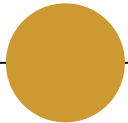


# Strategia ostatniej mili, czyli jak skutecznie ograniczyć koszty dystrybucji?





# Dzień dobry!

## *Mirek Gral*

Wiceprezes i Partner w Last Mile Experts Sp. z o.o.

## Strategiczne komponenty sukcesu

- Cyfrowe platformy wykorzystujące sztuczną inteligencję
- Elastyczność dostaw szczególnie w obszarze przesyłek B2C
- Optymalizacja transportu – głównie na etapie ostatniej mili

*Wielkość globalnego rynku dostaw ostatniej mili pod względem przychodów wyniosła 108,10 mld USD w 2020 r. i oczekuje się, że w 2027 r. osiągnie wartość 200,42 mld USD, rosnąc w tempie 9,29% CAGR w latach 2021-2027.*

“

## Doświadczenia zakupowe klienta nie kończą się w sklepie

### Agregacja przewoźników

Najprostszy sposób na uzyskanie natychmiastowego dostępu do praktycznie nieograniczonego ekosystemu ostatniej mili, dzięki jednej prostej integracji API. Niezależnie od zakresu produktu, miejsca docelowego, sposobu obsługi klienta czy specyfiki łańcucha dostaw, zawsze istnieje najlepsza opcja dostawy.

### Automatyzacja dystrybucji i dostaw

Decyzje oparte na danych i automatyzacja procesów przy każdej dostawie, zapewniające najlepszą równowagę między setkami rodzajów produktów, różnymi oczekiwaniami klientów, rozszerzaniem zasięgu terytorialnego i zmienną wydajnością przewoźników.

### Wieża kontrolna

Zintegrowana kontrola na całym etapie ostatniej mili, niezależnie od stopnia złożoności, z zarządzaniem w czasie rzeczywistym wszystkimi dostawami oraz rozbudowanymi pulpitemi nawigacyjnymi i analizą danych w celu śledzenia wydajności według terytorium, okresu lub przewoźnika.



## Doświadczenie klienta

Procesy ostatniej mili stają się wyróżniającymi markę doświadczeniami i potężnymi narzędziami lojalności klientów dzięki doskonałości operacyjnej, zautomatyzowanemu masowemu dostosowaniu do potrzeb ostatniej mili, interakcji z klientami i użytecznym informacjom zwrotnym.

# Platformy cyfrowe - jakie korzyści przynoszą dla graczy e-commerce?

REDUKCJA KOSZTÓW



SKALOWALNA LOGISTYKA



WYŻSZA SPRZEDAŻ  
e-COMMERCE



DZISIAJ  
\$

JUTRO  
\$\$



ZWINNA LOGISTYKA



ZWIĘKSZONA PRODUKTYWNOŚĆ



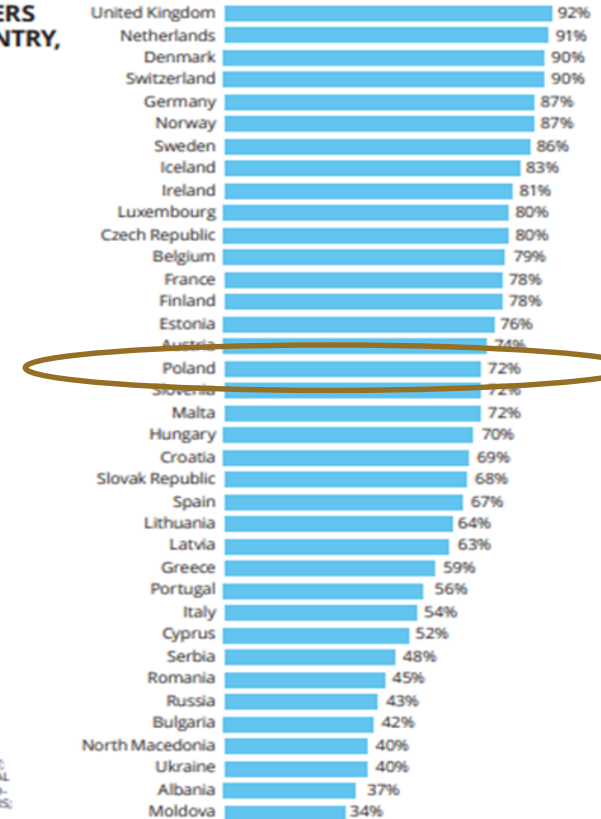
POPRAWA DOŚWIADZENIA  
ZAKUPOWEGO KLIENTA

W 2020 r. europejski rynek CEP osiągnął wartość ok. 15 280 mld paczek i 75 050 mld euro.

