

Orio Logistics

E-handelslogistik – utmaningar och framgångsfaktorer

Ett whitepaper från
Orio Logistics



Innehåll

Vad är e-handelslogistik?.....	3
Globalt förändringstryck.....	3
E-handeln är logistikintensiv.....	5
Stora logistikutmaningar och möjligheter.....	6
- Tillgänglighet	
- Orderhantering/Fulfilment	
- Flexibla leveranser – last-mile	
- Kundupplevelsen och logistiken	
- Returer och reklamationer	
- Nya mervärdestjänster för e-handelslogistik	
Varför outsourcas allt mer logistik?.....	9
Tredjepartslogistikens kundvärde och nytta.....	10
Fördelar med tredjepartslogistik.....	11
Orio Logistics – e-handelslogistik på dina villkor.....	12

Vad är e-handelslogistik?

E-handelslogistik eller e-commerce logistics har blivit ett populärt begrepp de senaste åren, även om det har funnits ganska länge. E-handelslogistik handlar om att hantera hela den process som sätts igång när kunden klickar på köpknappen, det vill säga betalning, order, leverans samt retur och reklamationer. Alla dessa aktiviteter är viktiga delar i en framgångsrik e-handel – delkomponenter som sammantaget har en stor påverkan på kundrelationer, lönsamhet, varumärke och konkurrenskraft.



LOGISTIK ÄR KÄRNAN I E-HANDEL


Med e-handels snabba tillväxt har både säljare, köpare och logistikbolag utvecklat ett allt större intresse för att utveckla en snabb, effektiv och kundorienterad e-handelslogistik. Kärnan i en framgångsrik e-handel är en effektiv logistik. Det har de mest framgångsrika e-handlarna insett tidigt och de fortsätter därför att satsa stort på logistiken. Välkända exempel är Amazon, Alibaba JD.com, eBay, Zalando med flera. De flesta e-handlare är förstås betydligt mindre och har inte möjlighet att investera i egen logistikkapacitet, utan vänder sig i stället till externa logistikföretag som har de resurser och den kompetens som behövs. Beräkningar visar att cirka 40 % av försäljningskostnaden vid e-handel sker efter det att kunden tryckt på köpknappen. Samtidigt är det från och med det första beställningsögonblicket som den kommersiella relationen startas upp. När en beställning görs så gäller det att verkligen leverera – det vill säga att hantera hela order till leveransprocessen snabbt, smidigt, kundvänligt och effektivt. Detta är vad som avses med e-handelslogistik. Hur betalningen processas, ordern hanteras och produkten levereras och vid behov returneras är med andra ord en helt vital process för en e-handlares framgång. Samtidigt är det fortfarande ett omoget område där det finns stora brister. Många e-handlare – både renodlade e-handelsbolag och etablerade detaljister – har historiskt haft en tendens att underskatta både de logistiska utmaningarna och logistikens fundamentala betydelse för framgång.



GLOBALT FÖRÄNDRINGSTRYCK

Globalt sett är utvecklingen betydligt snabbare än i Sverige och övriga Norden vad gäller e-handelslogistik. Den snabbväxande, globala e-handeln – med pådrivande jättar som Amazon, Alibaba JD.com och Zalando – driver fram och utvecklar logistiken och varuförsörjningen, vilket naturligtvis påverkar alla marknader genom att konsumenternas förväntningar och krav på logistiken ökar. Hittills har den mest intensiva globala utvecklingen skett inom lagerhållning, distribution och konsumentleverans.


Världens 10 största e-handelsföretag 2019

- 
- | | |
|------------|--------------|
| 1. AMAZON | 6. PRICELINE |
| 2. ALIBABA | 7. EBAY |
| 3. WALMART | 8. RAKUTEN |
| 4. OTTO | 9. ZALANDO |
| 5. JD.COM | 10. GROUPON |

Den globala e-handeln beräknas öka med 18,2 % under 2019 enligt eMarketer/Statista 2018.

