

arvato
BERTELSMANN
Supply Chain Solutions

e-ticaret lojistiğinde ÇEVİK MODELE GEÇTİ



Arvato, e-ticaret sektörüne uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunuyor. Hızlı değişen ve sürekli gelişen e-ticaretin yapısına uygun olarak insan kaynağı, IT altyapısı ve tüm süreçlerde agile (çevik) modeline geçtiklerini belirten Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, Omniticarete özel geliştirdikleri sipariş yönetimi (OMS), depo yönetimi (WMS) ve dağıtım yönetimi (TMS) sistemleri sayesinde müşterilerine entegrasyonlarını çok hızlı yapabilecekleri "Plug&Play" altyapılar sunduklarını, yine bu yapı sayesinde depolama ve dağıtım süreçlerinde verimliliği arttırarak e-ticareti zahmetsiz hale getirdiklerini aktarıyor.

Yaklaşık 18 milyar euro cirosu ve 120 bin çalışanı bulunan Alman devi Bertelsmann AG'nin iştiraklerinden Arvato, tedarik zinciri, bilgi teknolojileri ve finansal çözümler alanında markalara hizmet sağlıyor. Arvato Supply Chain Solutions ise dünyada 85 noktada 15 binden fazla çalışanıyla toplamda 1,7 milyon metrekare alanda; Türkiye'de ise İstanbul'da bulunan 6 platformla 130 bin m2 alanda, müşterilerine uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunuyor.

E-ticaret gibi hızlı değişen ve sürekli gelişen bir sektörde altyapının esnek ve süreçlerin ise hızlı olması gerektiğine dikkat çeken Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, insan



Umur Özkal

kaynaklarını ve sistemlerini buna göre tasarladıklarını söyledi. Özellikle omni-channel diye ifade edilen, offline & online, pazaryerleri gibi çok kanallı satışların önem kazandığı bu dönemde, markaların tedarik zinciri altyapılarını zahmetsiz bir şekilde kurabildiklerinin altını çizen Özkal, "Omni-ticarete özel kendi geliştirdiğimiz sipariş yönetimi (OMS), depo yönetimi (WMS), ve dağıtım yönetimi (TMS) sistemlerimiz sayesinde müşterilerimize entegrasyonlarını çok hızlı yapabilecek "Plug&Play" altyapılar sunuyoruz. Depodaki bir ürünün optimum maliyet ve koşullarda nasıl depolanacağını, en hızlı, en verimli nasıl sevk edileceğini, hangi paketleme malzemeleriyle yüksek kalitede ama düşük maliyetle ürünün tüketiciye ulaşabileceğini yine bu yapımız sayesinde kolaylıkla yönetebiliyoruz" dedi.

Dağıtım ve depolama kapasiteniz hakkında bilgi verir misiniz?

500 binden fazla çeşit ürün, 10 milyon adet stok ve günlük 200 bin adedin üzerinde online çıkış hacmini toplamda 130 bin m2'lik kapalı alana sahip 6 tesisimizde sürdürüyoruz. Yeni iş birlikleriyle birlikte bu sayıların artacağını söyleyebilirim. Sipariş fabrikalarımızda paketlediğimiz adet, 2019 yılında 18 milyonu geçti. TMS kullanarak eve dağıtımını yaptığımız online sipariş sayımız ise 2019 yılında 22 milyon desiyi aştı.

İçinde bulunduğumuz pandemi döneminde öncelikle çalışanlarımızın sağlığını koruyabilmek, paralelinde müşterilerimizin iş devamlılığını sağlamak bizler için en önemli konu haline geldi. AVM'lerin kapanması ve insanların evlerinde kalmasının doğal bir sonucu olarak online iş hacimlerinde Black Friday dönemindekine varan artışlar yaşadık. Özellikle de ev-yaşam, kozmetik, kişisel bakım, tüketici elektroniği ürün kategorilerinde 3-4 katına varan artışlar oldu. Bu ivmenin, yılın sonuna kadar normale dönüşle birlikte bir miktar azalarak devam edeceğini öngörüyoruz. Zira artık daha önce online alışveriş yapmayan tüketiciler bile online alışverişin güvenilirliğini ve kolaylığını tecrübe ettiler. Bunun da yılsonu raporlarına yansımaları hep birlikte göreceğiz.

