



En revolution inom detaljhandeln:

Så har covid-19
påverkat
teknikinvesteringarna

Om rapporten

Den här rapporten granskar den nuvarande situationen inom detaljhandeln, och hur de senaste 18 månaderna har påverkat branschen. Rapporten utgår från europeisk forskning från Savanta på uppdrag av Brother.

Resultatet har kombinerats med expertutlåtanden från återförsäljare i Storbritannien och Tyskland, samt från Paul Hamblin, branschexpert och chefredaktör på Logistics Business Magazine.

Om Savanta

Savanta är experter inom datainsamling, forskning och rådgivning, med kontor i London och New York. Företaget bildades genom en sammanslagning av flera specialiserade byråer som ville skapa ett övergripande erbjudande för en mängd olika branscher och geografiska områden.

Savanta använder både kvalitativa och kvantitativa metoder för att samla data och generera övertygande, användbara insikter. Målet är att inspirera till förändring och hjälpa klienter att fatta evidensbaserade beslut.

Om Paul Hamblin

Paul Hamblin är erfaren skribent, redaktör och kommentator i frågor kopplade till brittisk och europeisk logistik. Han har intervjuat branschledare i Sverige, Danmark, Storbritannien, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Italien, Spanien och Belgien.



Innehåll

Tekniktrender inom detaljhandeln i hela Europa

Vilken teknik investerade detaljhandeln i under pandemin?

Planer direkt efter pandemin

Vägen framåt – detaljhandelns investeringsmål

Strategiska steg att överväga för långsiktig framgång

Logistik och hemleverans

Säkerställer nöjda kunder, oavsett var de handlar

Digital omvandling måste ske löpande

Pandemin försatte detaljhandeln i "överlevnadsläge"

Över en natt förändrades konsumenternas beteende, leveranser försenades och butiker över hela Europa tvingades hålla stängt. För att klara sig igenom den kanske mest omvälvande ekonomiska förändringen i modern tid satte detaljhandeln sitt hopp till tekniken.

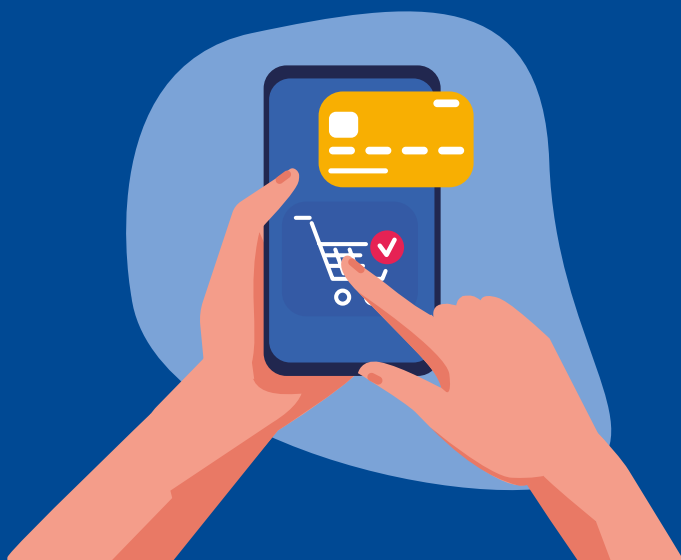
För att förstå vilken enorm påverkan pandemin har haft ville vi ta reda på hur företag i branschen har hanterat situationen och vad de fokuserar på. Vi ville undersöka vilka tekniska lösningar detaljhandeln har investerat i och hur prioriteringarna för planerade och framtida investeringar har förändrats.

Därför beställde Brother en studie av beslutsfattare på detaljhandelsföretag i hela Europa från marknadsundersökningsföretaget Savanta. Studien innehåller utlåtanden från detaljhandelse experter och -journalister från hela Europa. De har berättat om sina upplevelser och vilka investeringar de planerar framöver. Vi har anonymiserat några av uttalandena som skulle kunna vara kommersiellt känsliga.

De vittnar om hur krisen ledde till en blixtsnabb förändring av kundernas shoppingbeteenden, som i sin tur påskyndade övergången till ett antal tekniska lösningar som redan hade introducerats inom detaljhandeln.