Källa: Marketing91

Sveriges 10 största e-handelsföretag

- 
- | | |
|--------------|------------------|
| 1. DUSTIN | 6. NELLY.COM |
| 2. CDON.COM | 7. KOMPLETT.SE |
| 3. ELLOS | 8. APOTEA |
| 4. ADLIBRIS | 9. MATHEM |
| 5. BOOZT.COM | 10. BYGGHEMMA.SE |


E-handeln i Sverige ökade med 15 % enbart under första kvartalet 2019.

Källa: E-barometern

E-handeln är logistikintensiv

De nordiska länderna är några av de mest e-handelsintensiva i världen. I Sverige ökade e-handeln med ca 15 % under 2018, vilket innebär att konsumenthandeln på nätet bedöms uppgå till cirka 77 miljarder kronor för helåret (E-barometern). Det innebär att e-handels andel av den totala detaljhandeln nu ligger kring cirka 10 % och svarar för i princip hela detaljhandels ökning. Betraktar man e-handels andel av hushållens totala konsumtionen landar den på knappt 4 %. (Svensk Handel 2018), men när näthandeln med livsmedel och andra dagligvaror slår igenom brett väntas sektorn ta ytterligare ett stort tillväxtkliv. Med den växande e-handeln har även logistiksektorn fått en skjuts eftersom e-handeln är extremt logistikintensiv.

Olika beräkningar anger e-handels andel av logistiksektorns totala omsättning till cirka 7 % (dvs. de totala kostnaderna för lager, transporter och andra logistik tjänster samt mjuk- och hårdvaror). Den siffran förklarar det stora intresset för e-handelsmarknaden från såväl logistikbolag och konsulter som leverantörer av logistiska mjuk- och hårdvarulösningar. Den snabba tillväxten av e-handeln i kombination med det stora logistikinnehållet har bidragit till att utveckla en vass, innovativ logistik i många fall. De e-handlare som har lyckats bygga upp en kundfokuserad, innovativ och effektiv logistik växer snabbt och med god lönsamhet. Men många e-handlare brottas med att få till en logistik som både möter kraven på hög effektivitet, flexibilitet och en hög kundupplevelse.



”I Sverige ökade e-handeln med ca 15 % under 2018, vilket innebär att konsumenthandeln på nätet bedöms uppgå till cirka 77 miljarder kronor för helåret (E-barometern).”

Stora logistikutmaningar och möjligheter

E-handeln präglas både av snabb tillväxt och tuff konkurrens, inte minst från banbrytande Amazon och de övriga globala jättarna. Följden är att kunder och konsumenter kräver allt bättre service samtidigt som betalningsviljan för logistiken är låg. Tvådagarsleverans har blivit standard och allt oftare vill kunden ha sin leverans redan samma dag eller i varje fall dagen efter beställning. Leverans och retur förutsätts ske enkelt och helst kostnadsfritt. Leveransalternativen ska vara maximalt bekväma och gärna många. Men oavsett vad kunderna kräver så finns det en ekonomisk realitet att ta hänsyn till: kostnaderna för order-leverans- och returprocessen måste täckas.

Att få ihop den ekonomiska ekvationen är den övergripande utmaningen. De främsta logistiska prioriteringarna för alla e-handlare är att säkra en hög varutillgänglighet, hålla korta ledtider från order till leverans samt leverera varorna med en hög servicegrad, alternativa leveranssätt och hög flexibilitet. Med de hårdnande kraven och ökade förväntningarna föds nya typer av aktörer, nya tjänster och nya tekniska lösningar som både ökar konsumentnyttan och driver effektivitet.

✓ Tillgänglighet

Att snabbt kunna leverera de varor som kunderna efterfrågar är helt avgörande vid e-handel. Finns inte varan väljer många kunder och konsumenter att vända sig till en annan leverantör. Att hålla rätt tillgänglighet av varor – inte för mycket och inte för lite – är en utmaning som kräver hög logistikkompetens, moderna IT-system och tillgång till korrekta data om bland annat kundefterfrågan, tillgängliga varor och olika omvärldsfaktorer som påverkar efterfrågan.

✓ Orderhantering/Fulfilment

Men att erbjuda sina kunder hög tillgänglighet av varor räcker inte. Det gäller att även hantera order och leverans på ett professionellt sätt. Basaktiviteter som plock och pack är mer komplicerat vid e-handel med enstaka order och krav på manuell styckplock. Att arbeta genomtänkt, smart och med rätt typ av förpackningar som bidrar till en effektiv hantering, hållbarhet och enkla retur är både en utmaning och en fantastisk möjlighet.

