



Zo mag je magazijn er zijn

Magazijntips voor webwinkels



Picqer

© Picqer, 2019
Editie 3, 1e druk

Zo mag je magazijn er zijn

Casper Bakker



Picqer

Inhoud

Een beter magazijn	7
Waarom heb je een magazijn?	10
Hoe herken je een goed magazijn?	12
Standaardiseer processen	16
Verminder uitzonderingen	18
Elimineer de alles-weter	20
Snelheid komt vanzelf	22
Weet altijd je voorraad	23
Typ nooit iets over	25
De paktafel	26
Inpakken als zombies	29
Maak processen niet te klein	30
Zie je magazijn als winkel	33
Automatiseer zo vroeg mogelijk	34
Elk product een eigen code	36
Gebruik barcodes	39
Locaties beheren	41

Houd op elkaar lijkende producten uit elkaar	48
Loop minder	49
Loop nog minder met batch-picking	51
Houd klant op de hoogte	55
Vorbereiding	57
Blijf verbeteren	59
Woordenlijst	60

Een beter magazijn

Het klinkt zo makkelijk: een magazijn runnen. Maar als je dit leest weet je waarschijnlijk al beter. Een magazijn productief en efficiënt draaien gaat niet vanzelf. De producten in je magazijn zijn waarschijnlijk je grootste investering, magazijnpersoneel is duur en klanten zijn gevoelig voor kleine foutjes. Door grip te hebben op je magazijn haal je eruit wat erin zit.

Gelukkig is het ook geen rocket science. Soms heb je gewoon een zetje in de goede richting nodig. Ik geef je graag dat zetje. In dit boekje geef ik je slimme tips voor je magazijn. Zowel voor als je start met een nieuw magazijn, als voor het verbeteren van je huidige magazijn.

De tips in dit boekje komen uit jarenlange ervaring bij het helpen van honderden webwinkel-magazijnen.

“Door grip te hebben op je magazijn haal je eruit wat erin zit.”

Anders dan de meeste boeken en artikelen over logistiek, gaat dit boekje over kleine tot middelgrote webwinkel-magazijnen. De tips zijn gericht op magazijnen die 100 tot 2.000 bestellingen per dag versturen.

Maar de tips kunnen je natuurlijk ook helpen als je kleiner of groter bent.

Mocht je naar aanleiding van dit boekje vragen voor me hebben, stuur me dan een mail op info@picqer.com.

- Casper Bakker, co-founder Picqer

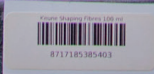
Disclaimer: In sommige tips verwijzen we naar Picqer, onze software om je webwinkel magazijn mee te automatiseren. Maar alle tips zijn op alle magazijnen van toepassing, of je Picqer gebruikt of niet.



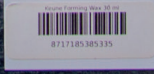
542502706809



8717185385410



8717185385403



8717185385335



MEDIUM BROWN
BRUIN MOYEN

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

FOR HAIR & SKIN 100

MEDIUM BROWN
BRUIN MOYEN

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

FOR HAIR & SKIN 100

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

HAIR BUILDING FIBERS
HAIR SCULPTOR

MEDIUM BROWN
BRUIN MOYEN

MEDIUM BROWN
BRUIN MOYEN

Waarom heb je een magazijn?

Laten we bij het begin beginnen: waarom heb je eigenlijk een magazijn? Als het goed is niet omdat je het zo leuk vindt om veel producten op de plank te hebben liggen. (Al is het rondrijden met een heftruck misschien wel reden genoeg een magazijn te nemen.)

Beloftes waarmaken

Je maakt als webshop op je site een hoop beloftes: “Vandaag besteld, morgen in huis!”, “Anonieme bezorging” of “Voor 13.00 uur besteld, vanavond in huis”. Zelfs een simpele “Op voorraad” is al een belofte aan je klant.

Het is de taak van het magazijn om deze beloftes waar te maken.

Die beloftes maak je waar door:

- Het **juiste product**,
- naar de **juiste klant**,
- op het **juiste moment**,
- in de **juiste doos** te versturen.

Dat klinkt simpel, maar je hebt er maar beperkt tijd voor. In de meeste gevallen heb je enkele uren tussen het binnenkomen van de bestelling en het moment dat de pakketdienst de pakketten komt ophalen. Aan het einde van de dag zelfs minder dan een uur. Daarom gaat een goed magazijn vooral over voorbereiding en structuur. Want zodra de bestelling binnen komt gaat alles op de automatische piloot.

Hoe herken je een goed magazijn?

Als ik in een magazijn kom dat beloftes waarmaakt dan vallen me de volgende punten op:

- Opgeruimd
- Rustig
- First Time Right
- Zelfstandig

Deze punten kun je je echter niet als doel stellen, daar zijn ze te generiek voor. Dit zijn gevolgen van een magazijn dat goed loopt. Vandaar dat je een magazijn hieraan kan herkennen. Vanaf het volgende hoofdstuk geef ik je concrete tips hoe je zelf tot een goed magazijn komt.

Opgeruimd

Het eerste wat opvalt in een magazijn dat goed loopt is dat het er opgeruimd is. Alles staat op een vaste plek, gangpaden zijn goed bereikbaar en herkenbaar en paktafels zijn voorzien van al het nodige gereedschap en voldoende verzendmateriaal.

Rustig

Het tweede wat opvalt is dat het er rustig is. Er is weinig lawaai, medewerkers zijn ontspannen en je ziet dat hun werk routine is. Er loopt niemand op de tenen en je kan ze even storen met een vraag.

Zelfstandig

Wat in een goed magazijn ook opvalt, is dat iedereen zelfstandig werkt. Niemand hoeft op elkaar te wachten en er wordt nauwelijks overlegd. Iedere medewerker weet wat hij of zij moet doen. Medewerkers beschikken over alle informatie die ze voor hun dagelijkse werk nodig hebben.

First Time Right

Als je iets langer in een goed magazijn rondkijkt, zie je dat er weinig mis gaat; er is een hoog “First Time Right” percentage (FTR-percentage). Dat is het percentage dat iets in 1 keer helemaal goed gaat.

Fouten maken is zonde en fouten moeten herstellen is nooit leuk. Maar, in e-commerce is fouten

maken ook nog eens extreem kostbaar. De extra verzendkosten, retourkosten, belasting op de klantenservice en de gevolgen

“In e-commerce is fouten maken extreem kostbaar.”

DS30

DS40

DS50

DS55

DS60

DS70



van negatieve reviews maakt FTR één van de belangrijkste kenmerken van een goed magazijn.

