To jest przyszłość, i to w zasięgu ręki, praktycznie bez ryzyka. Wydaje się, iż może to być pewny sposób na wyjście z pułapki średniego wzrostu, w którą obecnie Polska wpadła.

I.N.: Jak można by popularyzować to rozwiązanie w praktyce?

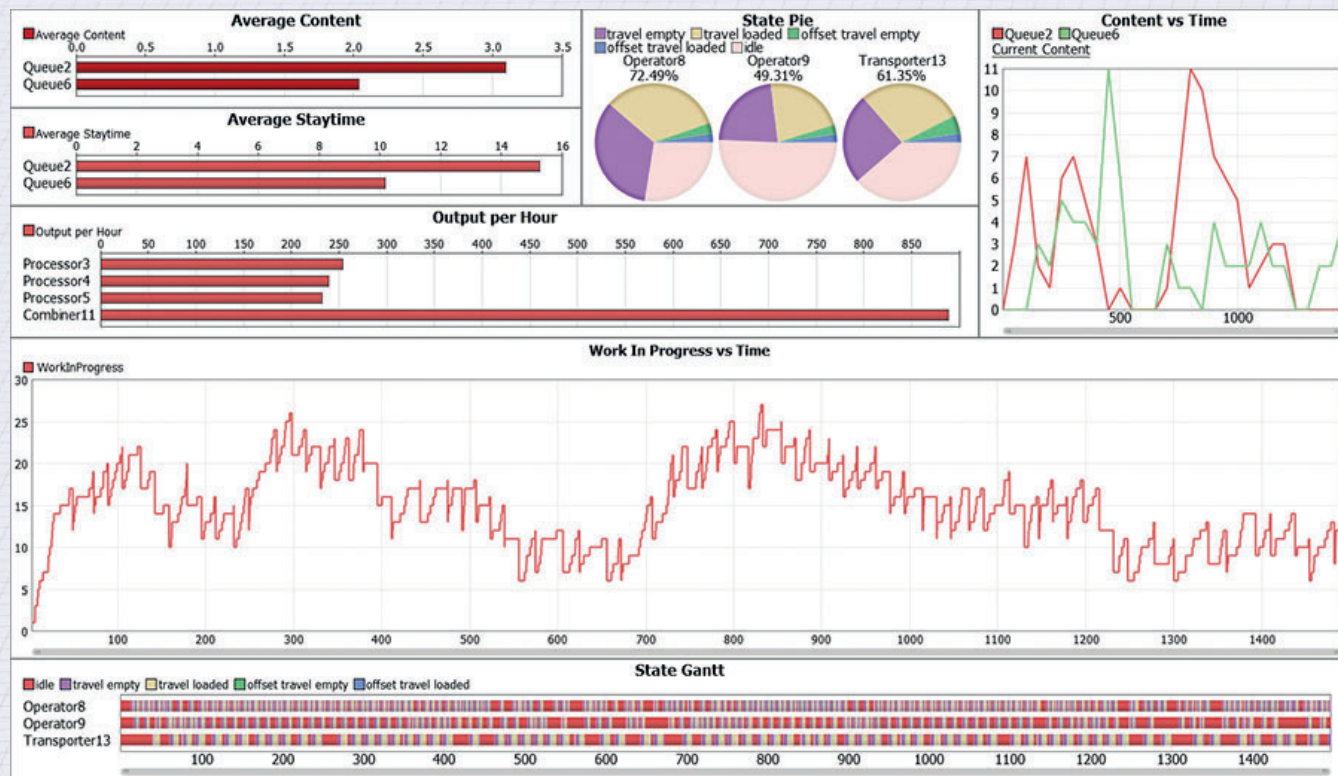
W.A.C.: Symulacja staje się coraz popularniejsza na uczelniach wyższych. Wiele renomowanych uczelni już się na to zdecydowało. Mamy specjalny program uniwersytecki, sztyty na miarę potrzeb jednostek edukacyjnych. Jesteśmy w Polsce w awangardzie tej metody usprawnień. W Cieszynie, w oddziale zamiejscowym Wyższej Szkoły Biznesu z Dąbrowy Górniczej, powstaje pierwsza w Europie specjalność – inżynier symulacji. Kolejne uczelnie i wydziały zgłaszają się do nas celem wyposażenia swoich laboratoriów. FlexSim daje bardzo dobre możliwości współpracy z przemysłem. Znakomicie zrealizował to w Politechnice Poznańskiej prof. Paweł Pawlewski. Coraz częściej zgłaszają się też szkoły średnie.

