



MARTIN HASILÍK
CEO, Authentica

FULFILLMENT UVOLŇUJE E-SHOPŮM RUCE

Skupina Authentica se již 18 let pohybuje v marketingu, retailu, instore designu, POS/POP médiích a návrhu dekorací, a to velmi úspěšně. Vedle marketingové podpory značek nově zákazníkům nabízíte také outsourcing logistiky pro e-shopy. Proč jste se vydali právě tímto směrem?

Ano, je pravda, že v retailu se pohybujeme už dlouhou dobu a máme mnoho zkušeností ve všech fázích procesu: návrh zadání, brief s klientem, upřesnění jeho představ, realizace návrhu pomocí 3D technologií nebo virtuální reality a konečně realizace v místě prodeje. Nabídka našich služeb je široká, zajišťujeme stojánky pro produkt, tzv. barketky, prodejní stojany a displaye, shop in shop vystavení nebo vybavení celé prodejny. Dodáváme celoevropským fashion brandům dekorace pro jejich prodejny – výlohy i vnitřní prostory. Právě rozložení aktivit v rámci retailu nás vždy podrželo, i v době krize roku 2008.

Jeden z hlavních podnětů, proč rozšířit naše aktivity i na outsourcing logistiky, bylo, že jsme cítili zásadní změny v retailu a posilování e-commerce stránky. Jeden z našich silných klientů, Waterdrop AT, nás o tom přesvědčil už v roce 2018, a tak jsme v roce 2019 začali pro tohoto klienta řešit první čistě fulfillmentové centrum a v roce 2020 se začal realizovat první sklad. V dnešní době mám již dva sklady pro fulfillment, v roce 2022 budeme mít třetí prostor o ploše 5,5 tisíc m² a věříme, že tento sklad bude řízen roboticky.

Co by měly e-shopy brát v potaz, když uvažují o fulfillmentu? Co je třeba zvážit, jaké jsou výhody, jaké nevýhody?

Především by e-shopy měly mít představu o svém sortimentu a větší skladové zásoby produktů. Fulfillmentové centrum, pokud je digitalizované a řízené tak, aby procesy byly digitálně hlídané a neovlivňovala je lidská chybovost, vyžaduje dobré WMS řešení správně propojené s e-shopem / ERP systémem a také dostatečné skladové zásoby zboží pro rychlou distribuci.

Výhody fulfillmentu jsou především úspora času pro e-shopy a možnost věnovat se marketingu a svým produktům. Dalšími výhodami je, že vykrývání sezónnosti neřešíte brigádníky, partner fulfillmentu vám poskytne více služeb a máte kvalitní a okamžitý přehled o svém sortimentu.

Jako častou nevýhodu zákazníci zmiňují, že už si na své produkty nemohou „dohlédnout“, ale to není pravda – dohled umožňuje kamerový záznam nebo přehled v B2B portále, kde má klient informace i o aktuálním počtu kusů zboží na skladě.

V loňském roce jste zažili velké stěhování z areálu bývalé brněnské Zbrojovky na Vídeňskou ulici, dále jste v Syrovicích otevřeli skladovací centrum. To jsou náročné projekty – co na nich bylo nejtěžší?

Na tuto otázku by asi nejlépe odpověděl náš kolega z facility oddělení, protože ten nejvíce pociťoval tlak a obavu ze stěhování nejen od nás, ale především od všech zaměstnanců. Ale i já mohu potvrdit, že stěhování celého výrobního zázemí (kartonážní výroba, chráněná dílna, výrobní zázemí tiskárny, kompletační a skladovací zázemí) a příprava prostoru pro zaměstnance ve výrobě i v kancelářích bylo náročné. Hlavně jsme potřebovali splnit požadavky zaměstnanců a zajistit lepší pracovní podmínky než v původních prostorech Zbrojovky. Myslíme, že se nám to všem podařilo.

Otevření druhé části skladu v logistickém centru Syrovic bylo díky zkušenostem z prvního skladu už v mnoha ohledech jednodušší. Nápor požadavků klientů nejen na fulfillment, ale i na skladování nás ujistil, že jsme se rozhodlivě a správně.

„Přes 80 % našich zaměstnanců jsou osoby se zdravotním postižením a chystáme rozšíření chráněné dílny o další provozovnu.“

Ve Vašich nových prostorách nechybí vedle kartonážní a plastové výroby, tiskárny, dřevovýroby a kompletační výroby ani chráněná dílna. To každá firma nemá. Jak funguje ta Vaše? Čemu se věnuje, koho zaměstnává?

Chráněná dílna Craftwork podporuje naše projekty – kompletaci, balení, skládání komponentů včetně lepení, ohýbaní plastových lišt, výrobu hrubé kartonáže,

tj. obalových materiálů; máme i vlastní šicí dílnu například pro dekorace, kostýmy na promo akce atd. Mnoho našich zákazníků využívá služeb chráněné dílny ve svých projektech.

Přes 80 % našich zaměstnanců jsou osoby se zdravotním postižením a chystáme rozšíření chráněné dílny o další provozovnu.