Je kan het FTR-percentage bekijken over een klein onderdeel van een proces zoals hoeveel producten die bij de paktafel komen de goede producten zijn. Maar je kan het ook over een geheel proces doen zoals hoeveel bestellingen heb je de eerste keer foutloos bij de klant afgeleverd.

Je kan je FTR-percentage berekenen met: $100 - (100 * \text{aantal bestellingen waar iets fout is gegaan} / \text{totaal aantal bestellingen})$.

Dus bij 11 bestellingen waar een fout is gemaakt in een week waar je 4.288 bestellingen hebt verwerkt, is je FTR percentage $(100 - (100 * 11 / 4288)) = 99,74\%$.

Standaardiseer processen

Heb je een magazijn waar dagelijks 100 of meer bestellingen de deur uitgaan? Dan is de kans groot dat je met meerdere mensen op de werkvloer loopt. Je wilt dan dat iedereen het werk op dezelfde manier doet, om altijd de juiste kwaliteit te leveren.

Groeit je webwinkel? Dan neem je waarschijnlijk ook regelmatig nieuwe medewerkers aan. Nieuwe medewerkers wil je snel inwerken, zodat ze daarna zelfstandig hun werk kunnen doen.

“Met meerdere mensen in het magazijn is het belangrijk om processen te standaardiseren.”

Als je met meerdere mensen werkt en regelmatig nieuwe mensen aanneemt, is het belangrijk om processen te standaardiseren. Met standaard processen werkt iedereen op dezelfde manier en weet bijvoorbeeld de klantenservice wat ze van het magazijn kunnen verwachten.

Een proces kan bijvoorbeeld zijn “bestelling verzamelen”. Van zo’n proces maak je een procesbeschrijving. Op papier werk je

iedere stap in het proces uit en beschrijf je wie de stap uitvoert. Bij het maken van het proces word je gedwongen om na te denken over hoe jij wilt dat dingen in je magazijn gebeuren.

Op picqer.com/nl/standaard-processen vind je enkele voorbeelden van de omschrijving van een proces.

Maak processen zichtbaar

Print de standaard processen uit en hang ze aan de muur. Zo kan iedereen zelf zien hoe elk proces gaat. Iedereen in het magazijn moet dezelfde kennis hebben en volledig zelfstandig kunnen werken. Het dwingt je om je processen simpel en duidelijk te houden en zo min mogelijk uitzonderingen te hebben.

Processen kunnen wijzigen

Een standaard proces betekent niet dat je het nooit meer mag veranderen. Het gaat erom dat iedereen dezelfde dingen op dezelfde manier doet. Je mag ze altijd wijzigen als er een betere manier is. Zolang je de standaard maar aanpast en zorgt dat iedereen op de hoogte is.

Verminder uitzonderingen

Uitzonderingen gaan vaak mis en kosten veel tijd en geld. Zorg dus voor zo min mogelijk uitzonderingen.

Uitzonderingen kunnen in van alles zitten, bijvoorbeeld:

- Verschillende verzendmethodes op basis van de waarde of het gewicht.
- Bestellingen uit verschillende webshops die op een andere manier ingepakt worden.
- Ruilingen waarbij je soms het nieuwe product al opstuurt en soms wacht tot het originele product retour is gekomen.

Hoe minder manieren je hebt om iets te doen, hoe minder fouten je maakt.

Dat je een product levert aan je klant, geldt voor iedere webshop. Maar welke service je verder biedt, is voor iedereen anders. Dit kan afhangen van het type producten dat je verkoopt of wat je concurrenten doen. Belangrijk is dat je bewuste keuzes maakt in wat jij wel en niet doet. Daarbij hoef je niet maximaal flexibel te zijn om klanten tevreden te maken. Zolang je maar duidelijk en consequent bent.

Kies jij voor een bepaalde service aan je klant? Maak het dan een standaard proces. Bijvoorbeeld het afhalen van bestellingen.

Voorbeelden van keuzes die je vooraf kan maken:

- Afhalen bij je magazijn. Indien ja: kan iemand met PIN betalen? Kunnen ze ook komen ruilen? Misschien niet de moeite als het 5 keer per maand voorkomt.
- Palletzendingen. Als grote zendingen maar 2 keer per jaar voorkomen is het goedkoper deze in meerdere dozen te versturen dan op dat moment een palletzending te boeken. Komt het 2 keer per week voor? Maak het standaard en laat iedereen weten hoe je een palletzending aanmeldt.
- Aantal verschillende dozen. Bestellingen moeten goed in een doos passen, maar neem zo min mogelijk verschillende formaten dozen. En zorg dat je grootste producten ook in 1 doos passen zodat je geen 2 dozen aan elkaar hoeft te plakken.

“Hoe minder manieren je hebt om iets te doen, hoe minder fouten je maakt.”

Elimineer de alles-weter

Misschien ken je hem of haar wel? Die magazijnmedewerker die alles weet en alles kan. Iedereen kan de hele dag bij deze collega terecht voor alle vragen. Wat zou je zonder de alles-weter moeten? En dat is precies het probleem. Je kunt eigenlijk niet zonder. Dus als deze persoon op vakantie of ziek is, functioneert het magazijn niet optimaal. Zo'n alles-weter wil je dus niet

“Wat zou je zonder de alles-weter moeten?”

hebben. Je magazijn moet zó simpel zijn, dat iedereen alles weet.

Zorg dat iedereen die (soms) in het magazijn werkt weet hoe de processen gaan, hoe tools (hardware en software) werken

en waar alles te vinden is. Dit heeft een aantal voordelen:

- Omdat je het aan iedereen moet uitleggen, moeten de processen en tools simpel zijn.
- Je magazijn loopt een stuk soepeler en er is minder stress als iedereen zelfstandig kan werken.
- Je bent flexibeler in het opvangen van drukte en ziekte.

Laat af en toe iemand van marketing of de klantenservice meelopen in het magazijn. Niet alleen leuk voor de afwisseling, het zorgt er ook voor dat medewerkers feeling met het hele bedrijfsproces houden en makkelijker kunnen bijspringen bij drukte of ziekte.

Snelheid komt vanzelf

Als ondernemer of manager wil je graag efficiëntie. Maar in een magazijn is snelheid totaal onbelangrijk als er fouten gemaakt worden. Fouten in een webwinkel-magazijn zijn zeer kostbaar. Te vroeg focussen op snelheid om kosten te besparen kan er voor zorgen dat je magazijn snel een hele dure operatie wordt.