Över hela Europa tvingades detaljhandeln hantera tre aspekter som pandemin drev fram: **kontantfri betalning (75 %), ökad efterfrågan inom e-handeln (73 %) och en obalans i tillgång och efterfrågan (70 %).**

Vi delar deras insikter i den här rapporten för att underlätta branschens pågående återhämtning, och vi hoppas att den kan ge dig ökad kunskap om prioriterade teknikinvesteringar och hur de kan bidra till ökad effektivitet, produktivitet, säkerhet och hållbarhet inom just ditt företag.



75 %

av återförsäljarna svarar att pandemin har påskyndat övergången till ny teknik

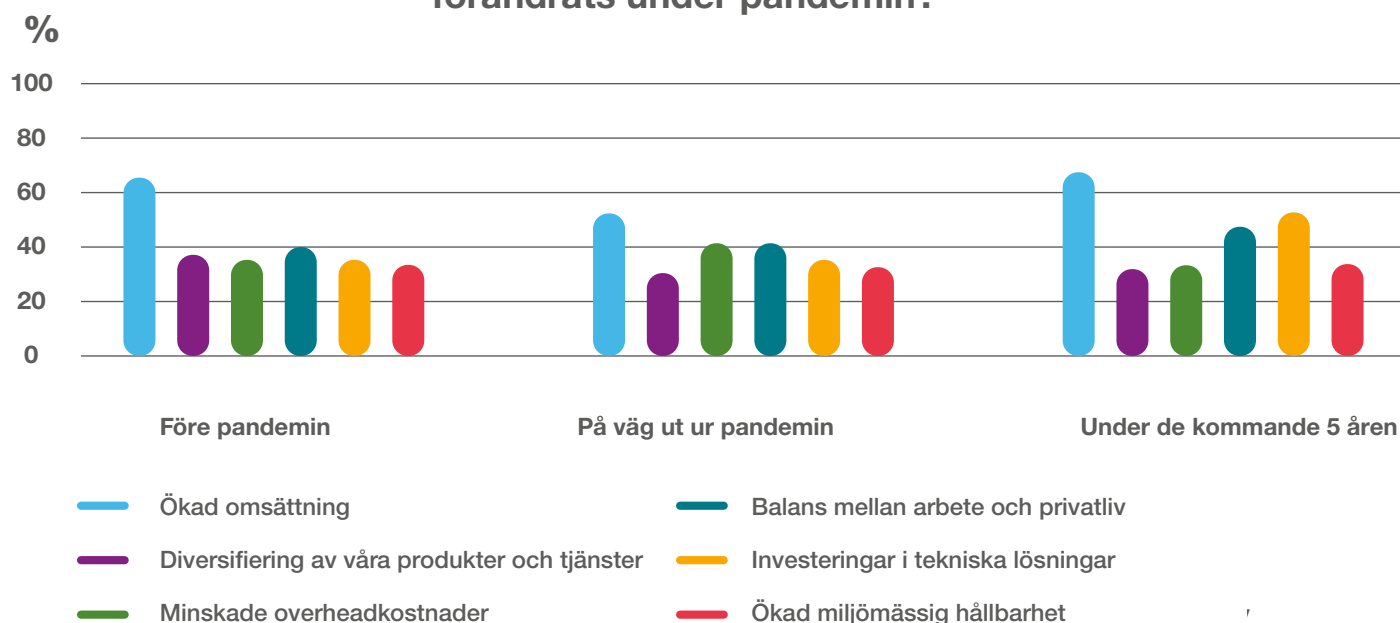


Tekniktrender inom detaljhandeln i hela Europa

Nya och förändrade prioriteringar

När vi tittar närmare på drivkrafterna för detaljhandels tekniksatsningar ser vi att de har förändrats till följd av de nya utmaningar som pandemin har skapat.

Hur har dina strategiska prioriteringar förändrats under pandemin?



47 %

svarar att investeringar i tekniska lösningar kommer att prioriteras de kommande fem åren

Samtidigt som ökad tillväxt var en prioriterad fråga under hela pandemin kan vi se att krisen skapade ett ökat fokus på minskade overheadkostnader till följd av oförutsedda pandemirelaterade utgifter, som munskydd och plastskärmar – ett fokus som nu har dämpats.

En av de tydliga prioriteringar som fortsatte att öka i betydelse under hela perioden var målet att uppnå balans mellan arbete och privatliv. Detta återspeglar att pandemin har skapat ett större fokus på kollegornas välbefinnande, inklusive fysisk och psykisk hälsa.