✓ Flexibla leveranser – last-mile

Dagens kunder och konsumenter vill i ökad utsträckning kunna välja när och på vilket sätt sina köpta varor ska levereras. Denna efterfrågan har medfört att antalet olika leveransalternativ och tjänster ökar hela tiden.


Etablerade transportföretag utvecklar nya leveranstjänster samtidigt som start-up-företag som Budbee och Airmee bidrar till att driva på utvecklingen av allt mer innovativa leveranstjänster – ofta baserade på innovativa mjukvaror för ökad visibilitet, kontroll och prognoser baserade på prediktiv analys. Etablerade aktörer i andra branscher lockas också till den heta last-mile-marknaden. Exempelvis erbjuder det marknadsledande taxibolaget Cabonline Group (Taxikurir, Sverigetaxi m.fl.) e-handelskunder att returnera sina beställda varor med hjälp av tjänsten Reliver.

✓ Konsumentfokus

För bara ett par år sedan var hela transportsektorn utformad för att hantera B2B-flöden. Detta förändras nu snabbt och logistiktjänster och erbjudanden formas allt mer utifrån konsumenternas behov och krav. Målsättningen har länge varit att leverera så pass snabbt och billigt som möjligt, vilket många gånger har medfört att varorna skeppas ut när det passar de levererande företagen utan hänsyn till kundens önskemål och behov. Här syns i dag ett begynnande skifte som innebär att e-handelsföretagen försöker möta slutkundernas krav på ett bättre sätt. Detta kräver i sin tur mer flexibla, dynamiska och kundanpassade leveranslösningar.

✓ Kundupplevelsen och logistiken

Med e-handels tillväxt och utbredning har även logistiken blivit ett viktigt medel för att ge mottagaren en positiv kundupplevelse som präglas av valfrihet, enkelhet och snabbhet – från beställning till leverans och retur. Med konsumenter som mottagare ställs det helt nya krav. En leverans till en privatperson – vare sig den sker i hemmet, på jobbet eller till bagageluckan på en bil eller någon annanstans – kräver ett nytt mind-set. Leveransupplevelsen har kommit i fokus och fått en ny dimension. Utöver allt bättre service vad gäller leveransplats och tidpunkter måste transport- och logistikbolag bidra till att säkerställa en förstklassig leveransupplevelse. Här krävs det en mycket djupare insikt om att last-mile-leveransen är en del av hela kundupplevelsen, produkten och det varumärke som transportörer och andra logistikbolag representerar. Det handlar inte längre enbart om att välja en viss leveranstjänst, plats och tidpunkt. I ökad utsträckning väntas kunden få välja hur kommunikationen ska ske med säljaren, kundtjänst och logistikaktörer samt om den levererade varan ska läggas i brevlådan, på furstuttrappen eller lämnas hos grannen och ifall chauffören ska ringa på dörren, smsa eller knacka. Valmöjligheterna blir många och kraven på kundanpassning stor. Utvecklingen går snabbt och det sortiment och den leveransservice som betraktades som bra igår är självklar idag. Tålmodet hos konsumenterna är allt mer begränsat. En vara som inte finns i lager eller en försenad leverans kan innebära att kunden väljer en annan leverantör för gott.



”Med e-handels tillväxt och utbredning har även logistiken blivit ett viktigt medel för att ge mottagaren en positiv kundupplevelse som präglas av valfrihet, enkelhet och snabbhet – från beställning till leverans och retur. Med konsumenter som mottagare ställs det helt nya krav. En leverans till en privatperson – vare sig den sker i hemmet, på jobbet eller till bagageluckan på en bil eller någon annanstans – kräver ett nytt mind-set.”

✓ Returer och reklamationer

E-handelslogistik handlar även om att hantera returer och reklamationer med effektivitet och enkelhet. Därför har returlogistik blivit ett viktigt område och ett starkt konkurrensmedel. Returer är inte längre något "nödvändigt ont" utan något som ofta skapar mervärde för kunder och konsumenter. Här gäller det att erbjuda enkla och flexibla returmöjligheter och att arbeta smart och flexibelt med helhetssyn och hållbarhetsfokus på varuflödet. Hanteras returer rätt blir det en källa till fler kunder, ökade intäkter och positiva omnämmanden, bland annat i sociala medier.