Efficiënt word je door eerst te focussen op zo min mogelijk fouten maken: First Time Right, zorgen dat je het in één keer goed doet. Daarna kun je gaan werken aan de snelheid.

Behandel elke fout als een to-do

Om echt efficiënt te worden, behandel je iedere fout als een to-do. Je kijkt wat er mis ging, lost dit op en zorgt ervoor dat de fout niet nog een keer kan gebeuren. Dit doe je niet eenmalig, maar continu bij elke fout. Als je dat doet, kan de hoeveelheid fouten soms al 10 keer lager worden.

Werk je nagenoeg foutloos? Good job! Dan is nu het moment om naar de snelheid te kijken. Misschien is de routing in je magazijn niet logisch waardoor orderpickers teveel meters lopen? Of misschien gebruik je de paktafel niet optimaal? In andere hoofdstukken ga ik hier verder op in.

Weet altijd je voorraad

Elke webshop zou realtime en automatisch moeten weten hoeveel voorraad er is. Het lijkt misschien veel werk om de voorraad nauwkeurig bij te houden, maar als je dit niet realtime bijhoudt verlies je op elke andere handeling in je magazijn veel tijd.

Per product wil je precies weten:

- Hoeveel er op de plank ligt.
- Hoeveel er gereserveerd zijn voor klanten (bijvoorbeeld van bestellingen die je nog moet versturen) en voor welke bestellingen.
- Hoeveel er de komende tijd binnen komen en wanneer dat gebeurt.

Met deze informatie hoef je nooit in het magazijn te kijken hoeveel je op voorraad hebt. Hierdoor kan de klantenservice sneller werken, bespaar je veel tijd bij het inkopen en kun je klanten proactief op de hoogte brengen van de levertijd.

Houd ook de geschiedenis van voorraad bij. Daarmee kan je slimmere beslissingen maken over je inkoopbeleid en makkelijker de oorzaak van foutieve voorraad achterhalen.

Het is onvoldoende om voorraadinformatie in Excel bij te houden omdat je dat niet realtime kan synchroniseren met je webshop.

Veel webshop software heeft wel de mogelijkheid om bij te houden hoeveel je vrije voorraad is, maar niet hoeveel er nog op de plank ligt of hoeveel je al ingekocht hebt. Ook kan de meeste webshop software geen geschiedenis van de voorraad tonen. Daarom zul je in de meeste gevallen extra software nodig hebben naast je webshop, zoals Picqer of een plugin in je webshop.

Typ nooit iets over

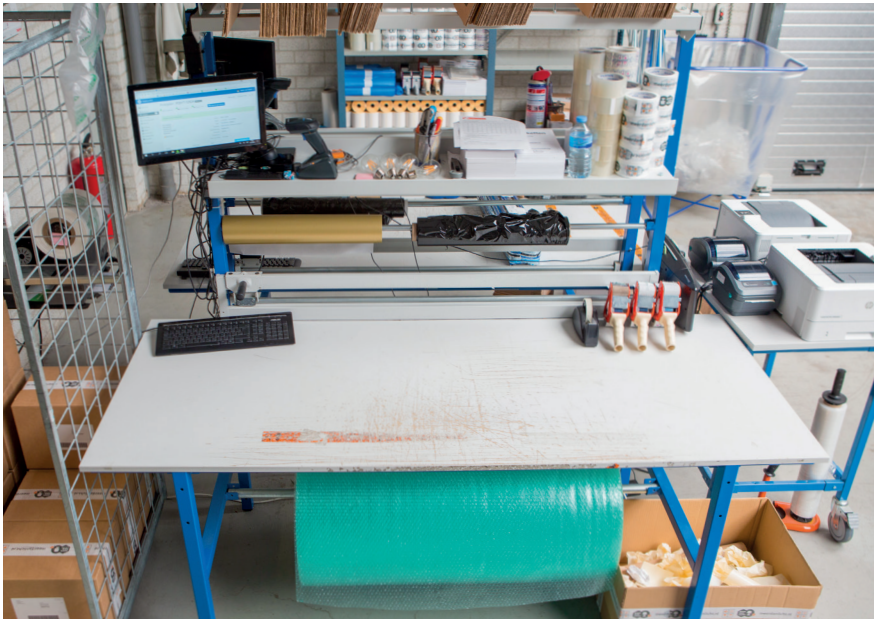
Het voordeel van een webshop is dat je klant alle informatie al invult, zoals het adres en de producten die je moet leveren. Dat betekent dat je nooit iets zou hoeven overtypen om een bestelling uit te leveren. Ook niet voor een verzendlabel of voor een factuur. Dat is zonde van de tijd.

Koppel alle systemen die je gebruikt aan elkaar zodat gegevens automatisch worden overgenomen. Als je aan de slag gaat met automatiseren, stel dan de eis dat je nooit gegevens hoeft over te typen.

De paktafel

Zorg voor een goede plek voor het inpakken en verzenden van bestellingen: de paktafel. Leg al het materiaal dat je nodig hebt binnen handbereik, zoals dozen en tape zodat dat je daar niet voor hoeft te lopen.

Veel paktafels hebben het werkblad iets boven heuphoogte, maar het is soms beter om een iets lager werkblad te nemen. Het is dan makkelijker producten in de doos te stoppen en de doos dicht te plakken.



Zo ziet een paktafel eruit.

Dit wil je bij je paktafel hebben: computer, barcode scanner, labelprinter voor verzendlabels, dozen, tape, opvulmateriaal en een plek om ingepakte bestellingen snel weg te zetten.

Daarnaast moet je hier ook alles kunnen doen voor extra's die je biedt, zoals het inpakken van cadeaus of het schrijven van een persoonlijk kaartje.

Schoon en opgeruimd

Hoe minder spullen je hebt, hoe minder er in de weg kan staan. Bepaal van alle spullen die bij je paktafel staan of je ze echt nodig hebt of dat ze weg kunnen.

Geef alle spullen een vaste plek en duidt ze aan. Bijvoorbeeld door de omtrek van een schaar te tekenen op de plek waar de schaar hoort.

Als je meerdere paktafels hebt, zorg dat ze allemaal precies hetzelfde zijn. Zo maakt het niet uit wie op welke paktafel werkt, ze werken allemaal hetzelfde.

Maak je paktafel en omgeving regelmatig schoon. Als je werkt in een schone omgeving zet dat de verwachting neer dat je dingen goed en secuur doet. Bovendien zorgt een schone werkplek voor minder slijtage van je spullen.