W ubiegłym roku zrobiliśmy pierwszy warsztat dla takiej szkoły w Bytomiu. Widać od razu, że młodzież znakomicie przyswaja sobie tę technologię. Znamy też przypadek 9-letniego chłopca, który na tyle zafascynował się FlexSimem, że teraz potrafi samodzielnie budować modele linii produkcyjnych. W 2012 roku wydaliśmy ponadto unikalną książkę na polskim rynku, pt.: „Symulacja Stosowana, modelowanie i analiza przy wykorzystaniu FlexSim” (Applied Simulation, Modeling and Analysis using FlexSim), której współautorem jest prof. Allen Greenwood. Opisuje on krok po kroku metodę symulacji z wykorzystaniem oprogramowania FlexSim, FlexSim Healthcare i FlexSim Container Terminal. Całe pierwsze wydanie i dodruk rozeszły się dlatego przygotowujemy drugie, znacznie zmienione wydanie tej książki.

I.N.: W ten nurt popularyzacyjny wpisuje się też FlexSimposium. Co to takiego?

W.A.C.: FlexSimposium to corocznie spotkanie osób zainteresowanych optymalizacją procesów logistycznych i wytwórczych. FlexSimposium organizowane jest tylko w trzech krajach na świecie w USA, Niemczech i w Polsce, przy czym nasze jest największe w Europie. Od 2013 roku FlexSimposium PL obecne jest w Polsce. Od tego czasu gościliśmy w Krakowie, Wrocławiu, Katowicach oraz w Gliwicach. W tym roku na spotkanie elity świata logistyki i wytwarzania wybraliśmy ponownie Kraków, gdzie FlexSimposium PL 2017 odbędzie się w dniach 12-13 września 2017 roku. Jego tematem przewodnim będzie: „Symulacja i optymalizacja jako niezbędne narzędzie w Przemysle 4.0”. Sympozjum otworzy wykład wprowadzający prof. Allena Greenwooda, ponadto będą też bardzo ciekawe wystąpienia ekspertów modelowania symulacyjnego ze świata nauki (na przykład wspomnianego prof. Pawła Pawlewskiego) i biznesu (na przykład Dirka-Jana Moensa z Holandii, który jest światowym ekspertem w zakresie symulacji procesów ciągłych). Chcemy również podczas tej konferencji zorganizować wartościowe, certyfikowane warsztaty z FlexSim, które pozwolą wejść w świat modelowania symulacyjnego pod okiem najlepszych ekspertów. Wszystkich zainteresowanych już dziś zapraszam na stronę internetową www.flexsim.pl w celu zarejestrowania się na to unikalne w tej części Europy wydarzenie.

I.N.: Dziękuję za rozmowę.



Mariusz Wesołowski
Ekspert ds. eCommerce

Trendy e-commerce 2017



Zacznę informacją rodem z telegramu: Nie ma trendów jednoznacznie dominujących na rynku e-commerce. STOP.