10 GÜNDE BİR PROJE TAMAMLADI

E-Ticaret lojistiği hizmetlerinizle müşterilerinize nasıl destek oluyor ve ne tür avantajlar sunuyorsunuz?

Biz, birlikte çalıştığımız markaların stratejik büyüme partneriyiz. Bizim odak noktamızda e-ticaret ve omni-channel servisler bulunuyor. Müşterilerimizin bu yolculuğunda web sitelerinin kurulumundan, ürünlerinin tüketiciye ulaştırılması ve sonrasındaki satış sonrası hizmetlere kadar her noktada destek oluyoruz. Müşterilerimizle birlikte, tüketicilerin taleplerini karşılamayı, memnuniyet ve güvenlerini yüksek tutmayı hedefliyoruz. Bunu yaparken de çok hızlı olmamız gerektiğinin farkındayız.

E-ticaret, tüm sektörler arasında

"500 binden fazla çeşit ürün, 10 milyon adet stok ve günlük 200 bin adedin üzerinde online çıkış hacmini toplamda 130 bin m2'lik kapalı alana sahip 6 tesisimizde sürdürüyoruz. Yeni iş birlikleriyle birlikte bu sayıların artacağını söyleyebilirim. Sipariş fabrikalarımızda paketlediğimiz adet, 2019 yılında 18 milyonu geçti. TMS kullanarak eve dağıtımını yaptığımız online sipariş sayımız ise 2019 yılında 22 milyon desiyi aştı."

en hızlı değişeni, zaman hassasiyeti anlamında da en duyarlı olanı. Çünkü tüketici olarak hepimiz bunu talep ediyoruz, çünkü buna ihtiyacımız var. Bu temel nedenden dolayı bizim insan kaynağımız, IT altyapımız ve süreçlerimiz süper hızlı olacak şekilde tasarlandı ve son dönemde en çok kullanılan tabiriyle "agile" olacak şekilde yürütülüyor. Pandeminin ilk başladığı dönemde, "Plug&Play" altyapısına ne kadar ihtiyaç olduğunu ve ne kadar önemli olduğunu anladık. Örneğin, Türkiye'de çok değerli ve köklü bir kolonya markasının acil ihtiyacı için 10 gün içerisinde online sipariş sevkiyatlarına başladık. Sıfırdan süreçleri tasarlamak, toplantıları bile sosyal izolasyon nedeniyle online yaparak entegre olmak, test etmek ve sahada da her şeyin doğru çalıştığından emin olarak 10 günde projeyi hayata geçirmek bizim de kendi içimizde kırdığımız bir rekor oldu. Her özel dönem kendi içinde çeşitli fırsatlar barındırıyor, bunu yaşamış olduk.

Plug&play altyapımız ile farklı platformlarda da satış yapmak isteyen müşterilerimize entegrasyon altyapısının yanı sıra platformların yönetiminde de destek oluyoruz. Müşterilerimizin bir sonraki adımda gerçekleştirmek istedikleri hayallerini önden tasarlayıp hazır bir yapı haline getirerek, talep ettikleri zamanda

hızla hayata geçirilmesine destek oluyoruz.

Teknoloji ve AR-GE ekiplerimizle sürekli iyileştirme çalışmaları yaparak, globaldeki uygulamaları da yakından takip ediyoruz. Maliyeti olumlu etkileyecek noktalarda otomasyon/yarı-otomasyon uygulamalarını devreye alıyoruz. Örneğin, tüm sipariş paketlerini, kargo şirketlerine göre sistemsel olarak TMS algoritmasıyla, fiziksel olarak da konveyör ile ayırıyoruz. Ortak etiket basarak, paketlerin bekletilmeden kargo araçlarına yüklenmesini sağlıyoruz. Bu sayede hem on binlerce paket depoda veya kargo şirketinin şubelerinde bekletilmeden tüketiciye sevk edilebiliyor hem de yoğunluk kaynaklı oluşan hataları önleyebiliyoruz. Tüm bu kurgular tüketicilerin güvenini pekiştiren tecrübelerle dönüşüyor ve sektöre olumlu yansıyor.