Computer op stahoogte

Als je veel in je magazijn geautomatiseerd hebt maak je continu gebruik van een computer. Zorg dat je per paktafel een computer hebt. Het liefst kun je die makkelijk bedienen als je staat. Zo kun je snel informatie opzoeken, zonder dat je daarvoor hoeft te gaan zitten.

Goed gereedschap is het halve werk

Bespaar niet op materialen die je in het magazijn gebruikt. Want ergernissen die ontstaan door verkeerd of slecht materiaal, halen binnen de kortste keren de waarde in van die paar tientjes die je hebt bespaard op de tools. Zorg bijvoorbeeld voor snelle computers, goede barcodescanners die ook goed in het donker werken en snelle printers. Zorg daarnaast ook voor genoeg materiaal zoals taperollers, weegschalen en enveloppen.

Inpakken als zombies

Hoe goed je medewerkers ook zijn: zodra het druk is en ze hebben honderden bestellingen te verwerken, lezen ze niet meer. Zorg dus dat er zo min mogelijk mis kan gaan omdat ze iets niet ‘gezien’ hebben. Zorg dat je medewerkers als zombies bestellingen kunnen inpakken en versturen.

Als je meerdere verzendmethodes hebt, laat dan automatisch de goede verzendmethode voorselecteren. Zo heeft de inpakker aan 1 knop genoeg en krijgt zij altijd het juiste verzendlabel.

“Zorg dat je medewerkers als zombies kunnen inpakken en versturen.”

Ook is het slim om met barcode scanners elk product te scannen. Zo heb je extra controle dat het juiste aantal van het goede product wordt ingepakt en. Voor meer informatie zie het hoofdstuk “Gebruik barcodes”.

Maak processen niet te klein

Het opdelen van een lang proces in meerdere kleine processen is in de meeste gevallen af te raden. Kleinere processen voelen sneller, maar het geheel duurt vaak langer en je maakt meer fouten.

Neem bijvoorbeeld het verwerken van een bestelling. In het extreme geval kan je het opknippen in de volgende losstaande processen die door verschillende medewerkers worden uitgevoerd:

- Picklijsten uitprinten.
- Producten verzamelen uit het magazijn en per bestelling in een bak plaatsen.
- Bij de paktafel per bak de producten controleren en het verzendlabel afdrukken.
- Producten inpakken in de verzendoos en het label op de doos plakken.
- Dozen in de rolcontainer van de pakketdienst plaatsen.

Het proces is opgedeeld in 5 kleinere processen. Dit heeft een aantal gevolgen:

- Het oppakken en wegzetten van de bestelling tussen de processen kost meer tijd dan wanneer 1 iemand het hele traject in 1 keer doet.
- Elke medewerker die met de bestelling bezig gaat heeft wat opstarttijd nodig zoals het bekijken of er iets bijzonders moet gebeuren.
- Doordat producten staan te wachten tussen de processen (dit noem je tussenvoorraden) heb je minder overzicht over hoeveel bestellingen je vandaag nog moet doen.
- Bij tussenvoorraden kunnen fouten ontstaan zoals een doos die omvalt of op de verkeerde plaats wordt neergezet. Daarom wil je tussenvoorraad zo veel mogelijk voorkomen.

“Kleinere processen voelen sneller, maar het geheel duurt vaak langer”

Het is beter om het verwerken van een bestelling in één doorlopend proces te doen door dezelfde medewerker. Dit kost in totaal minder tijd, vermindert fouten en geeft een beter overzicht.

Picken en inpakken apart

Een knip in het proces die je wel kan maken: apart de producten picken, en door iemand anders de producten controleren, inpakken en verzenden.

Het eerste deel speelt zich af tussen de magazijnstellingen, de rest gebeurt bij de paktafel. Paktafels nemen veel plaats in en het is zonde om die lange tijd leeg te laten. Ook kan je soms fouten voorkomen als de bestelling door iemand anders gecontroleerd wordt, zonder dat je dubbel werk doet.

Denk er wel aan dat de voorraad tussen beide processen niet te groot wordt. Spreek bijvoorbeeld een maximaal aantal bestellingen af die klaar mogen staan om ingepakt te worden. Wordt de tussenvoorraad teveel, laat dan de pickers helpen met inpakken.

Zie je magazijn als winkel

In een traditioneel magazijn zoals bij een groothandel of importeur, lever je meestal aan bedrijven. Hoe de doos eruit ziet is dan niet zo belangrijk, het gaat om de producten.

Maar bij een e-commerce magazijn stuur je de pakketjes naar consumenten en dit pakketje is het enige fysieke contact dat de klant met je bedrijf heeft. Het pakketje moet er dus mooi, schoon en verzorgd uitzien.

In die zin is je magazijn te vergelijken met hoe je werkt bij de kassa in een fysieke winkel. Denk eens na over de elementen die zich in een fysieke winkel afspelen en die je kan overnemen: de producten worden netjes opgestapeld, de kassabon en pinbon aan elkaar gemaakt, het geheel in een mooie tas gedaan, eventueel een flyer of monstertje in de tas en daarna aangeboden aan de klant.

Automatiseer zo vroeg mogelijk

Automatiseer zoveel mogelijk. Het liefst zo snel mogelijk, ook als je nog relatief klein bent.

Kleine webshops denken soms dat ze nog niet hoeven te automatiseren. Het is namelijk nog niet zo druk en het werkt prima om wat dingen met de hand te doen. Helaas vergeten ze om later wel te automatiseren. En zodra het drukker wordt is de enige uitweg om extra mensen aan te nemen of het magazijn uit te besteden.

Voor ieder magazijn is er een magisch moment waarop je geautomatiseerd zou moeten zijn. Meestal merk je het gelijk als je hier net aan voorbij gegaan bent. Ik zie dat dit moment bij de meeste magazijnen ligt tussen de 80 en 100 bestellingen per dag. Blijf je dan doorgaan zonder te automatiseren? Dan wordt het later moeilijk om de kwaliteit hoog te houden.

Terwijl automatiseren juist als kleine webshop makkelijker is:

- Het is goedkoper en er kan minder mis gaan.
- Je hebt in het begin de tijd om uit te zoeken wat voor jou werkt, voordat het echt druk wordt.

- Je kunt makkelijker groeien en zware pieken opvangen, omdat je minder tijd kwijt bent per bestelling.
- Als kleine webshop ben je meestal met een klein team en zorgt veel automatisering er juist voor dat je je tijd in nuttige zaken kan stoppen, zoals in sales en marketing, in plaats van het overtypen van adressen.