Det är även positivt att se att företagens planer för miljömässig hållbarhet förblev oförändrade, trots utmaningarna i samband med pandemin, och att miljöarbetet nu har ännu högre prioritet än före krisen.



Teknikutgifterna sköt i höjden under pandemin. Men när det gäller investeringar i tekniska lösningar märks en tydlig trend.

Medan bara 36 % av detaljhandelsföretagen svarade att de fokuserade på teknikinvesteringar före pandemin, är det nu en prioritering för 47 % av företagen under de kommande fem åren.

Det kan vara ett tecken på att de teknikinvesteringar som gjordes under pandemin var mer reaktiva än strategiska, men att detaljhandelsföretagens fokus nu har övergått till att omvandlas till motståndskraftiga och hållbara verksamheter redo för framtiden.

Det står klart att de återförsäljare som misslyckas såväl med att hålla jämna steg med konkurrenternas förbättrade och effektiviserade processer som att hantera komplexiteten i O2O-modellen (online to offline) och att uppfylla kundernas allt högre förväntningar kommer att bli de stora förlorarna.



Företag i fokus

IT-chef på ett klädföretag i Storbritannien



Ledande aktörer, som Amazon, har förändrat sättet att shoppa helt under de senaste 7–8 åren, och framför allt under det senaste året. Covid-19 drev på boomen inom e-handeln, men Amazon var redan väl förberedda, jämfört med vår organisation som tvingades gå från noll till hundra på bara ett år.





Vilken teknik investerade detaljhandeln i under pandemin?

Vilka av följande tekniska lösningar eller områden har din organisation investerat i till följd av coronapandemin?

De 5 vanligaste svaren



Förbättrade onlinekanaler för kundservice, t.ex. livechatt



En utökad returpolicy



AI för automatiserad sortering och arkivering av skannade dokument



Appar och AR-teknik som förbättrar köpupplevelsen online



Elektroniska kvitton



Vi kan se att detaljhandelns investeringar avspeglade den nödvändiga övergången till e-handel, inklusive mobila lösningar, i syfte att optimera onlineupplevelsen för kunder som inte längre besökte de fysiska butikerna.

Detaljhandeln införde lösningar som livechatt för att förbättra sin kundservice, erbjöd onlinebetalning med e-kvitton och strävade efter att utöka sin returpolicy.

Just förbättringarna i returhanteringen har gått längre än att bara omfatta själva policyn – t.ex. genom förlängda returtider – och omfattar även satsningar som gör kundprocessen snabbare, smidigare och, viktigast av allt, felfri.

Ett tidigare kanske undervärderat inslag i den här processen är behovet av tydliga, tåliga och korrekta etiketter i alla steg av leverans- och returprocessen. Investeringar i optimala märkningslösningar, från tåliga, handhållna märkmaskiner till industriella etikettskrivare för stora volymer, har gjort det möjligt att tillgodose kundernas förväntningar och undvika kostnader till följd av att produkter levereras till fel adress, eller inte går att leverera alls.



Företag i fokus

Chef för specialiserade SAP-applikationer på ett livsmedelsföretag i Tyskland



Vi har själva utvecklat programvara som möjliggör digitisering av de följesedlar som krävs för att leverera en produkt. När produkterna kommer till fabriken har vi redan informationen i systemet och behöver bara överföra den digitalt till lastbilschauffören. Under coronapandemin var det extra viktigt att minimera kontakten mellan människor. Före pandemin var 70 % av följesedlarna elektroniska, nu är det 90 %.



Insikt: De fem främsta faktorerna bakom behovet av nya märkningssystem

Pandemin ledde till en explosionsartad ökning av e-handeln för alla typer av produkter, trots att de globala leveranskedjorna drabbades av stora störningar. Företagen övergick alltmer till onlinebeställningar, vilket ökade behovet av industriella skrivare för att kunna hantera leverans, varumottagning, lagerhantering, inventering samt plocklistor och packsedlar på lagret.



Aktörer med stora volymer inom tillverkning och distribution förlitar sig numera i stort sett fullständigt på industriella skrivare med robust metallhölje och lång livslängd för att skapa tåliga och hållbara etiketter.



Men investeringarna omfattar inte bara krävande miljöer. Utökningen av leveransmetoder för att uppfylla kundernas förväntningar, från DSD (Direct Store Delivery) till BOPIS (Buy Online, Pick up In Store), betyder att märkningslösningar behövs på fler platser i företaget.