Vydejme se do Syrovic. Jakou kapacitu má Vaše zdejší skladovací centrum, jakým klientům je primárně určeno, kdo už jej využívá, kolik v něm pracuje lidí? Jaké další podrobnosti nám k němu můžete sdělit?

Naše Fulfillment centrum by Authentica v Syrovicích je rozděleno do tří segmentů: jedna část je pro klienta Waterdrop, druhá část je pro e-shopy (hračky, boty, domácí dekorace, vitamíny, oblečení, sport, batohy...) a třetí část je kompletační (předpříprava pro naskladnění, balení, personalizované řešení zásilek atd.).

Máme radost, že se naším klientem stala i Světluška – nadační fond Českého rozhlasu. Partnerství s touto nadací jsme podpořili kompletačními, skladovacími a integračními službami. Tyto služby jsme nadaci nabídli v rámci spolupráce společností Fulfillment by Authentica a KVADOS.

A ještě zpět k vaší otázce týkající se provozu: odchází od nás 6–7 tisíc zásilek denně, s tím, že jen část je B2B, většina je B2C. Máme ale i velké „picky“ a tam jsme na 12–14 tisících odeslaných zásilek denně.

Máme přes 45 lidí v pracovním poměru a dle množství objednávek a výkyvů větší desítky brigádníků.

Syrovický sklad řídí KVADOSí WMS mySTOCK, verze Logistics. Proč jste si vybrali právě tohle řešení a jak naplňuje Vaše očekávání?

Jednak milujeme automatizaci procesů, jednak jsme na mySTOCK získali příznivé reference od klientů společnosti KVADOS, kteří jej využívají. Chtěli jsme systém, který bude fungovat při velkém náporu objednávek, perfektně zvládne procesy skladování a řízení pickování a bude mít silnou a rychlou podporu IT, protože segment logistiky jde aktuálně velmi rychle dopředu – řekl bych, že je to jeden z nejrychleji rostoucích segmentů.

WMS mySTOCK nám v naší logistice po stránce funkčnosti řízení skladu vyhovuje, naše požadavky splňuje.

Co bylo při rozjezdu skladovacího centra největší oříšek, co bylo třeba překonat (nemusí se týkat jen softwaru)?

Mnoho starostí bylo především administrativních – na některá vyjádření se čeká měsíce, a my jsme zvyklí řešit věci velmi pružně. Také bylo náročné správné plánování všeho, co nás čeká, neboť na začátku nestojí jeden klient a jedna představa, jak na jeho požadavky napasovat skladování a kompletaci, vše je mnohem komplexnější.

Největším oříškem bylo sehnat správné lidi, protože mnohé se řeší lépe, když v týmu panuje harmonie a dobrá komunikace. Troufám si tvrdit, že toto je naše nejsilnější stránka.

„Milujeme automatizaci a snažíme se hledět do budoucna, takže víme, že bez alespoň částečné robotizace se neobejdeme.“

Jaký máte v Authentice vztah k robotům? Jakou úlohu hrají či budou hrát v syrovickém skladu?

Jak jsem již zmínil, milujeme automatizaci a snažíme se hledět do budoucna, takže víme, že bez alespoň částečné robotizace se neobejdeme. Nyní jsme ve fázi řešení robotizace pro naši část fulfillmentu a ve druhé polovině roku 2022 očekáváme plně automatizovaný robotický sklad.

Jaké plány máte v Authentice do budoucna, jakým směrem se Authentica bude ubírat? A rýsuje se zde prostor pro další možnou spolupráci s KVADOSEM?

Díky široké nabídce služeb klientům toho máme v plánu hodně. Na rok 2022 plánujeme rozšíření fulfillmentového skladu o 5,5 tisíc m² a robotizaci skladu.

Také máme v plánu rozšíření výrobního zázemí o specializované technologie umožňující tisk na lahve, výrobní zázemí na kartonové tubusy, laserové gravírování do materiálů, rozšíření dřevovýrobního zázemí a mnoho dalších.

Klientům v rámci retailu nabízíme školení formou tzv. wow meetingů, kde představujeme materiály, technologie a novinky z veletrhů. A díky zkušenosti se zařizováním interiérů prodejen jsme se posunuli k větším realizacím do více zemí EU.

O výzvy a nové projekty tedy nemáme nouzi a těšíme se, co nás čeká v dalším roce.

AUTHENTICA GROUP

Vznikla sloučením firem Authentica, GRD, Craftwork a nejnovější Fulfillment by Authentica, které už dlouhou dobu na trhu spolupracovaly a sídlily v areálu bývalé brněnské Zbrojovky. Zabývají se kompletní výrobou reklamních a marketingových materiálů a propagací produktů v místech prodeje, tzv. POP a POS systémů (point of sale / point of purchase), navrhují dekorace do výloh a následně je také instalují a vyvíjejí obalové materiály podle potřeb klientů. K jejich spokojeným zákazníkům patří L'Oréal, Philips, Hugo Boss, Nestlé, C&A, Tchibo, Moët & Chandon nebo Waterdrop. Sídlí v Brně, ale pobočky mají také v Praze či německém Rostalu a již 15 let mají zastoupení i ve Švýcarsku.