Gebruik Picqer

Picqer is magazijnsoftware voor webwinkels. Met Picqer verwerk je bestellingen 5 keer sneller en elimineer je fouten. Picqer is als een besturingssysteem voor je magazijn: alles wat je in je magazijn doet verwerk je met Picqer.

Je kan alle facetten van een webwinkel-magazijn met Picqer beheren, zoals het versturen van bestellingen, voorraadbeheer, locatiebeheer, inkoop en retouren.

Het ideale moment om te starten met software als Picqer is als je tussen de 50 en 100 bestellingen per dag verwerkt.

“Start met Picqer als je tussen de 50 en 100 bestellingen per dag verwerkt.”

Elk product een eigen code

Een productcode is een uniek nummer dat naar 1 specifiek product verwijst. Met productcodes maak je communicatie tussen medewerkers simpeler en kan je verschillende systemen met elkaar laten samenwerken. In het Engels wordt het een SKU genoemd, de afkorting van Stock Keeping Unit.

Elke variatie van kleur en maat krijgt zijn eigen code. Met alleen de productcode moet jij gelijk weten welk product wordt bedoeld.

Als de producent of je leverancier de producten al productcodes heeft gegeven dan is het het makkelijkste om deze codes ook te gebruiken. Je hoeft er dan zelf niet over na te denken en de productcodes staan al op de verpakking. Ook inkopen is dan makkelijker.

Maar je kan ook zelf je producten een productcode geven. Je mag helemaal zelf weten hoe je jouw productcodes opbouwt, er is geen standaard manier voor het maken van productcodes.

Kies je voor eigen codes? Gebruik dat deze handige tips:

Begin niet met een 0

Begin productcodes niet met een nul (0). Veel programma's (zoals Excel) halen voorloophullend weg. Dat zorgt dat je op de ene plek bijvoorbeeld 00876 gebruikt en op een andere plek 876. Als je nooit met een 0 start, voorkom je dit probleem.

Kies een vaste lengte

Voor de overzichtelijkheid en herkenbaarheid is het makkelijk als alle productcodes even lang zijn. Bijvoorbeeld altijd 8 tekens. Wil je ook leestekens gebruiken? Zet ze dan altijd op dezelfde plaats, bijvoorbeeld 872.87-771 en 325.65-355.

Maak logische reeksen

Als je voor de opbouw van productcodes een goede structuur bedenkt, is het makkelijk een nieuw product een nummer toe te kennen. Ook herken je snel het soort product aan de productcode.

Voor kleding kan je bijvoorbeeld de volgende structuur gebruiken:

- 2 letters voor de productgroep (12 voor broeken)
- 4 cijfers voor het product (4322 voor G-star 301 2013 EU uitvoering)
- 2 cijfers voor de maat (04 voor Large)

- 2 letters voor de kleur (NB voor navy blue)

Dit maakt dat de productcode 12432204NB, of met leestekens de 12.4322.04NB, voor de “G-star 301 broek, 2013 EU uitvoering, maat L in navy blue”.

Een gevaar bij vaste reeksen is dat een reeks te klein kan worden. Misschien start je met maar 1 cijfer voor een maat omdat je nu maar 7 maten gebruikt. Maar na 2 jaar komen er toch meer maten bij, waardoor het niet meer in de vaste reeksen past. Zorg dus dat je genoeg ruimte houdt voor toekomstige variaties.

EAN, UPC of GS1 codes

Je mag zelf weten wat je als productcodes voor je producten gebruikt, maar er zijn ook standaard codes die je niet zomaar mag gebruiken. Zoals de GS1 codes, die in Europa vroeger EAN heette en in Amerika UPC.

Als je GS1 codes wilt gebruiken moet je die aanvragen bij de GS1 organisatie. Je krijgt dan een unieke reeks nummers die niemand anders gebruikt. Deze codes zijn 13 cijfers lang en worden veel gebruikt in de retail om te zorgen dat je in 1 winkel niet verschillende producten met dezelfde code hebt.

Als je producten wilt verkopen op platformen zoals Bol.com of Amazon moeten je producten een GS1 code hebben.

Gebruik barcodes

Het is zonde om een verkeerd product naar je klant op te sturen. Dit kun je grotendeels voorkomen door van elk product dat je verstuurt de barcode te scannen. Software zoals Picqer geeft dan aan of je het goede product of een verkeerd product hebt gepickt. Dit is de goedkoopste manier om fouten te verminderen.



Een “barcode” is alleen de zwart-witte streepjes zelf. Je kan alles als tekst in de barcode zetten. Vaak zit de productcode of de GS1/EAN code in de barcode. Door de barcode kan een computer snel de tekst lezen die erin verwerkt zit. Wat er eigenlijk gebeurt als je een barcode scant, is dat de barcodescanner de code “typt” op je toetsenbord en vervolgens op de “enter” toets drukt. Maar dan supersnel.

Ik zie bij webshops die geen barcodes scannen, een foutmarge van 1 tot 4%. Een fout is bijvoorbeeld het verkeerde product, een product te weinig of een product te veel inpakken en versturen.

Een verkeerd opgestuurd product kost je gemiddeld 30 minuten om op te lossen, aan klantenservice, verwerken van de retour en 2 maal extra verzendkosten. Bij een foutmarge van 1% is dat 18 seconden per bestelling. Scannen kost minder dan 18 seconden per bestelling. Het is dus altijd goedkoper om je uitgaande producten te scannen.

De meeste producten die je niet zelf produceert, hebben al barcodes op de verpakking. Zorg dat je software deze barcodes herkent.

Hebben je producten nog geen barcode? Dan kan je overwegen deze toe te voegen zodra ze binnenkomen bij de inkoop, of je leverancier te vragen barcodes aan de verpakking toe te voegen.

Locaties beheren

Het inrichten van goed beheer van je voorraadlocaties kost best veel werk, maar je hebt er ook veel voordeel van. Het is het echt waard om er een week voor vrij te maken.

Onder locatiebeheer valt het in kaart brengen van de locaties die je hebt, hoeveel van elk type je hebt, hoeveel er beschikbaar zijn en welke producten je waar wilt hebben.

“Het is het echt waard om een week vrij te maken voor locatienummers.”

Locatienummers

Om te beginnen met locatiebeheer moeten al je locaties een eigen locatienummer hebben. Het werkt net als de tafelnummers in de horeca, het maakt communiceren onderling makkelijker en nieuwe medewerkers zijn sneller ingewerkt.