Przerobiliśmy już absolutnie wszystko w ciągu ostatnich pięciu lat – od konkretnych usług (click & collect), przez zakupy subskrypcyjne, wieloletni rok mobile, a ostatnio omnichannel. W samej branży od czasów boomu na zakupy grupowe nie pojawiło się nic, co by nią w sposób znaczący wstrząsnęło i sprowokowało właścicieli biznesów do przepisywania raz jeszcze modeli biznesowych. Natomiast bez wątpienia da się dostrzec rosnącą siłę specjalizacji. Rynek ma dość sklepów o szerokiej ofercie i tworząc kolejny brand ze wszystkim, trudno jest postawić na unikalne wartości czy wypracować jakiś wyróżnik. Dlatego też wiele nowo powstających firm e-commerce stawia na zrozumiałą, prostą ofertę w bardzo konkretnych branżach. Definitywnie jednak znowu nie dzieje się tutaj nic poza poszukiwaniem nieobsadzonych jeszcze nisz. I tak zapewne będzie w kolejnych latach. Wzrost naszego rynku wciąż jest dwucyfrowy, a to oznacza, że przy obecnej dynamice przez najbliższą dekadę wiele jeszcze ulegnie zmianie.

Standaryzacja w customer care

Wiadomym jest, że obsługa klienta kanałem telefonicznym, e-mailowym, czy wreszcie bezpośrednim na miejscu w samym sklepie, różni się od siebie. Idzie jednak o to, żeby nie wprowadzać u konsumenta mylnego przeświadczenia, że przez telefon załatwi „coś więcej” niż, na przykład, drogą e-mailową. Tyczy to zwłaszcza firm, które sprzedają we wszystkich kanałach i swoje BOKi mają rozproszone, a ich kompetencje podzielone.

Jeśli sklep internetowy ma zachować spójną obsługę klienta ze sklepem stacjonarnym, to ustalenie określonego standardu postępowania w przypadkach granicznych z pewnością pomoże. Jeśli jednak pracownik BOKu A nie ma styku z pracownikiem BOKu B i może podejmować zupełnie inne decyzje, na przykład w sprawie wymiany towaru, to mamy kłopot. Najpierw tylko wizerunkowy, ale docelowo całość komunikacji wypracowanej przez markę rozmywa się. Klienci szybko wychwycą, że jak się dzwoni do Pana Tomka, to on od razu przeprosza i wysyła nową sztukę, a jak się pisze e-mail do Pani Kasi, to ona prosi o dokumentację, co jest wadliwego z produktem lub sprawdza skrupulatnie, czy (w przypadku zakupów on-line) zwykły zarząd rzeczą został przekroczony, czy też nie. Oczywiście, przy tej standaryzacji nie można zapomnieć o literze prawa, która e-sklepom każe przyjmować zwrot towaru, a sklepom stacjonarnym pozwala zrobić z tego tylko opcję, ale nie wymóg obligatoryjny.

Wielokanałowość

A co, jeśli pierwszą barierą rynku jest moda na to, że e-commerce jest remedium na wszystko? Żart. Swego czasu, jeszcze jako E-commerce Managerowi Grupy Raben, wirtualnemediapl zadały mi pytanie o wielokanałowość. Tymczasem odnoszę wrażenie, że wielokanałowość jest po prostu wciąż jeszcze źle zdefiniowana, a jej barier szukałbym w samych biznesach i – po prostu – stojących za nimi możliwościach inwestycyjnych oraz rozwojowych. Poza tym dojrzeliśmy do tego: i my – konsumenci, i rynek. To jest proces zataczania koła. Zachwyty nad jednym kanałem ustępują miejsca zrozumieniu, że wszystkie są istotne, a na końcu tej układanki dla każdej firmy sprzedażowej liczy się wynik. To on pozwala przetrwać lub nakazuje pakować walizki. Nagrodzony w ubiegłym roku Ekomesem 2016 Michał Cortez, na co dzień E-commerce Director w Dent-su Aegis Network, podsumował ironicznie, że „Omnichannel wygląda wspaniale. Na slajdach dla zarządu”. Trudno się z tym, póki co, w obecnej polskiej rzeczywistości nie zgodzić. Bo o ile sam buzzword był hasłem przewodnim większości konferencji branżowych w latach 2015-2016, to dopóki właściciele biznesu nie zrozumieją w końcu, że inny klient podejmuje decyzję zakupową w poniedziałek między 9:00 a 10:30 z komputera pracodawcy, inny ze swojego smartfona w godzinach 17:30-19:00, kiedy stoi w korku, a jeszcze inny przychodzi do stacjonarnego punktu w weekend – nic z tego nie będzie. A w każdym razie nic dobrego.