“

Źródło: Effigy Consulting, Eurostat

E-SHOPPERS  
PER COUNTRY,  
2020



SOURCE: EUROSTAT;  
STATISTA; NATIONAL  
E-COMMERCE ASSO-  
CIATIONS; PARTNERS;  
UNITED NATIONS





**Skuteczna pierwsza  
dostawa kluczem do  
sukcesu**

## Koszty nieskutecznej dostawy stanowią poważne wyzwanie operacyjne dla przewoźników

### USA

17,2 USD/przesyłka

### Niemcy

14,69 EUR/przesyłka

### Wielka Brytania

11,6 GBP/przesyłka



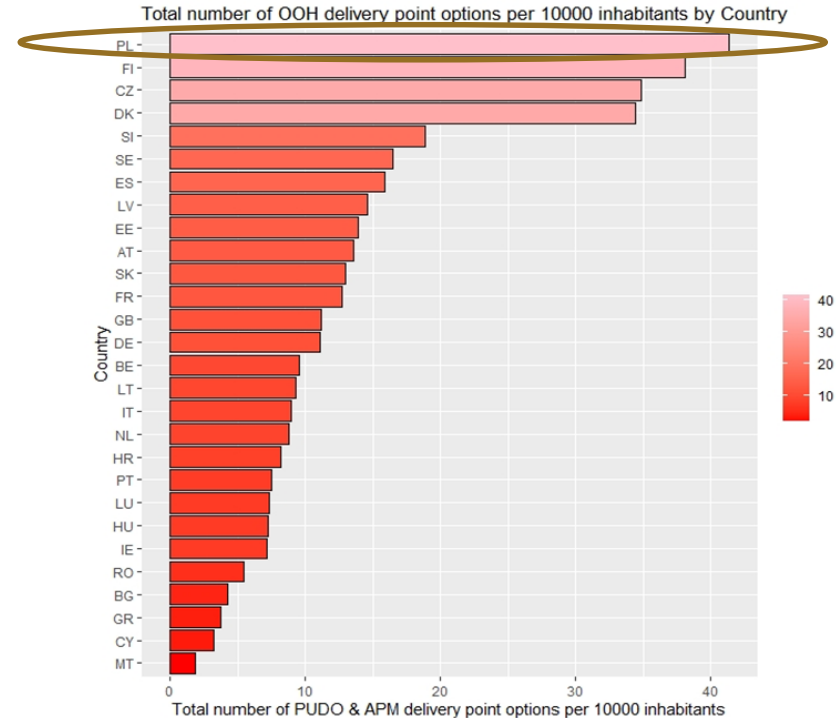
## Dostawy przesyłek B2C – efektywne rozwiązania

- Dostawa poza domem (OOH) polega na dostarczeniu przesyłki do punktu PUDO lub automatu paczkowego które znajdują się w miejscu dogodnym dla klienta.
- Ten model dostawy angażuje klienta w proces ostatniej mili. Klienci muszą wykonać część pracy, którą normalnie wykonuje kurier.
- Dzięki takiemu rozwiązaniu kurier obsługujący dostawy OOH jest 5-10 razy efektywniejszy niż „zwykły kurier”

## Dostępność punktów OOH

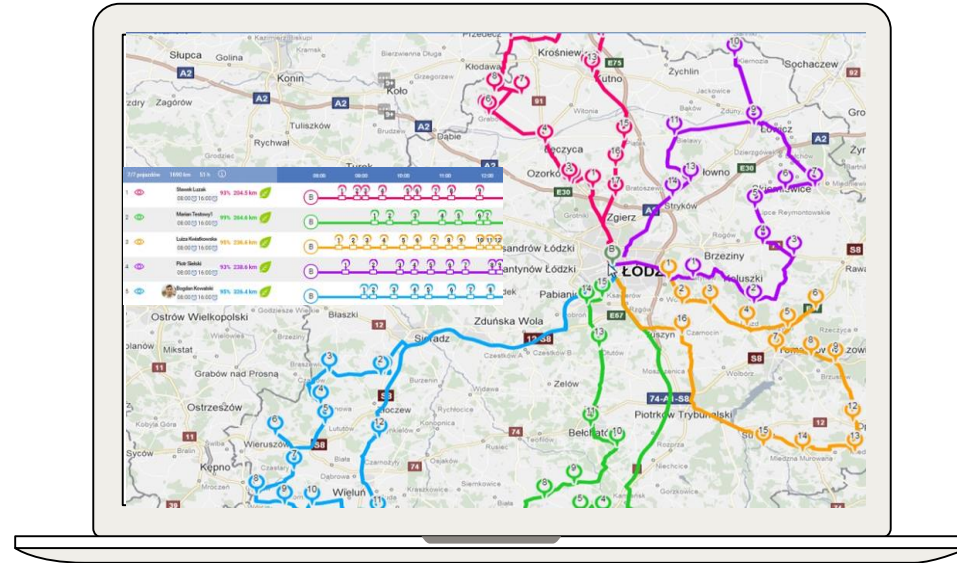
- W 2021 roku Polska, Finlandia i Czechy znalazły się na czele europejskiego rankingu pod względem liczby opcji dostawy poza domem na 10 000 mieszkańców
- Według badań jednego z krajowych liderów dostaw OOH ok. 67% konsumentów deklaruje odbiór przesyłki przy okazji innych czynności (spacer, zakupy, w drodze z/do pracy)