Als je elke locatie een logisch en uniek nummer geeft, heeft dat de volgende voordelen:

- Nieuwe medewerkers kunnen snel aan de gang. Geef ze een picklijst met locatienummers en ze kunnen redelijk efficiënt hun eerste order picken.
- Ervaren pickers blijven onder druk nog steeds efficiënt.
- Nieuwe producten toevoegen aan je magazijn is makkelijker, leg ze op een vrije locatie neer, voer het nummer in je WMS in en je bent klaar. Picken van deze nieuwe producten kost evenveel tijd als producten die je goed kent.
- De inrichting van je magazijn wordt flexibel.

Uitgangspunten

Houd bij het nummeren van je magazijn rekening met het volgende:

- Zorg dat nieuwe medewerkers direct snappen hoe je magazijn is opgebouwd met zo min mogelijk uitleg en zonder iets te hoeven onthouden. Het is eigenlijk net als bij IKEA. Zelfs in een vestiging waar je nog nooit bent geweest, weet je vrijwel direct het goede product uit de stellingen te pakken.
- Maak de nummers zo specifiek mogelijk. Het liefst 1 productcode per voorraadlocatie. Maar om sneller te starten kan je ook eerst alleen de stellingen of planken nummeren.
- Zonder productkennis moet je producten kunnen vinden. Maak dus geen stellingen voor een bepaald merk.

Het nummeren

Er zijn een hoop manieren waarop je nummers kan opbouwen, maar voor het gemak behandel ik alleen de meest logische voor een typisch webwinkel magazijn.

Zou bouw je een locatienummer op:



Een locatienummer wil je zowel op macro- als op microniveau duidelijk hebben. Macroniveau: zodat je gelijk weet welke richting je op moet (zone en gangpad). Microniveau: als je voor de juiste stelling staat je direct het goede product kan pakken.

Je hoeft natuurlijk alleen de delen te gebruiken die in je magazijn van toepassing zijn.

De opbouw van bovenstaand nummer is hoe locaties vaak genummerd worden, maar niet elk onderdeel is nodig. Als je geen zones hebt, sla dan de eerste letter over. Hetzelfde geldt voor de planken en vakken. Als je ze niet hebt, sla je het nummer gewoon over.

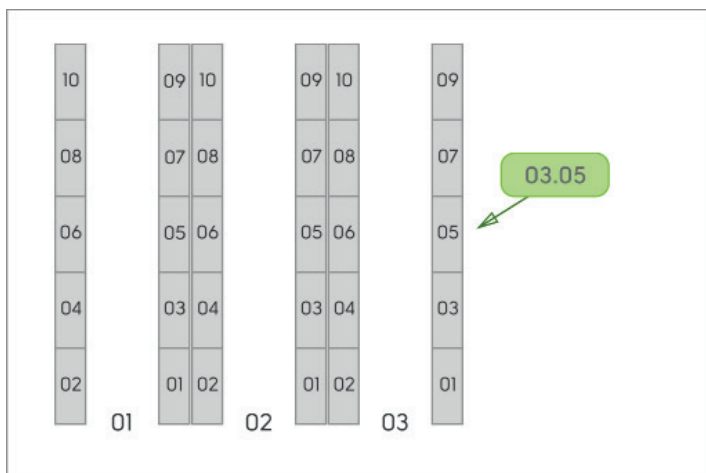
Extra tips

- Nummer gangpaden in plaats van stellingrijen en nummer de stellingen in een gangpad als huisnummers, met rechts de oneven nummers en links de even nummers. Zo krijg je al een goede looproute als je de locaties in Excel sorteert.
- Gebruik voorloophulpen om elke sectie even lang te houden. Zoals 05 bij ons gangpad-nummer, omdat we meer dan 9 gangpaden hebben. Als de nummers altijd even lang zijn, zijn de onderdelen voor onze hersenen sneller te herkennen.
- Scheid de onderdelen in de nummers met punten of streepjes. Dus 03.05 of 03-05 in plaats van 0305.
- Als je metalen stellingen hebt, kun je de locatienummers op magneten plakken en die op de stellingen plakken. Op die manier kun je makkelijk de stellingen en locaties veranderen zonder stickers te hoeven pulken.
- Heb je ook producten die je op de vloer zet en niet in een stelling, teken daarvoor dan vlakken op de grond en nummer ook deze locaties.

Voorbeelden

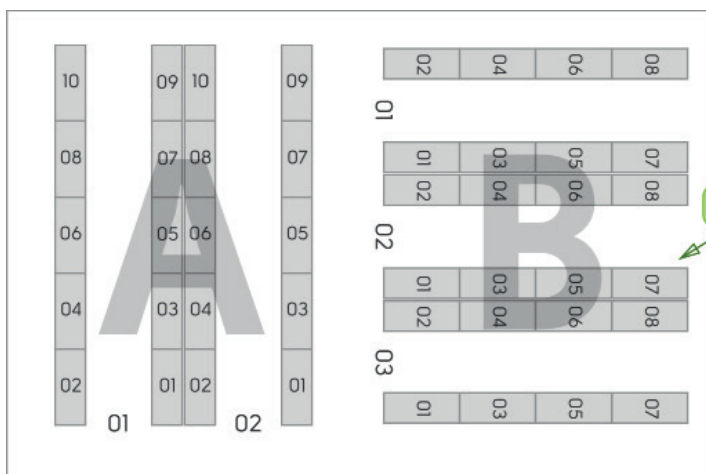
In voorbeeld 1 zie je een bovenaanzicht van een eenvoudig magazijn. Elk grijs vlak is een stelling. Omdat het maar 1 ruimte is maken we geen gebruik van een zone-letter. In dit voorbeeld staan 3 gangpaden, met oneven nummers rechts en

de even nummers links. Het volledige stellingnummer van de aangewezen stelling is dus 03.05.



Voorbeeld 1

picqer.com



Voorbeeld 2

picqer.com

In voorbeeld 3 een vooraanzicht van 2 stellingen, stelling B.02.05 en B.02.07. Nummeren van planken doe je van onder naar boven. Op een plank kan je zoveel bakken of vakken maken als je wilt. De aangewezen bak krijgt nummer B.02.05.3.03, omdat het plank 3 is en bak 03.



Voorbeeld 3

picqer.com

Bordjes

Voorzie alle locaties duidelijk van bordjes of stickers zodat pickers niet hoeven nadenken of ze bij het goede vak staan. Zorg ook dat de gangnummers nog zichtbaar zijn als je in een gangpad loopt.

Het is slim zoveel mogelijk het volledige nummer te tonen. Dus bij een stelling 'A.05.12' tonen in plaats van '12', en bij een vak 'A.05.12.2.02' in plaats van '2.02' of '02'. Dat maakt het checken dat je bij de goede locatie staat makkelijker.