Detaljhandeln måste göra gemensamma satsningar på förbättrad spårbarhet och bibehållen efterlevnad av ständigt föränderliga kundkrav, myndighetsbeslut och lagkrav, exempelvis gällande läkemedel och livsmedel.



Lösningarna är inte längre lika dyra, och därmed är de tillgängliga för fler leverantörer som utökar sina portföljer med produkter i lägre prisklasser.



Bakom kulisserna omvandlar integrerade lagerhanteringssystem en mängd dokument digitalt, som följesedlar, orderbekräftelser och fakturor, så att de kan skannas direkt och på så sätt underlätta arbetet i butiken och snabba på leveranstiderna ytterligare. 42 % av detaljhandelsföretagen investerar nu i AI för automatiserad sortering och arkivering av skannade dokument.

Paul Hamblin, chefredaktör på Logistics Business Magazine, en paneuropeisk publikation, förklarar hur integrerade, digitala system kan hantera returprocessen – en av detaljhandelns mest kostsamma utmaningar: ”Besvärliga processer kan automatiseras med hjälp av ett lagerhanteringssystem med returhantering.”

”Sådan programvara underlättar övergången från manuell till digital hantering och förbättrar spårningen av returer. På sikt kan det även skapa möjligheter att generera ytterligare intäkter genom återvunna eller återtillverkade produkter.”

Investeringar i förstärkt verklighet (Augmented Reality, AR) för att förbättra onlineupplevelsen, inklusive leveranserna, nämndes också bland de fem främsta investeringsområdena. Klädföretaget ASOS har valt att tillämpa AR för att låta onlinekunder klä en virtuell modell digitalt så att de kan se hur olika plagg ser ut tillsammans. Syftet är att underlätta köpbeslutet och reducera antalet returer.





| Planer direkt efter pandemin

**Handelns fokus på digitala köpupplevelser kommer att bestå.
Vad kommer detaljhandelsföretagen att prioritera på kort sikt?**

Bilden är tydlig: Många kunder som började handla online under pandemin med dess restriktioner, har numera förändrat sitt köpbeteende för gott.

Om vi tittar på några av de största europeiska marknaderna (Frankrike, Italien, Nederländerna, Spanien, Storbritannien och Tyskland) stod onlineförsäljningen för 12 % av den totala omsättningen år 2019, 16,2 % år 2020 och 15,3 % år 2021. Även om omsättningen minskade något till följd av de lättade restriktionerna ser vi fortfarande en betydande ökning av andelen onlineköp.

Detaljhandelsföretagen planerar i linje med detta att investera i en rad tekniska lösningar för att göra e-handelsupplevelsen bättre för kunderna. Möjligheterna att skapa mervärde för kunderna och särskilja sig från konkurrenterna ökat markant inom detaljhandeln, i form av allt från avancerade e-handelslösningar till förbättrade, integrerade logistikprocesser för att underlätta leveranser och retur.

Lagret kan ses som den nya arena där detaljhandelsföretagen konkurrerar med varandra genom förbättrad orderplockningsteknik och automatisering, vilket ger dem som kan och vill investera stora fördelar i form av sänkta kostnader och förbättrad effektivitet.

Integrerade system och processer som informationstäta streckkodsetiketter, robusta och uppkopplade etikettskrivare och intelligenta skanningslösningar som kan hantera komplexa arbetsflöden utgör grunden i de värdeskapande tekniska lösningar som gör det möjligt att tillgodose kundernas förväntningar.

Vilka av följande tekniska lösningar eller processer anser du att det skulle vara bra att investera i under de kommande tre åren?

De 5 vanligaste svaren



Appar och AR-teknik som förbättrar köpupplevelsen online



Elektroniska kvitton



Förbättrad kundservice online (t.ex. livechatt)



Elektroniska etiketter



AI för automatiserad sortering och arkivering av skannade dokument



Insikt: Varför är märkningen så viktig för orderplockningen på lagret?

Kort leveranstid blir en allt viktigare faktor när konsumenterna väljer var de vill handla. 68 % svarar att snabb leverans skulle få dem att beställa online. Och för 36 % av konsumenterna innebär ”snabb leverans” numera att produkten levereras samma dag.

Med ett ökat antal nätbeställningar och tillhörande SKU:er som måste hanteras är en transparent leveranskedja och spårbara produkter ett måste för att uppnå framgångar i alla kanaler.