Showrooming

Obserwując rozwój rynku sprzedażowego w Polsce od ponad 10 lat mogę powiedzieć, że każdy impuls potencjalnie zagrażający temu, co jest znanym i utartym schematem, może być równie dobrze szansą dla optymalizacji biznesu. Jeśli coś przestaje działać, wymyśla się kolejne taktyki. Odpowiedzią na showrooming stała się powszechna dzisiaj prezentacja produktów z możliwością ich dotknięcia, sprawdzenia jak działają. Inną sprawą jest też to, że duże, tradycyjne sklepy również prowadzą dzisiaj aktywną sprzedaż on-line. Czy zatem szkodzą same sobie? Nie sądzę... To, jak radzą sobie z showroomingiem polscy sprzedawcy, jest tylko i wyłącznie kwestią perspektywy. Duże sklepy tradycyjne zawsze miały tysiące „oglądaczy” między półkami. To, że dzisiaj ten oglądacz może szybko porównać cenę w sklepie internetowym, nie czyni go jeszcze z automatu klientem tego sklepu, tak jak z automatu nie ogranicza jego roli w sklepie tradycyjnym. Przyrównałbym to – nieco na przekór – do boomu na sklepy zoologiczne w latach 90. XX wieku, które – zwłaszcza w małych miejscowościach – pełniły często funkcję lokalnego ZOO. Dzieci pooglądały papużki, popukały palcem w szybę akwarium, wystraszyły kilka szynszyli, a na końcu ich rodzice zawsze kupowali kota lub psa. Więc... biznes dużych stacjonarnych sklepów nie jest zagrożony przez tych, którzy przychodzą pooglądać najnowszy tablet, bo na końcu 50 calowy telewizor czy pralkę i tak kupią na miejscu. Nawet, jeśli wcześniej spędzili sto godzin w porównywarkach cen.

Logistyka

Click & collect ma – przynajmniej nad Wisłą – większe szanse na rozpowszechnienie się jako trend, a także lepsze zaplecze logistyczne, niż same day delivery. To drugie jest zresztą głównie marzeniem wszystkich właścicieli e-sklepów, ale też marzeniem trudnym do zrealizowania bez odpowiednio dużych nakładów na logistykę. Ale nawet przy poniesionych zwiększonych kosztach i wyśrubowaniu standardów same day delivery nie jest dla wszystkich graczy, a sama usługa ogranicza się w praktyce do klientów z dużych aglomeracji, gdzie jej wdrożenie jest zwyczajnie możliwe. Sklep z Rzeszowa nie dostarczy mi do Poznania zamówienia złożonego o godzinie 16:00, po prostu. Nawet dronem. Nawet jeśli właścicielem tego drona będzie sam Jeff Bezos... Ponadto tu znowu kłania się edukacja klientów, którzy muszą zrozumieć, że płacąc za same day delivery, płacą za jedną próbę doręczenia. Jedną. I od zamawiającego zależy, czy będzie ona skuteczna, czy nie.