✓ Nya mervärdetjänster för e-handelslogistik

E-handels specifika krav på logistik och leverans har medfört att progressiva logistikföretag utvecklar nya tjänster och erbjudanden. Ett exempel på tjänsteutveckling för e-handelslogistik är kontrolltorn och kundtjänstfunktioner för e-handelsflöden där professionella logistikbolag bevakar, kvalitetssäkrar och skapar överblick och kontroll över leveransflöden. Andra exempel på tjänsteutveckling för e-handelslogistik är olika systemlösningar – ofta molnbaserade – som ger e-handlaren tillgång till kvalificerade mjukvaror för order, lagerstyrning, lagerhantering och leverans.

✓ Hållbarhet

E-handels explosiva tillväxt och stora utbredning innebär en ökad påverkan vad gäller hållbarhet och miljö. Konfektionsbranschen är ett tydligt och ofta använt exempel på just detta – med returflöden som ofta uppgår till 60-70 % i vissa segment. Att ha en genomtänkt process för att minimera den negativa miljöpåverkan i försörjningskedjan är mot den bakgrunden en central fråga. De mest progressiva e-handlarna börjar i ökad utsträckning ställa krav på och samverka med sina logistikpartners med syftet att förbättra sin hållbarhet. Det finns som tidigare berörts en inneboende motsättning mellan å ena sidan kundernas krav på många leveransval, låga transportkostnader, fria returer och snabba leveranser och å andra sidan en utbredd önskan om att ta ansvar för hållbarhetsfrågorna. Här börjar allt fler e-handlare att tillsammans med sina logistikpartners erbjuda rekommenderade leveransval och tjänster – där pris, spårbarhet och utsläpp blir mer transparent – för att därmed göra det enklare för kunder och konsumenter att göra hållbara val.



Varför outsourcas allt mer logistik?

En allt större andel av logistikarbetet i samhället utförs av externa, specialiserade logistikföretag, inte minst inom e-handelsområdet, tredjepartslogistikföretag (TPL eller 3PL). Enligt den väl etablerade globala studien Third-Party Logistics Study (Armstrong & Associates, 2019) uppgår den globala tillväxten av tredjepartslogistik långsiktigt till närmare 10 % per år, även om tillväxten kan variera ganska mycket från år till år. I 2019 Third-Party Logistics Study uppger 63% av de varuägande/köpande företagen att de ökar sin användning av TPL, men att de konsoliderar sin leverantörsbas (63 %) och samlar allt mer av sina tjänster hos ett färre antal TPL-leverantörer.

Detta är en utveckling som pågått under en följd av år och väntas fortsätta. I globala studier anger köpare av TPL att mellan 36-50 % av deras totala logistikkostnader avser outsourcade logistikaktiviteter (enligt en sammanställning av Armstrong & Associates). Enligt välrenommerade Chartered Institute of Logistics and Transport, CILT, ökar outsourcingen av logistik-tjänster allt snabbare. CILTs experter anser att det är främst sju faktorer som ligger till grund för den snabba ökningen av logistisk outsourcing till tredjepartslogistik:

1. Överlägsna resurser – en kompetent tredjepartslogistik har ett stort nätverk av resurser som i allmänhet är vida överlägset det som ett enskilt företag kan åstadkomma. Därmed kan varje del i försörjningskedjan opereras mer effektivt och kostnadseffektivt av en tredjepartslogistik.

2. Stora besparingar – ett 3PL-företag bidrar till att kunden sparar både tid och pengar på flera sätt genom att tillhandahålla lager, transporttjänster, teknologier och expertis med spetskompetens inom logistik.

3. Reducerad risk – genom att överlåta beslut och drift till en erfaren tredjepartslogistik undviks kostsamma misstag. Därmed kan ett eget logistiknätverk byggas upp med mycket litet risktagande.