Tüm yatırımlar için finansal güç çok önemli. Finansal gücümüz sayesinde tüm yatırımlar için gerekli olan maddi kaynağı hızlıca sağlayabiliyor olmamız elbette işimizi kolaylaştırıyor. Müşterilerimizin tek tek gelecek planlamalarını olarak, gelecek kapasite ihtiyaçlarını analiz edip, yerinde ve zamanında yatırımlarla büyümelerine destek oluyoruz. Özellikle pandemi döneminde – yani iş belirsizliğinin fazla olduğu bir ortamda bile- Arvato Bertelsmann merkezinin Türkiye'ye ve bizlere olan güveni sayesinde yatırımlarımıza ara vermeden devam etmekteyiz. Bu sayede yeni projelere tesislerimizde yer verip mevcut müşterilerimizin büyümeleri için de ek kapasite yaratabildik. Bu sayede hem potansiyel müşterilerimiz hem de birlikte çalıştığımız ve e-ticaret iş hacimlerini artırmalarına destek olduğumuz müşterilerimiz ile birlikte büyümeye devam edeceğiz.

2019 yılını ne kadarlık bir büyümeyle kapattınız? 2020 hedefiniz nedir?

Arvato Supply Chain Solutions Türkiye olarak 2019'u %60'lık bir büyüme ile kapattık. Grubun bu anlamda en başarılı birkaç ülkesinden biri olduk. Zor bir yıl olmasına rağmen, Türkiye'nin



potansiyelini bir kez daha göstermiş olmaktan dolayı çok mutluyuz.

2020 yılında öncelikle temennimiz pandeminin tüm dünyada sona ermesi, toplumsal ve ekonomik etkilerinin asgari düzeyde olması. Arvato SCS olarak da, Covid-19 etkisinde kurulan yenedünya düzenine uyum sağlayarak, müşterilerimizin değişen talep ve ihtiyaçlarını en efektif şekilde karşılamaya odaklanıyoruz. En büyük önceliğimiz, çalışanlarımızın sağlığını ön planda tutarak, mevcut operasyonların kesintisiz bir şekilde devam etmesini sağlamak. Bu kısa ve yoğun süreçte yeni çalışma modelleri oluşturduk ve uygulamaya aldık. 2020’de bu modelleri daha da geliştireceğiz.

Kriz anında bile canlı kalması gereken temel sektörler kategorisindeyiz. Bu bilinci üst yönetimden sahaya kadar tüm çalışanlarımız daha yoğun bir şekilde hissettiler. Bu da bizlere ek sorumluluklar yüklüyor. İş süreçlerimizi, her şartta kesintisiz devam edebilecek şekilde ve hijyenden sağlığa, FMCG’den gıdaya kadar daha da çeşitli bir alana taşıyacak şekilde genişleteceğiz. Uzaktan çalışma modellerini kendimize uyan bir yapıda geliştirmeye devam edeceğiz. Çalışanlarımızı daha çok dinleyeceğiz. En değerli gücümüz insan kaynağımız çünkü. Ve elbette sadece markalaşmış firmalar ve online için değil, KOBİ ölçeğinde online/offline satış yapmak isteyen ama kaygıları olan tüm firmaların süreçlerini ek ücret yükü yaratmadan kolaylaştırıp basitleştirerek devam ettireceğiz.

KARGO PERFORMANSINI YÜKSELTİYOR

Tedarik zinciri süreçlerinde nasıl değişimler bekleniyor? Arvato geleceğe nasıl hazırlanıyor?

Robotlar her alanda olduğu gibi tedarik zincirinde de zamanla çok etkili kaynaklar olacak. Bu bağlamda son dönemlerde gerek Avrupa’daki tesislerimizde gerekse fuarlarda



gözlemlediğimiz şey; önemli değişikliklerin özellikle depo teknolojilerinde olacağı yönünde. Bu yeni teknolojilerin iki büyük etkisi olacak. Birincisi, iş hacimlerinin dalgalanmasını kolay yönetebilmek, diğeri ise büyük ölçekli ve standartlaşmış işlerde birim maliyetlerde avantaj yaratmak. Maliyetlerin yönetimi açısından orta vadede, bu yatırımların geri dönüş sürelerinin mantıklı seviyelere gelmelerini bekliyoruz fakat bugünün Türkiye’si için kısa vadede hala tercih edilebilir seviyede olmadıklarını söyleyebiliriz. Dünyanın merkezindeki bir ülke olarak Türkiye’nin; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika’nın lojistik üssü olma hedefini birlikte kurgulamamız ve en önemlisinin teknoloji üretmek olduğunu unutmamamız lazım.