GTIN na Walentynki od Google

W ramach tegorocznych Walentynek Google wprowadziło obowiązek znakowania produktów umieszczonych w Google Shopping oraz reklamowanych w ramach sieci Google Adwords numerem GTIN. Tym samym e-sklepy, które nie wykorzystywały do tej pory numeru GTIN, zmuszone zostały dostosować strukturę swoich produktów do nowych obowiązków, gdyż w przeciwnym wypadku towary bez tej informacji nie będą wyświetlane w narzędziach Google. Warto w tym miejscu zauważyć, że nowe wymogi Google z jednej strony służą lepszej identyfikacji produktów w sieci, ale z drugiej przysłuży się to z pewnością wzrostowi konwersji. Decyzja ta zresztą jest efektem wieloletniej współpracy między Google a międzynarodową organizacją GS1. Elżbieta Hałas, CEO GS1 Polska, skomentowała całą sprawę następująco: „Polska jest kolejnym krajem, w którym Google wprowadza do swojej wyszukiwarki GTIN jako podstawowy identyfikator produktu. Doświadczenia z innych rynków (najbliższe nam to Niemcy, Czechy, Francja czy Wielka Brytania) wskazują, że GTIN w Internecie przyczynia się między innymi do 40% wzrostu wyświetleń produktu i 20% wzrostu współczynnika konwersji, co owocuje zwiększeniem sprzedaży”. GS1 uruchomiło też pomagającą w opanowaniu nowych obowiązków e-Przedsiębiorcom stronę: ProduktyWSieci.gs1.pl.

Ironicznie na sam koniec

Od sześciu lat zapowiadany jest w Polsce rok mobile, który już nastąpił, a nawet Monika Mikowska z jestem.mobi i agencji Mobeedick, pozwoliła sobie na tegorocznej konferencji Mobile Trends na ironiczny slajd: „Mobile się kończy”. Z pewnością rozwój technologii przyczyni się w sposób znaczący do tego, że zakupy będą po prostu łatwiejsze i bardziej intuicyjne, ale trudno wyrokować, które z obecnych rozwiązań zmienia przyszłość. Niektóre technologie rozwijają się bardzo szybko, ale nie mają szansy odegrać swojej rynkowej roli, ponieważ wyprzedzają je kolejne technologie, które w sposób jeszcze łatwiejszy i przystępniejszy zaczynają dominować na rynku. Dzisiaj mówimy o podziale na desktop i mobile. Ale już teraz, w 2017 roku, są obecne smartwatche. Zakupy za pomocą zegarka? Czemu nie, ostatecznie szacuje się, że nawet w przypadku 70% nabywanych przez konsumentów dóbr jest to czynność tyleż zrodzona z impulsu, co cykliczna, tak jak ... budzenie. Skoro zatem zegarek może nas budzić, niech robi też za nas zakupy.

Autor o sobie: profesjonalną przygodę z Internetem zaczynałem w Grupie Allegro, w której nauczyłem się wszystkiego, co wykorzystuję w życiu zawodowym. Moim sztandarowym projektem były Edukacyjne Spotkania Allegro, ale tak naprawdę praca w dziale marketingu dała mi mocne podstawy oraz szansę rozwinięcia wielu kompetencji – i tych marketingowych, i tych sprzedażowych, jak również organizacyjnych. Po pracy w GA szukałem ciekawych wyzwań i mogę pochwalić się portfolio takich Klientów, jak: Agora SA, Onet SA, Lidl Polska, Grupa Raben, a na samym tylko rynku szkoleniowym pracowałem chociażby z takimi super-firmami, jak: Nowe Kompetencje, AP Edukacja czy EduInvest. Wykładałem podstawy e-biznesu w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu, okazjonalnie także we Wrocławiu, Szczecinie, Chorzowie, jak również opiekuję się jednym z kierunków studiów podyplomowych. Na co dzień jestem związany z wieloma różnymi podmiotami działającymi na pograniczu logistyki i e-commerce.