Źródło: [PUDO of home delivery in Europe 2022](#) PUDO and parcel lockers – Last Mile Experts (raport w przygotowaniu)

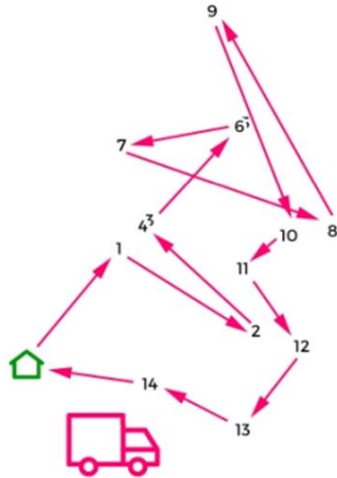


## Planowanie dostaw – optymalizacja tras

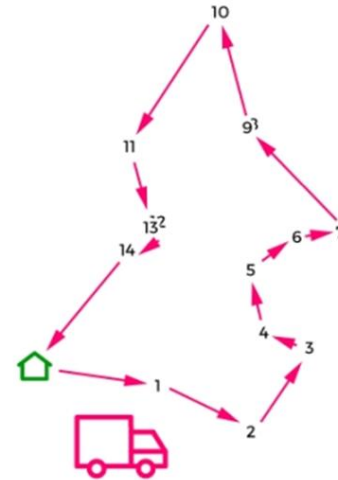
- Efektywne wykorzystanie floty
- Skrócenie tras przejazdu
- Podniesienie efektywności kierowców (kurierów)
- Eliminacja pustych przebiegów



## Planowanie dostaw – przykład



Przed optymalizacją  
Liczba stopów: 50  
Długość trasy: 150 km  
Okna czasowe: NIE



Po optymalizacji  
Liczba stopów: 50  
Długość trasy: 139,5 km  
Okna czasowe: NIE

## Planowanie dostaw – efekty

### PRZED OPTYMALIZACJĄ

- Liczba kurierów: 5 000
- Koszt 1 kuriera: 570 zł/dzień  
(paliwo, wynagrodzenie, itp)

### PO OPTYMALIZACJI

- Liczba kurierów: 4 650 (-7%)
- Koszt 1 kuriera: bez zmian

### REZULTATY

350 kurierów mniej:

Koszty dzienne mniejsze o 199 500 zł

Koszty miesięczne mniejsze o 3 990 000 zł

**Oszczędności roczne: 47 880 000 zł**

## Kluczowe komponenty redukcji kosztów dystrybucyjnych

### PLATFORMY CYFROWE

Jedna platforma cyfrowa do kompleksowego zarządzania dostawami już od etapu koszyka zakupowego.

Zintegruj wszystkich swoich partnerów biznesowych w jednym, łatwym w obsłudze systemie online połączonym z platformą e-commerce oraz TMS, ERP i WMS.

### DOSTAWY OOH

Zadbaj aby twoje kanały dystrybucji oferowały możliwie szeroki wachlarz dostaw B2C w szczególności dostawy OOH.

Dostawy osiągają wskaźnik NPS (Net Promoter Score) powyżej 70, w czasie gdy dostawa do drzwi to ok 50. Ponadto dostawy OOH są ok 25% tańsze niż dostawa do drzwi.

### OPTIMALIZACJA TRAS

Ostatnia mila pochłania ok. 40% kosztów dystrybucji przesyłek. W czasach gdy paliwo jest „na wagę złota” a braki kierowców są bolączką większości przewoźników perfekcyjne dopasowanie tras do potrzeb firmy staje się jednym z podstawowych celów biznesowych.



# Dziękuję!

Zapraszam do kontaktu:



mgral@lmexpert.com



601 283 124



Mirek Gral



www.lastmileexperts.com