Varje sekund räknas vid e-handelsleveransen, och i en så hektisk miljö krävs en etikettskrivare som klarar pressen och som ger orderplockaren möjlighet att skriva ut korrekta etiketter överallt på lagret.

Handhållna, bärbara märkmaskiner med låg vikt som är kompakta och robusta ger detaljhandelsföretagen möjlighet att uppfylla de här kraven inom hela sin lagerhantering och logistik.

Här måste företagen se till att de har modeller med IP54-certifiering som ger extra trygghet vid användning i fuktiga och dammiga miljöer, och som har falltestats för att garantera robust och pålitlig prestanda.



Leveransappar kan exempelvis ge kunden möjlighet att följa paketets resa ända fram till dörren, vilket minskar antalet samtal från kunder som undrar var deras leverans befinner sig. Dessutom effektiviserar appinteraktionen även detaljhandelns processer och kostnader.

Paul Hamblin, branschexpert och chefredaktör på Logistics Business Magazine, förklarar: "Genom att informera kunderna om leveransens status och eventuella förseningar ökar antalet leveranser som kan genomföras vid första försöket. Om kunderna meddelar att de inte är på plats för att ta emot paketet kan ruttoptimeringen i appen omdirigera föraren, vilket sparar tid och minskar utsläppen. Den senaste programvaran inom ruttoptimering och telematik kan minska bränsleförbrukningen och koldioxidutsläppen markant för företag med stora fordonsflottor."

Men för de företag som ännu inte är redo att ta steget över till automatiserad paketering och märkning finns det andra sätt att reducera processens miljöpåverkan – från större förändringar som valet av förpackningsmaterial (återvunnet och återvinningsbart) till mer marginella förbättringar som att använda miljömedvetna, energibesparande funktioner på sina skrivare och säkerställa att följesedlarna automatiskt skrivs ut dubbelsidigt.



Vägen framåt – detaljhandelns investeringsmål

Vad kommer detaljhandeln att investera i på lång sikt?

Våra data visar att det finns två tydliga inslag i detaljhandelns investeringsstrategier: att skapa större transparens i den egna verksamheten samt att förbättra erbjudandet till konsumenterna.

Med tanke på den osäkerhet som har dominerat branschen under de senaste två åren är det kanske inte så överraskande att företagen strävar efter ökad transparens och kontroll över den egna verksamheten. 62 % svarar att efterfrågan blir allt svårare att förutspå, och 70 % svarar att störningar i leveranskedjan förekom oftare under pandemin.

Vilka fördelar kan ditt företag uppnå genom att investera i de här tekniska lösningarna eller processerna?

De 5 vanligaste svaren



Mer exakt prognostisering



En mer personlig kundupplevelse



Bättre inventariehantering



Minskad miljöpåverkan



Öka omsättningen

Detaljhandelsföretagen vill ha korrekta realtidsuppdateringar för sin verksamhet och sina leveranskedjor, så att de kan identifiera och reagera på potentiella problem i tid och undvika kostsamma misstag. Många använder redan teknik för förbättrad prognostisering (37 %), inventariehantering (33 %), försäljningsrapportering (31 %) och bevakning av tillgång och efterfrågan (31 %). Motståndskraftiga system och processer kommer att vara avgörande för att kunna planera och genomföra sina strategier mer exakt och fatta väl underbyggda beslut gällande framtida investeringar.

Vi tror att kundcentrering kommer att vara en viktig prioritering även på lång sikt, och kunderna kommer att kunna dra nytta av fortsatta investeringar i mer personliga upplevelser (34 %), mer exakt kundinformation (31 %), en mer sömlös omnikanalupplevelse (30 %) och ett mer kundcentrerat erbjudande (29 %).



Företag i fokus

**Global finanschef,
FMCG-företag, Storbritannien**



Obalanser i tillgång och efterfrågan har förekommit allt oftare, och lagersaldot blir allt svårare att hantera. Covid-19 har gjort oss medvetna om att hårt bantade leveranskedjor kan vara mycket ömtåliga. Målet är inte längre att köpa in alla varor från en enda leverantör, i stället strävar vi efter mångfald.





Strategiska steg att överväga för långsiktig framgång

Ytterligare strategier som kan hjälpa detaljhandeln i efterdyningarna av covid-19

När detaljhandeln nu summerar en period av snabba reaktionära åtgärder för att hantera de omedelbara störningar de upplevde i början av pandemin ser vi ett mer strategiskt fokus på fortsatt framgångsrik verksamhet.

