

Tesco gebruikt Mercareon voor inbound goederenstromen bij haar Centraal-Europese distributiecentra

Webgebaseerde time slot management oplossing reduceert wachttijden voor leveranciers, verbetert warehouseprestaties en verbetert de “on-shelf-availability”.

Breda, 12 november 2015 - Tesco heeft zopas de implementatie van Mercareon afgerond. Mercareon is deel van de Transporeon Group en biedt een Software-as-a-Service-platform (SaaS) aan voor time slot management in de retailindustrie. Tesco heeft met behulp van dit systeem de inbound goederenprocessen geoptimaliseerd in haar distributiecentra in Polen, Hongarije en Tsjechië. Het is de Centraal-Europese operatie van Tesco die verantwoordelijk was voor het project en het systeem als eerste in hun organisatie heeft ingezet. De retail magazijnen en andere distributiecentra van de Tesco-keten zijn aangesloten op het platform en de uitrol van het systeem is voor Tesco een onderdeel van een continu verbeterproject.

De touwtjes van de implementatie waren in handen van Jim Dickson, Supply Chain Development Manager voor Tesco Central Europe. Hij legt graag uit waarom voor de uitrol van het nieuwe systeem is gekozen: “Onze distributieactiviteiten kennen drie pijlers: goederenontvangst, warehouse management en outbound transport. In Centraal Europa hadden we al de beschikking over goede oplossingen voor de laatste twee activiteiten. Voor het managen van de goederenontvangst gebruikten we nog een wat simpele, op spreadsheets gebaseerde, tool.”



De manier waarop Tesco werkte bij de ontvangst van goederen zorgde voor frustratie bij leveranciers en hun vervoerders. Het boeken of het verplaatsen van een tijdslot voor een levering was een handmatige en tijdrovende bezigheid. Aanvullend zorgde het systeem naar vervoerders toe niet bepaald voor een goed inzicht in de wachttijd van een truck voor het lossen van een lading bij het distributiecentrum. En dat maakte het lastig voor deze vervoerders om ritten in te plannen voor later op de dag en zo de beschikbaarheid van het wagenpark te optimaliseren. “Al met al kunnen we stellen dat dit systeem onze leveranciers niet echt ondersteunde. Ze zullen ook niet het gevoel hebben gehad dat ze een onmisbare partner waren voor onze activiteiten.”

Door handmatig te werken ontstonden er bovendien problemen voor Tesco zelf, meldt Dickson. Leveranciers waren niet altijd in staat om te leveren binnen de gegeven tijdsloten. Bovendien arriveerde ongeveer veertig procent van de trucks te vroeg op de warehouselocatie in de hoop dat ze gebruik zouden kunnen maken van een eerder tijdslot. “Dit leidde ertoe dat we veel moeite hadden om magazijnpersoneel op een efficiënte manier te koppelen aan een losklus.” Daarbij is de Tesco-business in Centraal Europa erg “promotion-driven”, vertelt Dickson.

“Dat kan leiden tot plotselinge vraagpieken. En wanneer deze zich voordeden, vonden leveranciers het vaak moeilijk om de juiste tijdsloten te bemachtigen voor het leveren van de grotere hoeveelheid

goederen dan normaal in een korte tijd. Met als gevolg dat er een grotere kans bestond op lege schappen en teleurgestelde klanten.”

Eenvoudige en bewezen oplossing

De beperkingen van het weinig flexibele systeem leidden tot een zoektocht naar een betere oplossing in de markt. De keuze viel daarbij op Mercareon, een webgebaseerd platform dat het best



is te omschrijven als een inbound goederen management oplossing. Het systeem is in gebruik bij veertig retailers en in ruim driehonderd warehouses verdeeld over vijftien landen wereldwijd. “We vonden de eenvoud in de aanpak van Mercareon erg prettig. Het was makkelijk te integreren met onze bestaande IT-systemen”, aldus Dickson. “Bovendien was het feit

dat veel van onze bestaande leveranciers en ook hun vervoerders het systeem al gebruikten, extra fijn. Het betekende dat het gebruik in elk geval bij een aantal vervoerders soepel zou verlopen.” Intussen werken al 3.200 leveranciers en 10.000 vervoerders met het Mercareon-platform om de leveringen naar hun retailklanten te organiseren.

Het gebruik van Mercareon is eenvoudig voor leveranciers en hun vervoerders. Zodra ze van Tesco een melding ontvangen van een inkooporder kunnen ze inloggen in het systeem. Vervolgens voeren ze het bewuste PO-nummer in en zijn ze in staat om een gewenst of beschikbaar tijdslot te boeken voor hun levering. Dickson: “In tegenstelling tot ons oude systeem, kunnen ze ook buiten kantooruren een tijdslot boeken.”

Op verzoek van Tesco is er in het Mercareon-systeem een kleine aanpassing gedaan. De lengte van een tijdslot gekoppeld aan een levering is afhankelijk gemaakt van de grootte van een order. “Daardoor weet de vervoerder precies met hoeveel tijd hij rekening dient te houden bij het lossen. Dit biedt hem de kans om zijn volgende ritten nog beter te plannen.” Dickson vervolgt: “Het Mercareon-systeem heeft de dynamiek van de relatie tussen ons en onze leveranciers veranderd. Als wij niet in staat zijn om te voldoen aan de aan hen beloofde wachttijd, dan kunnen ze ons nu ook hierop aanspreken.”