Begin klein

Als je niet gelijk je hele magazijn wil voorzien van bordjes kan je ook klein beginnen. Het nummeren van je zones, gangpaden en stellingen is al een goede start. Koppel die in Picqer of je webshop software aan de juiste producten en je hebt een goed begin. Dit kan je in de meeste magazijnen in een dag doen. Het is beter morgen te beginnen met gangpaden en stellingen, dan pas over een half jaar je volledige magazijn te nummeren.

Zorg wel dat je bijhoudt welke locaties vrij zijn. Het moment dat er bijvoorbeeld producten uit je assortiment gaan, ontstaan er gaten in je magazijn. Door deze slim te beheren, weet je op elk moment waar je nog ruimte hebt. In magazijn-software zoals Picqer kan je locaties indelen in verschillende types, zodat je snel een vrije locatie kunt vinden van een bepaald type. En door locaties in verschillende lagen aan te maken, krijg je locaties duidelijk per rij en stelling te zien in een visueel overzicht.

Houd op elkaar lijkende producten uit elkaar

Een tip die op het eerste gezicht vreemd lijkt maar echt werkt: leg geen producten naast elkaar die erg op elkaar lijken. Leg bijvoorbeeld een blauw shirt met korte mouwen niet naast eentje met lange mouwen. Tijdens het picken valt het verschil niet op en voor je het weet, stuur je het verkeerde product naar je klant.

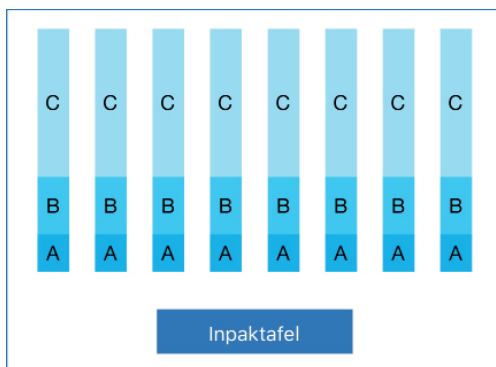
Als je locatienummers gebruikt en op basis daarvan je route door het magazijn loopt, maakt het niet uit dat vergelijkbare producten niet bij elkaar liggen. Je loopt dan naar een specifieke locatie toe en ziet daar maar 1 type blauw shirt liggen, zo ben je zeker dat je het goede product te pakken hebt.

Loop minder

Magazijnmedewerkers lopen tot wel 60% van hun werkdag. Door het slim indelen van het magazijn kan je veel looptijd verminderen.

Het is hiervoor handig om te weten wat je A, B en C producten zijn. Dat is een logistiek dingetje. De A-producten zijn de top 10% producten die je het meest verkoopt. De B-producten de top 20% na de A-producten en C is de 70% die je het minste verkoopt.

Als je weet wat je A, B en C producten zijn, kan je je magazijn zo indelen dat je voor A-producten minder hoeft te lopen. Dat scheelt je op een dag vele meters.



In dit voorbeeld staat de paktafel op de kopse kant van de rijen, zo heb je de kortste lijnen naar elke plek in je magazijn. In dit geval leg je de A-producten op de kopse kant, daarna B en achteraan de C-producten.

Een ander voordeel van deze opstelling is dat je de hardlopers verspreidt over alle gangen en niet allemaal in 1 gang legt, dat maakt het makkelijker om met meerdere mensen tegelijk te picken zonder elkaar in de weg te lopen.

Loop nog minder met batch-picking

Het “picken” van een bestelling betekent het uit het schap halen van de bestelde producten en ze naar de paktafel brengen. Je kan dit op verschillende manieren doen, met allemaal hun eigen voor- en nadelen.

Met batch-picking verzamel je in 1 ronde de producten voor meerdere picklijsten tegelijkertijd. Hoe groter je magazijn en hoe kleiner de producten, des te meer voordeel je hebt van batch-picking.

Per bestelling picken

De eenvoudigste manier van picken is per bestelling. Je pakt de oudste bestelling, loopt door het magazijn om de producten te pakken, doet ze in de doos, plakt er een verzendlabel op en klaar.

Het voordeel is dat er weinig fout kan gaan en het nieuwe medewerkers snel uit te leggen is.

Dit werkt goed als je grote producten hebt (zoals fietsen, zwembaden of gereedschap) of als je magazijn klein is waardoor je relatief weinig loopt.

Batch-picking

Bij batch-picking verzamel je in 1 ronde door je magazijn meerdere bestellingen tegelijk.

Kies voor het aantal bestellingen dat je in één keer mee kan nemen. Het aantal ligt vaak tussen de 6 en 24. In dit voorbeeld nemen we 12 bestellingen per batch. Zorg dat je software je 1 lijst kan geven met alle producten van deze 12 bestellingen op goede volgorde voor je magazijn.

Tijdens het 'lopen' van een batch houd je de bestellingen gescheiden, dus aparte bakken voor elk van de 12 bestellingen. Het kost te veel tijd om alles in één bak te stoppen en aan het eind van de ronde de producten weer uit elkaar te zoeken, dan kan je beter per bestelling picken.

Aan het einde van één ronde door het magazijn heb je 12 bakken met alle producten voor 12 bestellingen. Bij de paktafel kan je per bestelling de producten inpakken en versturen.

Rond de batch helemaal af voordat je met de volgende begint. Je kan de zendingen die gereed zijn dan apart zetten zodat je er niet

meer naar om hoeft te kijken. Dit zorgt voor meer rust en voor minder tussenvoorraden.

Singles-picking

Van alle bestellingen die Picqer verwerkt is 59% een bestelling waar maar 1 bestelregel op staat. Dat noemen we een 'single' bestelling. In 2016 introduceerden we een werkwijze om deze bestellingen extra snel te verwerken.

Bij batch-picking houd je de producten per bestelling apart, omdat het later bij elkaar zoeken van de juiste producten per bestelling te veel tijd kost.

Maar bij singles hebben we dat probleem niet, elk product staat op zichzelf. Daarom kan je met een 'singles-batch' veel bestellingen in 1 keer picken en in 1 grote kar stoppen. Als je met die kar bij de paktafel komt en een willekeurig product scant, geeft Picqer je direct de bestelling waar dat product bij hoort en geeft je een verzendlabel.

“59% van alle bestellingen in Picqer is een ‘single’”

Inmiddels gebruiken veel klanten van Picqer singles-picking, waarbij ze 30-80% van al hun bestellingen als singles verwerken. Daarna picken ze de overige bestellingen in normale batches of per bestelling.