Dubbelt så många som före pandemin (39 % kontra 21 %) svarar att de nu kommer att fokusera mer på långsiktiga kapitalutgifter än på löpande driftskostnader. Detta återspeglas även i synen och satsningarna på teknik.

5 stora trender som kommer att bestå efter pandemin



Fortsatt övergång till e-handel



Svårare att konkurrera med detaljhandelsjättarna



Ökande efterfrågan blir en utmaning för logistiken



Större fokus på cyberbrott



Kontantfria betalningar blir allt vanligare

För de flesta organisationer har pandemin ökat risken för cyberbrott. Oavsett om hotet om skadlig aktivitet beror på förändrade arbetsstrukturer eller effektivare cyberbrottslingar så är detaljhandeln väl medveten om problemet: 69 % fokuserar på att bekämpa cyberbrott.

Föråldrad hård- och mjukvara kan göra i övrigt väl skyddade nätverk enkla att ta sig in i. Alltså måste detaljhandeln säkerställa att alla ingångspunkter och enheter som är anslutna till nätverk, inklusive mjukvara, system och hårdvara som skrivare, är tillräckligt skyddade. Funktionstjänster, där leverantörer av system och lösningar bevakar, förebygger och förhindrar säkerhetshot, är ett annat sätt för detaljhandeln att skydda sin verksamhet på ett mer effektivt sätt.



Företag i fokus

IT-chef på ett klädföretag i Storbritannien



Cyberbrott ligger högst upp på agendan i min verksamhet just nu, framför allt problem med ransomware och liknande. Vi är försäkrade mot det, men det är alltid svårt att veta om en betalning kommer att göras när vi väl står under ett hot. Digital brottslighet och hackning har ökat betydligt till följd av covid-19, framför allt under det senaste året.





Uppgradera din utskriftssäkerhet

Över en tiondel av alla säkerhetsincidenter som påverkar företag involverar en skrivare, varav 59 procent resulterar i dataförlust.

Men det behöver varken vara svårt eller tidskrävande att skydda sina skrivare eller åtgärda de svagheter som cyberbrottslingar oftast utnyttjar. Här är fem saker att tänka på:

Insikt: Fem viktiga faktorer för ökad utskriftssäkerhet

1

Behandla din skrivare som resten av ditt nätverk

Se på dina skrivare på samma sätt som du ser på servrar eller arbetsstationer. Följ samma rutiner för skrivarna, inklusive att ändra standardinställningarna och regelbundet installera uppdateringar och buggfixar. Hitta en leverantör som kan ge dig råd om hur du skyddar dina skrivare – och följ dem.

2

Satsa på stark åtkomstkontroll

Var noga med användarbehörigheter och tillämpa effektiva åtkomstkontroller. Mer avancerade funktioner bör enbart vara tillgängliga för betrodda användare, och allt ska vara lösenordsskyddat.

3

Uppdatera din firmware och hårdvara regelbundet

Håll hårdvaran uppdaterad. Det pågår en kapplöpning mellan cyberbrottslingarna och de programutvecklare som jobbar för att skydda dina data – om du låter bli att installera uppdateringar för drivrutiner och firmware ökar risken att drabbas. Och om dina skrivare är för gamla för att kunna uppdateras är det hög tid att uppgradera till ett säkrare alternativ.

4

Integrera heltäckande kryptering

Se till att dina data är krypterade hela vägen, ända tills papperet fylls med bläck eller toner. På så sätt går dina data inte att komma åt, varken vid överföringen från nätverket eller när de lagras på själva skrivaren.

5

Använd alltid äkta förbrukningsartiklar

Använd äkta förbrukningsartiklar från Brother, som bält- och trumenheter med rengöringsfunktion så att inga avtryck finns kvar. Oäkta förbrukningsartiklar kan lämna kvar avtryck av tidigare utskrifter och skriva ut dem på nya dokument.



Logistik och hemleverans

De viktiga sista stegen i kundupplevelsen

Detaljhandeln strävar nu efter att hantera de ökande kraven på deras logistikfunktion. 62 % uppger att konsumenternas ökade krav är en utmaning för deras nuvarande logistik och infrastruktur.

Nästan lika många (64 %) svarar att de begränsas av manuella eller långsamma processer som skulle kunna automatiseras, men som i stället gör det svårt att nå affärsmålen.