4. Minskat ansvar – en tredjepartslogistik tar över ansvaret för logistiken

– såväl dagliga administrativa uppgifter som långsiktiga finansiella investeringar, rekrytering och kompetensutveckling. Det skapar förutsättningar för kunden att fokusera all sin energi och sitt fokus på att utveckla sin egen kärnaffär.

5. Branschexpertis – en professionell TPL-aktör har kunskap om den egna branschens KPIer, best practice och är uppdaterad om de allra senaste möjligheterna inom logistik, materialhantering och styrning samt IT-stöd.

6. Skalbarhet – en tredjepartslogistik ska göra det möjligt för kunden att skala upp eller ner sin logistik beroende på säsongsvariationer, efterfrågan och tillväxt.

7. Ständiga förbättringar – en proffsig tredjepartslogistik justerar, förbättrar och effektiviserar löpande alla aktiviteter och funktioner i logistikflödet.

Tredjepartslogistikens kundvärde och nytta

Att logistikaktiviteter läggs ut på en tredje part är knappast nytt. Hela transportbranschens framväxt är ett exempel på hur företag under decennier har minimerat det egna transportarbetet och i stället anlitat externa transportbolag. Utvecklingen har fortsatt under årens lopp och allt fler logistikfunktioner och aktiviteter utförs av externa partners. Varför då kan man fråga sig?

Den främsta drivkraften för ökad användning av tredjepartslogistik är en allt tuffare global konkurrens som framtvingar ett ökat fokus på den egna kärnverksamheten och på att låta externa partners utföra de övriga funktionerna så effektivt som möjligt. Eller enklare uttryckt: du kan inte vara bra på allt, utan måste välja var du har dina viktigaste och mest unika förmågor och kraftsamla kring dessa. Enligt studien 2019 State of Logistics Outsourcing Report (Penn State, 2019) anger 91 % av de logistikköpande företagen att deras samarbeten med sin tredjepartslogistik är framgångsrikt, och 72 % uppger att samarbetet har reducerat de totala

logistikkostnaderna. I samma studie uppger 89 % av de varuägande företagen att TPL-samarbete har bidragit till att öka det egna företags kundservice och 73 % anger att TPL-leverantörerna skapar innovativa lösningar som ökar effektiviteten i logistiken.

Parallellt med den ökade konkurrensen har kundernas krav ökat i alla branscher och segment. Kunder och konsumenter vill ha hög servicegrad till en låg kostnad. Med allt fler kompetenta logistikpartners som erbjuder avancerade, IT-baserade logistikfunktioner och processer finns det goda förutsättningar för att en samverkan med en tredjepartslogistik resulterar i hög servicegrad, ökad effektivitet samt flexibilitet och anpassningsförmåga, det som på engelska benämns som agility.



Fördelar med tredjepartslogistik

- Fokusera på den egna kärnverksamheten och överlåta allt mer komplexa och krävande logistikutmaningar åt en professionell tredjepartslogistik.
 - Snabbare leverera till och etablera sig på nya marknader genom att dra nytta av TPL-företagets infrastruktur, nätverk och avtal.
 - Öka egen anpassningsförmåga och flexibilitet genom att skala upp och skala ned användningen av olika resurser.
 - Reducera kostnader i den egna verksamheten.
 - Öka den egna kontrollen – tvärtemot vad många tror så ökar oftast kontrollen över den egna logistiken när outsourcande företag drar nytta av TPL-företagets IT-system för visibilitet, planering och optimering.
 - Göra fasta kostnader rörliga genom att utnyttja enbart de resurser som behövs – därmed blir kostnaderna relaterade till verksamhetens intäkter.
 - Accelerera genomförandet av logistikaktiviteter genom att dra nytta av de resurser, erfarenheter och den kompetens som finns hos TPL-företaget.
 - Frigör egna resurser.
 - Få tillgång till kunskap, kompetens, best practice, relationer och väl utvecklade metoder och processer från en mängd olika företag och branscher.
-
- Få tillgång till eftertraktade fysiska logistikresurser utan att behöva investera i egna fysiska logistikresurser och IT-system samt uppdateringar och underhåll av detta.
 - Minska den egna risken genom att tredjepartslogistikleverantören är ansvarig för personalen och godsets hantering, skador, svinn etc.
 - Få tillgång till TPL-företagets väl utformade processer.
 - Öka/överföra logistikkompetensen till den egna personalen.
 - Öka visibiliteten och koordinationsförmågan i försörjningsflödet genom att dra nytta av TPL-företagets IT-system och integrationer med egna och andra aktörers system.
 - Skapa innovation och ständig förbättring i sin logistik och försörjningskedja genom TPL-företagets förmåga att löpande analyser och optimera er logistik.
 - Säkra upp transportkapacitet genom att dra nytta av TPL-företagets nätverk, avtal och relationer.
 - Öka sin kundservice – 83 % av TPL-kunder uppger att deras kundservice ökar som en följd av sina TPL-samarbeten. (källa: 2019 State of Logistics Outsourcing Report)
 - Dra nytta av en större gemensam förhandlingsstyrka gentemot transportörer.
 - Skapa förutsättningar för ökad effektivitet och bättre marginaler.
 - Dra nytta av att andra varuägares transporter kan matchas och samlastas.
 - Skapa förutsättningar för ökad tillväxt.

