

DISTRIBUČNÍ CENTRUM ZOOT V ŘÍČANECH U PRAHY JE KLÍČOVÉ PRO ČESKÝ, SLOVENSKÝ I RUMUNSKÝ TRH

Je to tak jednoduché. Zákazníci si prostřednictvím internetu na několik kliknutí objednají oblečení a doslova za pár hodin je mají připravené k vyzkoušení na některém z výdejních míst nebo do druhého dne doma. Co všechno ale musí předcházet tomu, než se konkrétní tričko, sukně nebo kalhoty dostanou do rukou zákazníků internetového obchodu ZOOT? Pokusili jsme se logistické toky zmapovat.

Internetový obchod ZOOT se zaměřuje hlavně na prodej módy a má v nabídce více než 250 různých značek od malých lokálních až po ty celosvětové, jako jsou Dorothy Perkins nebo Vero Moda. Podle údajů firmy tvoří přibližně 80 procent zákazníků ženy, ale v nabídce je i pánská a dětská móda či vybavení pro domácnost a designové produkty. „Unikátní jsme především tím, že máme team nákupčích, kteří jezdí po světových veletrzích a přinášejí svěží neokoukané značky, které jsou v zahraničí běžně dostupné. Každý den spouštíme na ZOOTu několik nových kolekcí, čítající tisíce kusů. V našem logistickém centru v Říčanech u Prahy, které zásobuje také slovenský a rumunský trh, vše nejen skladujeme, ale probíhá zde i celý ‚product content‘, tedy profesionální nafocení produktů a jejich důkladný popis tak, aby zákazník získal co nejlepší představu o tom, jak vybraná věc ve skutečnosti vypadá. Velice důležité pro naše zákazníky je fakt, že popisy na web děláme s tím, že u toho opravdu držíme daný kousek v ruce. Právě popis materiálů, velikostí, střihů či barev by pak měl co nejvíce zprostředkovat zákazníkovi jasnou představu o daném zboží – to je u prodeje módy online velmi důležité,“ popsal vedoucí logistiky ZOOT Libor Hudeček.

Logistické procesy tzv. inhouse

Veškeré logistické procesy včetně vývoje WMS firma řeší interně. Ve



Foto: ZOOT

stále se utvářejícím prostředí e-commerce módy je důležité sdílet své poznatky a zkušenosti s odborníky v oboru. Externí spolupráce a inspirace u externích odborníků je neodlučitelná součást naší práce. V dohledné době si umím představit spolupráci s logistickými profesionály mimo ZOOT na bázi outsourcingu některých procesních celků nebo regionálních poboček,“ připustil Libor Hudeček.

Ihned poté, co je do říčanského skladu přepravena nová kolekce zboží, odeberou se vzorky, které se nafoťí a připraví ke zveřejnění na e-shopu. Ostatní kusy v zásilce se zabalí a opatří čárovým kódem. Poté, co si zákazník zboží objedná přes internet, je třeba je vychystat. „Průměrná objednávka má většinou více než tři kusy. Konsolidace itemů do objednávky probíhá průběžně při pickova-

ni, které se odehrává prostřednictvím terminálů se systémem Android. Na konci procesu se vše zabalí do jedné jednotky a podle dispozice v objednávce (cílová země, způsob doručení) se poté tisknou přepravní štítky a potřebná dokumentace,“ uvedl Libor Hudeček s tím, že tro-

ZOOT je internetový obchod s módou spojující výhody online a offline světa a kamenných obchodů, kde si lze objednané zboží ještě před zaplacením vyzkoušet. V současné době nabízí více než 250 značek a každý den přináší nové aktuální módní kolekce. Cílem ZOOTu je stát se leadrem v oblasti e-commerce módy v rámci CEE regionu. Kromě České republiky působí ZOOT na Slovensku a od listopadu 2015 také v Rumunsku.

chu odlišný postup je při přepravě zboží do výdejen a jinak se postupuje při doručení balíkem na adresu konkrétního zákazníka. V principu se ovšem logistické zajištění výdejen od balíkové distribuce moc neliší. Hlavně skladové procesy jsou až na malé detaily stejné. „V čem je zásad-

ní rozdíl, je výsledná úroveň služeb na výdejních. Průměrná doba dodání v Praze je 2,5 hodiny a do našich jedenácti pražských výdejen doručíme zboží v závislosti na sezoně tři až čtyřikrát denně,“ uvedl Libor Hudeček. Doručování ještě v ten samý den zavedla firma před Vánoci v polovině listopadu také na ostatní české výdejny v regionech a některé slovenské výdejny. „Same day delivery“ pak celoročně zůstává pro výdejny v Praze, Brně a Bratislavě. Doručení na další slovenské výdejny ZOOT garantuje do druhého dne, do Rumunska pak do 48 hodin. „Doručovací časy chceme ještě dále zlepšovat, rychlou odezvu na objednávku zákazníků považujeme za klíčovou,“ dodal vedoucí logistiky ZOOT.

Vrácení zboží je jednoduché

Vzhledem k tomu, že móda je impulzivní zboží, zákazníci ho chtějí mít hned k dispozici, a proto je po-

Jsou zde zkušební kabiny a v módě proškolený personál, který ochotně poradí při zkoušení. Pokud si zákazníci nechají zboží doručit domů, vratky z balíkové distribuce mohou také předat na výdejních, nebo je zdarma poštou vrátit zpět. Takovýto servis je zdarma i na Slovensku a v Rumunsku,“ upřesnil a dodal: „Snažíme se s našimi partnery, kteří zajišťují distribuci balíků, hledat nejvýhodnější řešení pro zákazníky. Úzkou spoluprací s přepravními firmami bychom chtěli zcela eliminovat komplikace při vracení zásilek, jako jsou například fronty na poště, nebo krátká otevírací doba. Uvažujeme proto s partnery o samoobslužném řešení, které pak může fungovat 24/7. Samozřejmostí je pro nás doprava k zákazníkům zdarma a možnost vrátit zboží do 90 dní.“

Cíl: lepší distribuce v Rumunsku

Distribuci na Slovensku dokáže zajistit ZOOT ve stejném standardu jako v České republice díky dvěma partnerským firmám. Na bratislavské výdejny je zboží při objednávce do 10 hodin dopoledne doručováno ve stejný den. Distribuce do Rumunska, kam firma standardně doručuje do 48 hodin, je díky geografické vzdálenosti a relativně špatné dopravní infrastruktuře trochu složitější. Nicméně zlepšení časového doručení do této země je podle Libora Hudečka jedním z klíčových bodů nově připravované logistické strategie. Firma také v budoucnu zvažuje zavedení RFID technologie, která má podle vedoucího logistiky značný potenciál při obsluze zákazníků hlavně ve výdejních. „Věříme i v další rozvoj technologii u zákazníků, jako je třeba využití 3D scannerů k přesnému objevení velikostí,“ uzavřel Libor Hudeček

Martina Vampulová