För att förbättra e-handelsupplevelsen har detaljhandeln infört förbättrade spårningstjänster (62 %), realtidsuppdateringar om leveranser (56 %) samt Click & Collect (56 %), eftersom konsumenterna alltmer ser detta som grundläggande måsten.



Detta har inneburit att hemleveranserna har blivit alltmer digitaliserade. 73 % uppger att digitaliserade arbetsflöden är effektivare än pappersbaserade system. De introducerar initiativ som elektroniska kvitton (87 %), skanning av fysiska dokument (85 %), utökade returvillkor (80 %), AI för sortering och arkivering av skannade dokument (73 %) och mjukvara för teckenigenkänning (68 %).



Företag i fokus

VD

på ett livsmedelsföretag i Tyskland



Konsumenternas krav har ökat – de vill ha spårning i realtid, vilket vi erbjuder, och vi erbjuder även expressleverans. Det är ett betydligt dyrare alternativ, men många väljer det ändå, vilket är ett tydligt tecken på att dagens konsumenter vill ha snabbare leveranser. Antalet expressleveranser ökade med runt 40 % under 2020.





Paul Hamblin, branschexpert och redaktör, kommenterar forskningsresultaten så här: "Lagerhanteringssystem som optimerar kontroll och lagring av varor på lagret eller distributionscentret skapar stora fördelar för användarna.

Och automatiserad orderplockning, inklusive den ökande användningen av robotteknik, är en viktig pusselbit såväl inom e-handeln som för butikernas distributionscenter."

"Detaljhandeln tar hjälp av den här tekniken för att uppnå snabbare och exaktare orderplockning, dygnet runt, framför allt vid toppar som julhandeln eller Black Friday."

De här processerna möjliggör exakt, effektiv identifiering av stora datamängder. Streckkodsetiketter kan exempelvis ge detaljhandelsföretag alla data de behöver för att effektivt kunna lokalisera, identifiera och leverera artiklar.



Insikt: Tre saker att tänka på vid valet av etiketter

Märkningsfel kan kosta upp till, och över, 10 000 kronor per pall i böter, och äta upp en betydande del av vinsten för de logistikföretag som ansvarar för säker varuhantering. Det är därför oerhört viktigt att etiketterna håller måttet. Här finns tre viktiga aspekter att beakta:

Vidhäftningsförmåga

En viktig faktor att ta ställning till för att avgöra vilken typ av lim och material som lämpar sig bäst för dina användningsområden är om ytan som etiketten ska fästas på är jämn eller ojämn.



Temperatur

Stora temperaturförändringar kan slita hårt på etiketten. Om ett paket kommer att förvaras långa stunder utomhus eller transporteras långa sträckor krävs en etikett som tål extrem värme och kyla.



Hållfasthet

Många paket kan utsättas för fukt och kemikalier på sin väg genom leveranskedjan, och därför krävs ofta mycket hållfasta och resistent etiketter.



Många företag upplever redan stora fördelar tack vare lagerhanteringssystemen. "Precisionen är 100 % i dag, jämfört med 85 % för implementeringen. Systemet har reducerat antalet fel med 90 %, förbättrat hämtningstiderna med 95 % och maximerat lagringsutrymmet med 95 %", berättar Kashif Rasheed, WMS-projektledare inom Union Coop.

Avancerade, integrerade märkningssystem med tillhörande stationära och mobila skrivare kommer också att ha stor betydelse, både för att säkerställa större precision och för att möjliggöra ytterligare effektivisering av lagerprocesserna.

Så här säger Gary Carlile på nShift, som utvecklar leveranshanteringssystem:

"Vid bearbetningen av beställningar, på detaljhandelsföretagets eget lager eller via en logistiktjänst från tredje part, innebär det enorma effektivitetsfördelar att kunna producera rätt etikett i rätt tid och integrera den med olika leveranssystem.

Vi strävar efter 500 millisekunder per transaktion, vilket innebär att samtidigt som WMS skickar en begäran till vår plattform så returnerar vi den."





Nöjda kunder, oavsett var de handlar

En bättre upplevelse såväl online som i butik

De fysiska och virtuella köpupplevelsorna blir alltmer sammanvävda. En kund kanske ser en produkt i sociala medier, kontrollerar butikssaldot på butikskedjans hemsida och besöker den lokala butiken för att prova plagget, innan köpet sker online. Hela upplevelsen måste vara konsekvent, personlig och sömlös.