Orio Logistics – e-handelslogistik på dina villkor

Orio Logistics, som ingår i Orio AB, är en väl etablerad, nordisk tredjepartslogistik med hög kompetens, starka logistikresurser och ett mycket kundnära, innovativt och flexibelt arbetssätt. En tredjepartslogistik som erbjuder e-handelslogistik på dina villkor och där det mesta är möjligt eftersom viljan och ambitionen finns. Vi erbjuder e-handlare en totallösning för e-handelslogistik där vi hanterar stora flöden av enstaka order och styckplock med krav på noggrannhet, snabbhet, korta ledtider och hög servicegrad. Vi kan dessutom säkra en snabb och flexibel distribution och tar ansvar för en effektiv returhantering. Dessutom får våra kunder tillgång till vår kompetenta IT-avdelning som kan bistå med integrationer och smarta speciallösningar. Orios verksamhet etablerades för åttio år sedan och har sina rötter i SAAB Automobile Parts. Numera ägs Orio AB av den svenska staten. Det ger oss en god förmåga att utvecklas och möta våra kunders högt ställda krav.



MODERNT LOGISTIKCENTER FÖR FLEXIBEL LAGERHÅLLNING I NORDEN

Orio Logistics moderna logistikcenter är beläget tio mil söder om Stockholm – mitt i Norden och med omedelbar närhet till hamnar, järnväg och Europavägar. Vårt logistikcenter är 73 000 kvadratmeter stort, har en hög automationsgrad och hanterar såväl pallar och lådor som enstaka artiklar med hög effektivitet. Anläggningen är dessutom utrustad för att hantera tempererade varor, farligt gods och artiklar med högt ställda krav på hygien och säkerhet.

SMARTA TILLÄGGSTJÄNSTER FÖR ÖKAD KUNDNYTTA

Utöver grundläggande tjänster inom tredjepartslogistik – lagerhantering och distribution – utvecklar vi smarta tilläggstjänster som ger våra kunder ett extra värde och samtidigt gör oss till en lite mer unik logistikpartner. Exempel på tilläggstjänster är avrop/inköp, planering och prognoser, etikettering, montering, satsbyggnation, transportadministration, emballering, spedition, exportdokument och tulldeklarationer, hantering av farligt gods, reklamation- och returhantering och mycket annat.

TRANSPORT OCH DISTRIBUTION

En naturlig och prioriterad ingrediens i vårt erbjudande är att erbjuda effektiva transporter till och från vårt logistikcenter. Dagligen hanterar vi stora godsvolymer med tusentals avsändare och mottagare i fler än 60 länder världen över. Under årens lopp har vi därför utvecklat starka relationer med ett stort nätverk av transportörer. Som neutral aktör samarbetar vi med samtliga transportörer, i ett värdefullt nätverk som våra kunder kan dra nytta av genom en stor samlad förhandlingsstyrka.

Vill du veta mer om e-handelslogistik?

Martin Lennbom

Business Area Manager

Tel: + 46 (0) 155 24 41 21

Martin.lennbom@oriologistics.com

Besök gärna oss på oriologistics.com