Diğer yandan pandemi sonrası offline’den online’a geçişin artarak devam edeceğini düşünüyoruz.

Arvato SCS depolarından olduğu gibi seçili mağazalardan da müşterilerimiz adına online sipariş çıkabileceğimiz sistem altyapılarına ihtiyacın artacağını düşünüyoruz. Bu konuda pilot uygulamalarımız var. Dağıtımda da kargo hacmimizi tüketici ihtiyaçlarına göre artırıyor ve çeşitlendiriyoruz. Artan “gün içi teslimat” taleplerini karşılamak ve yoğun kampanya dönemlerine daha iyi hazırlanmak için tedarikçi portföyümüze yenilerini

ekledik, eklemeye de devam edeceğiz. Arvato SCS deposundan çıkmadan da Arvato SCS sistem altyapısını kullanan tüm müşterilerimizin siparişlerini Arvato Control Tower ekibi sayesinde takip edebiliyoruz. Teslimatı beklenen siparişlerin güncel durumu, teslimatta sapma varsa nedenleri ile birlikte günlük olarak takip edip raporluyoruz. Bu yakın takip ve raporlama sayesinde ülke çapındaki kargo performanslarının da yükseltilmesi ile ilgili aksiyonlar alabiliyoruz.

E-ticaret sektörüne ilişkin beklentileriniz neler?

Global pazarlardaki e-ticaret penetrasyon oranına bakıldığında Türkiye’nin büyük bir büyüme potansiyeli olduğu çok net görülüyor. 2019’da online perakendenin toplam perakendeye oranı gelişmiş ülkeler ortalamasında %12,3, gelişmekte olan ülkeler ortalamasında ise %6,7 iken Türkiye’de bu oran %6,2 seviyesinde gerçekleşti. Bununla beraber, her sene %35-40 bandında büyüme gerçekleşmeye devam ediyor. Hem Avrupa ülkelerinin gelişimi, hem de Türkiye’deki geçmiş büyüme verilerine baktığımızda, internet kullanımının en yaygın olduğu ülkelerden biri olarak önümüzdeki 5 yıl içerisinde Türkiye’de de bu oranın %10 seviyelerine ulaşmasını bekliyoruz. -

DİJİTAL DNA’MIZI İNŞA ETMELİYİZ

Gelecekte var olabilmek için tüm ülkeler gibi şirketler ve insanların da dijital çağa uyum sağlamak zorunda olduğunu vurgulayan Umur Özkal, şunları aktardı: “Çünkü dijital dönüşüm bir paradigma değişimi ve biz şimdiden hazır olmalıyız. Dijital dönüşüme hazırlanmaya çalışırken, 2020 başlangıcıyla birlikte dünyada her şey ‘pandemi öncesi ve sonrası’ olarak ikiye ayrıldı ve dijital dönüşümü sağlayan şey CTO’lar veya CEO’lar değil, korona oldu. Şimdi bizler de bu dönüşümü herkes gibi kendi bünyemizde

eriteceğiz, DNA’mıza uygun hale getireceğiz. Her zorlu dönem, kendi fırsatlarını da beraberinde getiriyor, yeter ki görmek ve değişmek isteyelim. Bu açıdan hepimiz elbette en iyi yaptığımız şeyi daha da iyi yapmaya devam edeceğiz. Bunu yaparken de yeni yollar deneyeceğiz. Bu sorumluluğumuzun farkında olarak, tüm altyapılarımızı tasarlarken bu bilinçle, öncelikle çalışanlarımızı sonra da birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızı yenedünya düzenine hazırlamaya devam edeceğiz.”