De verbeteringen voor leveranciers hebben ook een rechtstreeks effect op Tesco. Dat vervoerders beschikken over duidelijke, accurate en betrouwbare data betekent ook dat ze volgens Dickson beter kunnen voldoen aan geplande tijdsloten. Hij voegt daaraan toe dat dit helpt bij het opstellen van de planning voor de interne operaties van de retailer, maar ook leidt tot de zekerheid dat er voldoende magazijnpersoneel beschikbaar is op het moment dat de vervoerder arriveert voor het lossen van de goederen.

Volledige transparantie

De veranderingen die Tesco implementeerde met de adoptie van het Mercareon-systeem leidde tot meer voordelen. Dickson: “Onze Centraal-Europese operaties kenden voorheen een landgerichte management structuur, nu is dat een regionale en soms zelfs een Europese. Het maakt het contact



met partners in de keten eenvoudiger. Onze supply chain teams en onze grotere wereldwijde leveranciers hebben nu één contactpunt voor de hele regio.” Voor het creëren van een goed overzicht van de prestaties van leveranciers en vervoerders dienden de supply chain teams in het verleden een verzoek in te dienen voor het combineren van data afkomstig van diverse distributiecentra en landen. Dat was een behoorlijk bewerkelijke klus, meent de Supply Chain Development Manager. “Nu kunnen ze met één druk op de knop de data zien én delen in één

enkel rapport.” De volgende fase waarin Tesco en Mercareon samenwerken heeft als doel om de prestaties betreffende “on-shelf-availability” te verbeteren. Dat doel moet bereikt worden door leveranciers te helpen bij het verbeteren van hun dagelijkse leverprestaties met behulp van het platform. “Als wij een order hebben geplaatst en een vervoerder heeft geen bepaalde tijd voor de levering gereserveerd, dan kunnen we hem een melding sturen met de vraag waarom hij dat niet heeft gedaan of wat er mis is.” Volgens Dickson kan deze kwaliteitsstap de Tesco-klanten helpen aan een nog betere winkelervaring.

Tesco was, op het moment van schrijven, in distributiecentra live met het Mercareon-platform in alle vier de landen waaruit de Centraal Europese organisatie bestaat. Daaraan voegt het binnen de regio voor het eind van het jaar nog eens tien DC's toe. “We werken al met Mercareon samen om hun producten nog meer te integreren met ons bestaande warehouse management systeem”, vertelt Dickson. Hij stelt dat dit de productiviteit en accuratesse van data ten goede zal komen. Ook zal dit magazijnpersoneel bijvoorbeeld een nog duidelijker beeld geven van de precieze locatie en status van trucks die bij een DC arriveren.

Koppeling tussen Mercareon en Transporeon

Tesco is op een andere locatie ook bezig met het koppelen van het Mercareon-platform en het Transporeon-platform. Tesco Primary Distribution, de afdeling binnen Tesco die de rol van 3PL provider op zich heeft genomen, draait al met het Transporeon-systeem, een zusterproduct van Mercareon. Dickson: “Dat deel van de business maakt gebruik van Transporeon om het goederentransport van en naar de leveranciers te regelen. Het integreren van de twee systemen zal ons een beter beeld geven op de hele supply chain.” Tesco heeft ook plannen om Mercareon uit te rollen naar andere divisies in Europa en Azië.

“Bij Tesco investeren we niet in nieuwe technologie omdat het nieuw is. We steken ergens alleen geld in als we direct zien hoe we er voordeel mee kunnen creëren voor onze klanten”, concludeert Dickson. “Eén van de aspecten in het traject met Mercareon waarover we erg tevreden zijn is de bereidheid vanuit de leverancier om heel ver te gaan en het systeem zo te ontwikkelen dat ook wij er enorm veel voordelen mee kunnen behalen.”

David Williamson, Country Manager UK & Ireland, voegt hier nog aan toe erg trots te zijn op het



project dat gezamenlijk werd geïmplementeerd. “De weg die TESCO en MERCAREON samen hebben afgelegd was en is nog steeds het toonbeeld van een mooi partnerschap! Dankzij MERCAREON werden de inbound goederenprocessen van TESCO geoptimaliseerd, heeft het transparantie gebracht voor alle partijen en bovendien brengt het enorm veel voordelen met zich mee voor de vervoerders, leveranciers en TESCO zelf. Een echte uitdaging om zo’n grootschalig project op te zetten met zo’n grote retailketen.

EINDE PERSBERICHT

Over Mercareon

Mercareon is een SaaS-platform dat retailers in verbinding zet met zijn leveranciers en vervoerders om de logistieke processen te optimaliseren aan de hand van time slot management, yard management en reporting. Meer dan 40 retailers, 10 000 vervoerders en 3 200 leveranciers maken al gebruik van het Mercareon-platform verspreid over 15 landen. Er zijn meer dan 300 distributiecentra aangesloten op het platform.

Meer informatie: www.mercareon.com