För att uppnå detta behöver kunddata från alla kanaler och platser förenas för att ge kunderna relevant marknadsföring, sätta dem i kontakt med dina produkter, ge dem enastående kundservice och erbjuda säkra betalningsalternativ.

Amazon har länge varit den gyllene standarden för exceptionell, integrerad kundservice online, som den övriga detaljhandeln har försökt leva upp till.

För de flesta har det varit omöjligt att hålla jämna steg med e-handelsjätten. Men nu, till stor del påskyndade av pandemin, investerar detaljhandeln i e-handelslösningar med det övergripande målet att optimera de digitala processerna för att både effektivisera administrationen och förbättra kundupplevelsen.

Nu när detaljhandeln investerar i ny och innovativ teknik för att uppnå ytterligare konkurrensfördelar – visar forskning att företagen planerar att investera mer i teknik efter pandemin – Det är värt att notera att det inte finns någon genväg till framgång, lika lite som det finns en enda universallösning som kommer att göra verksamheten mer effektiv, kostnadseffektiv eller säker.

Före coronavirusets utbrott svarade bara 36 % av detaljhandelsföretagen att de prioriterade investeringar i teknik, medan 75 % nu uppger att pandemin har påskyndat deras satsningar. Kanske ser vi nu början på (eller en återgång till) en mer strategisk syn på investeringar i teknik för detaljhandeln. Här bör fokus ligga på att skapa ett sömlöst informationsflöde mellan hårdvara, som etikettskrivare, och integrerade lagerhanteringssystem för att möjliggöra effektiva processer.

Insikt: Kortare butiksköer för kunderna

Nu kan betalningen ske kontantfritt var som helst i butiken, precis där kunden befinner sig.

Oavsett om det rör sig om mobila betalterminaler som kortar ned köerna, digitala stationer för beställning och betalning som effektiviserar transaktionerna, eller de hygieniska fördelarna i att slippa hantera kontanter, så är köupplevelsen på väg att transformeras genom teknik som får allt att gå enklare, smidigare och snabbare.

Flexibla, kontaktfria betalsystem är förutsättningen för den här förändringen. Och de butiker som kan erbjuda kontantfri hantering kommer att ha störst möjlighet att lyckas i detaljhandels ”nya normala”.

Dessutom använder allt fler butiker handhållna märkmaskiner för att förse produkterna med etiketter, och enheter som kan skriva ut och skanna kvitton på butiksgolvet, vilket skapar kortare väntetider för konsumenterna.



Slutsats: Digital omvandling måste ske löpande

Pandemin avslöjade och fördjupade befintliga svagheter i detaljhandelns processer. Den ledde till en rekordökning inom e-handeln som vissa stod väl förberedda inför, medan andra tvingades kämpa för att komma ikapp. Några stupade till och med längs vägen.



Som svar på detta behövde detaljhandeln snabbt lansera nya onlinekanaler och, med vår hjälp, digitisera sina arbetsflöden.

Till en början handlade det om ren överlevnad, vilket många lyckades med.

Nu har många aktörer system på plats som kommer att medföra resursbesparingar, ökad effektivitet och en förbättrad kundupplevelse framöver.

Men det finns alltid mer att göra.

I en bransch där marginalerna alltid är pressade kan små förbättringar göra stor skillnad.

Detaljhandeln måste fortsatt analysera sina processer och hitta förbättringsmöjligheter – och vi finns här för att hjälpa till, enligt vårt motto "At your side".

När branschen anpassar sig och utvecklas är det de som tar hjälp av rätt stöd och expertis i tekniska frågor som kommer att kunna hantera framtidens utmaningar bäst.



Företag i fokus

Global finanschef, FMCG-företag, Storbritannien

“

Vi överraskades över att vi var så motståndskraftiga. Vi brukar utforma kontinuitetsplaner för olika utmaningar, och vi hade förutsett ett antal scenarier. Men ingen kunde förutse det här – och ett och ett halvt år senare har vi ändå klarat oss helt okej.

”

brother

at your side

Kontakt:

www.brother.se

Brother Sverige

Hulda Lindgrens gata 6B, 421 31 Västra Frölunda

Tel.: 031-734 12 00

Fax: 031-734 12 50

Samtliga specifikationer är korrekta vid trycktilfället och kan komma att ändras. Brother är ett registrerat varumärke som ägs av Brother Industries Ltd. Produktnamn är registrerade varumärken eller varumärken som ägs av respektive företag.