LOGISTYKA

ZAPRENUMERUJ JUŻ DZIŚ

PRENUMERATA ELEKTRONICZNA

169 PLN

(w tym 8% VAT)

- najniższa cena
- dostęp online do wydanych numerów (także archiwalnych)

PRENUMERATA PAPIEROWA

209 PLN

(w tym 8% VAT)

- sześć numerów czasopisma w wersji papierowej
- wysoka jakość druku

E-WYDANIE

31 PLN

(w tym 8% VAT)

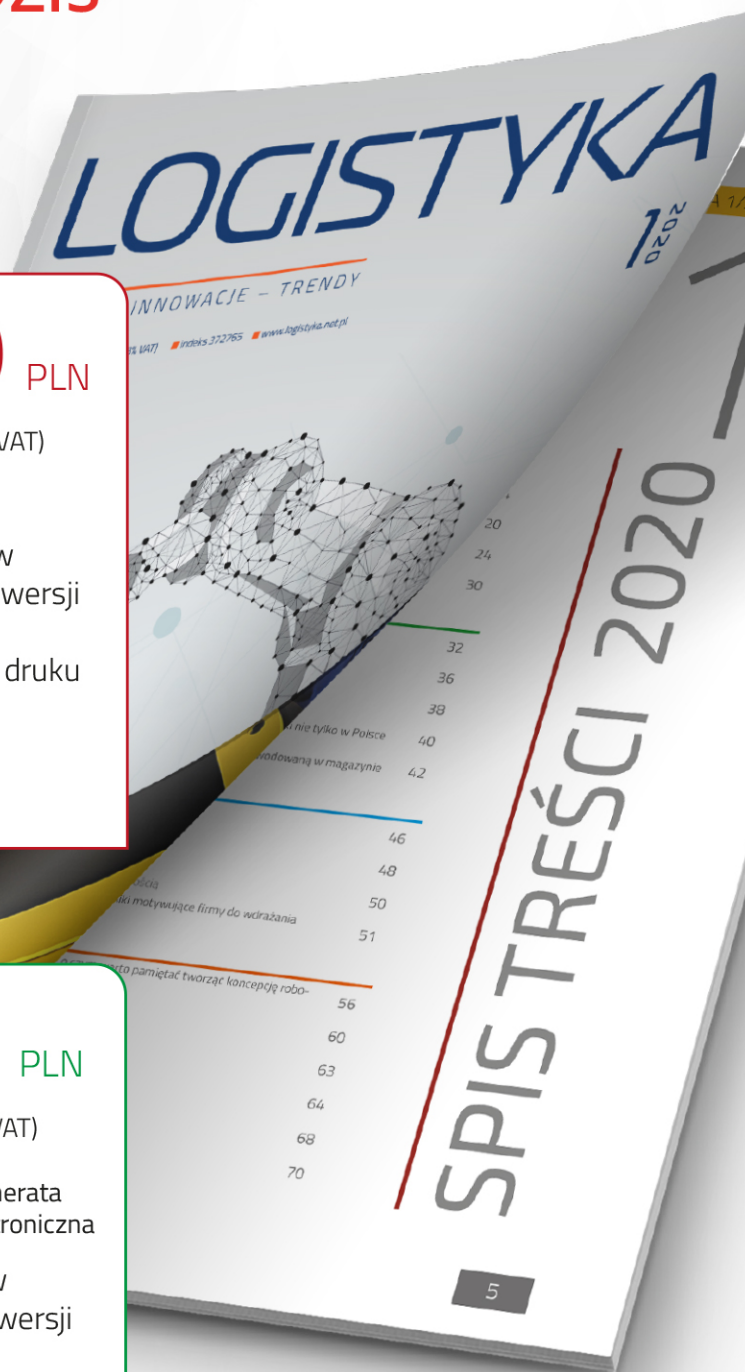
- egzemplarz numeru czasopisma w formie e-wydania

PAKIET

239 PLN

(w tym 8% VAT)

- Pakiet: prenumerata papierowa + elektroniczna
- sześć numerów czasopisma w wersji papierowej
 - dostęp online do wydanych numerów (także archiwalnych)



Kontakt:

agnieszka.piter@ilim.poznan.pl

+48 061 850 49 68

www.logistyka.net.pl/czasopismo

Kup książkę

LOGISTYKA

LOGISTYKA W NAJLEPSZEJ ODSŁONIE



NA LOGISTYCE ZNAMY SIĘ NAJLEPIEJ

WWW.LOGISTYKA.NET.PL

Kup książkę