Er zijn niet veel software-pakketten die singles-picking ondersteunen. Let daarop, want deze werkwijze bespaart je alleen tijd als software je hierbij helpt.

Andere picking methoden

Er zijn nog andere methoden om te picken, zoals wave-picking en zone-picking. Maar deze methoden zijn bijna nooit interessant voor webwinkel-magazijnen die minder dan 5000 bestellingen per dag verwerken.

Mocht je toch een andere methode willen gebruiken? Laat je dan adviseren door een specialist en zorg voor goede software om de processen te ondersteunen.

Houd klant op de hoogte

Een klant wordt gelukkig als je hem goed en proactief op de hoogte houdt. Stuur bijvoorbeeld direct een mail zodra je de bestelling hebt ingepakt. Veel pakketdiensten kunnen ook zo'n mail sturen zodra het pakket bij hun binnen is, maar dat is vaak te laat. Stel, jouw klant bestelt iets om 10.00 uur. De klant ziet dat het product op voorraad is en dat je de volgende dag levert. Maar, tegen het einde van de dag heeft de klant nog geen verzendnotificatie gehad. Is jouw klantenservice tot 18.00 uur open? Dan kun je er op wachten dat de klant je belt, om te vragen of het product wel vandaag de deur uit is gegaan. Maar ook de klanten die niet bellen zitten in spanning. En dat is niet het gevoel dat je aan je klant wilt geven. De mail die je vervoerder om 21.00 uur stuurt is dus te laat.

Wat je beter kunt doen? Als jij om 14.00 uur de bestelling afrondt en het meegeeft aan de vervoerder, de klant meteen een mailtje sturen. Hiermee voorkom je een duur contactmoment met de klantenservice. En je zorgt voor een gerustgestelde klant. Het pakketje is onderweg!

Het kan voorkomen dat een product toch niet op voorraad is, dat de levering een dag is vertraagd of iets anders wat je liever niet aan je klant wil vertellen. Toch is het belangrijk om ook in dit

geval je klant meteen op de hoogte te brengen. Hoe netter je zo'n situatie oplost, hoe meer tevredener je klant blijft.

Vorbereiding

Een gezegde bij defensie is: “Maak je druk als je het rustig hebt, zodat je rust hebt als het druk is.” De gedachte is dat je drukke periodes kan verzachten door in rustigere periodes al vooruit te werken.

De meeste webwinkels hebben op vrijdag de rustigste dag van de week en op maandag de drukste. Je kunt op vrijdag wat langzamer werken en even genieten van de rust, maar wie slim is verzet dan al voorbereidend werk om te zorgen dat de maandag rustiger wordt.

“Maak je druk als je het rustig hebt, zodat je rust hebt als het druk is.”

Ik ben verschillende magazijnen tegen gekomen die veel bestellingen van 1 specifiek product hebben. In rustige periodes pakken ze al veel van die producten in een verzenddoos, zodat ze tijdens drukke periodes alleen nog een verzendlabel op de doos hoeven te plakken om de bestelling te versturen.

Andere werkzaamheden die je op rustige momenten kan doen om drukke momenten te verzachten:

- Voorraad tellen
- Pick-voorraad aanvullen vanaf bulklocaties
- Inkoopbestellingen die binnen zijn gekomen verwerken
- Hardlopende producten verplaatsen naar beter bereikbare plekken

Blijf verbeteren

Niemand kan in één keer een perfect magazijn inrichten, dus zorg voor een goed begin en hou regelmatig je werkwijze tegen het licht. Bekijk waar knelpunten zitten en hoe je die kunt oplossen.

Blijf jezelf verbeteren door elke maand een half uurtje bij elkaar te zitten met iedereen die in je magazijn werkt. In zo'n 'verbetermeeting' bekijk je gezamenlijk wat er beter kan. Je hoeft niet alles wat verkeerd is te benoemen, alleen de allerbelangrijkste punten die op dat moment spelen.

Bepaal gezamenlijk de punten die zorgen voor de meeste fouten of de meeste tijdsverspilling. Bekijk hoe je deze punten zo eenvoudig mogelijk kan oplossen en los ze binnen een week op.

Als je elke maand een verbetermeeting houdt, word je continu beter.

Woordenlijst

De logistieke wereld heeft zijn eigen woorden. De belangrijkste zijn:

ABC-producten - je kan je producten verdelen over A-, B- en C-producten. Op basis van hoe vaak je een product verkoopt (en soms nog maal de marge per product). A-producten zijn de top 10% producten, B de 20% na de A-producten, en C de laatste 70%. Dit wordt vaak gebruikt om de locatie in het magazijn te bepalen en hoeveel veiligheidsvoorraad je nodig hebt

Backorder - het deel van de bestelling dat niet geleverd kan worden omdat het niet op voorraad is en later geleverd wordt zodra de voorraad is aangevuld

Barcode - een streepjescode die door een computer gescand kan worden zodat die weet om welk product, bestelling of zending het gaat

Colli - in hoeveel 'delen' een bestelling of zending wordt verstuurd, meestal het aantal dozen dat er in 1 zending zit

EAN 13 code - 13-cijferige code die uniek is per product, voornamelijk gebruikt in de retail om producten bij de kassa

te scannen. De EAN code (tegenwoordig ook wel GS1 code) zijn 13-cijfers en kan ook als barcode worden weergegeven

HS-code - internationale standaard codering voor type product voor douane, invoer en uitvoer

(Order)picker - de persoon die de producten uit het magazijn haalt, inpakt en verstuurt

Paktafel - de tafel en de ruimte om de tafel waar bestellingen worden ingepakt

Picken - het lopen door het magazijn om producten uit de schappen te halen (picken) voor bestellingen

Picklijst - een lijst van alle producten van 1 of meerdere bestellingen die je uit het magazijn moet 'picken', vaak gesorteerd op volgorde van locatie

Retour - een bestelling die teruggekomen is van de klant, bijvoorbeeld omdat het product niet past of de kleur niet mooi is, maar ook omdat je het verkeerde product hebt opgestuurd

SKU - afkorting van stock keeping unit, ook wel bekend als productcode of artikelnummer, is een unieke code voor een specifiek product dat je op voorraad hebt

Vrije voorraad - dit is hoeveel stuks je van je voorraad nog kan verkopen, dus hoeveel liggen er nog op de plank (12) minus

hoeveel heb je al verkocht maar nog niet gepickt (3) maakt dat je
 $12-3 = 9$ stuks vrije voorraad hebt

WMS - warehouse management system, software voor het
beheren van een magazijn

