



CRANE CZYŚCI ATMOSFERĘ ELASTYCZNĄ WIELOKANAŁOWĄ PLATFORMĄ DO SKŁADANIA ZAMÓWIEŃ

Dla transakcji realizowanych zgodnie ze standardami EDI możliwa jest zautomatyzowana obsługa zamówień.

ROZWIĄZANIE

System do zautomatyzowanej obsługi zamówień wykorzystujący system standardów GS1 był kluczem do spełnienia wymagań szerokiego wachlarza sprzedawców detalicznych i głębokich kanałów dystrybucji, a także do osiągnięcia ogólnej efektywności działalności.

Crane nawiązał współpracę z DiCentral – amerykańskim dostawcą rozwiązań GS1 – aby umożliwić zintegrowaną obsługę zamówień przy użyciu elektronicznej wymiany danych (EDI). Jedną ścieżką obsługi zamówień niezależnie od tego, skąd pochodzą, usprawnia proces ich realizacji zarówno w przypadku pojedynczych sztuk, jak i ładunków pełnosamochodowych.

KORZYŚCI

Na początku był system do obsługi zamówień, który potem stał się integralną częścią ogólnej działalności Crane.

- > **Widoczność.** Dostarcza w czasie rzeczywistym informacje stanowiące podstawę gospodarki magazynowej, prognoz sprzedaży, sprawozdawczości sprzedaży oraz sprawozdawczości zakupów.
- > **Zadowolenie detalistów.** Crane łatwo adaptuje się do wytycznych zaopatrzenia dla handlu detalicznego.
- > **W pełni zintegrowany łańcuch dostaw.** Crane ma teraz od etapu zaopatrzenia po sprzedaż dostęp do wartościowych danych na poziomie porównywalnym z Big Data – wielkimi zbiorami danych dostępnymi dla znacznie większych podmiotów. Ułatwia to kierownictwu firmy podejmowanie świadomych, trafniejszych decyzji.
- > **Większa produktywność.** Nie trzeba zwiększać zatrudnienia (i jego kosztów) w miarę wzrostu wielkości zamówień, ponieważ praca magazynu jest teraz zautomatyzowana i dużo wydajniejsza.

Od pięknych, projektowanych z myślą o dzieciach wzorów po eleganckie modele dla każdego stylu życia nawilzacze, grzejniki, oczyszczacze powietrza, wentylatory i inne produkty Crane mają pasować do współczesnego domu. W 2005 r. „The Adorables” – linia nawilzaczy dla zwierząt Crane USA – została pokazana na międzynarodowej wystawie „Dom i wyposażenie domu” w Chicago. Crane jako pierwsza firma

WYZWANIE

W 2005 r. firma Crane USA (Crane) zaczęła sprzedawać produkty oznaczone własną marką. Związany z tym rozwój działalności pociągnął za sobą wzrost jej złożoności i konieczność zachowania zgodności z wymogami handlu detalicznego. Firma zrozumiała również, że nie da się dalej stosować ręcznych procesów obsługi i realizacji zamówień. Charakter oferty produktowej Crane powoduje, że firma ma do czynienia z ogromną liczbą kanałów sprzedaży detalicznej, od ogromnych sieci po rodzinne sklepiki, od drogerii po sklepy z upominkami, od sklepów fizycznych po e-handel.

“

Zgodność z wytycznymi dla handlu i wysyłka towaru w odpowiedni sposób i w odpowiednim czasie to zupełnie inny świat. Radzenie sobie z tym to największe wyzwanie, bo jeżeli ci się nie uda, ponosisz kary finansowe i inne konsekwencje. To ma skutki finansowe

”

- Dirk Niedermann
Prezes Crane

wprowadziła oryginalny wzór nawilżacza, który nie tylko wywołuje uśmiech na twarzy, ale dodaje charakteru wystrojowi domu. Ta doniosła decyzja przyniosła imponujący sukces. A wielki sukces pociągnął za sobą większą złożoność.

Gdy Crane rozpoczął produkcję dla klientów z sektora handlu, ręczna obsługa zamówień była łatwa, ale niezbyt efektywna. Producent przyjmował zamówienia telefoniczne, faksowe i mailowe, po czym je przetwarzał i wysyłał do zewnętrznego magazynu w celu realizacji. Z arkuszy Excela Crane przeszedł na internetowe narzędzie ułatwiające współpracę z pierwszym dużym detalicznym klientem firmy.

W miarę wzrostu liczby zamówień na produkty marki Crane rosła też liczba odbiorców detalicznych i wielkość zamówień. Co więcej, Crane stworzył własną platformę e-handlową, żeby sprzedawać swoje produkty bezpośrednio konsumentom. Działalność firmy była coraz bardziej nieefektywna. Nie pomagało nawet zwiększanie zatrudnienia.

„Mieliśmy szczęście – znaleźliśmy niszę rynkową, po czym nasz sukces nas przerósł” – mówi Dirk Niedermann, Prezes Crane. „Obecnie mamy około 60 sprzedawców detalicznych”.

Charakter oferty produktowej Crane sprawia, że firma ma do czynienia z bardzo zróżnicowanym gronem odbiorców detalicznych – od sprzedawców oferujących fantazyjne nawilżacze powietrza dla dzieci po sieci sprzedające wyposażenie domu, w tym grzejniki i wentylatory Crane; od drogerii proponujących nawilżacze i inne produkty poprawiające samopoczucie po sklepy z upominkami handlujące artykułami do aromaterapii marki Crane. Część sprzedaży jest realizowana przez sklepy budowlane, inna część ma charakter wielokanałowy, jeszcze inna – to e-handel obejmujący również własny sklep internetowy Crane.

Asortyment wzorów i kolorów produktów Crane jeszcze bardziej komplikuje proces składania i realizacji zamówień

PROSTOTA EDI

Standardy EDI GS1 są podstawą elektronicznego systemu komunikacji umożliwiającego automatyzację operacji gospodarczych w całym łańcuchu dostaw – na etapie zarządzania danymi podstawowymi, zamówienia i dostawy, zarządzania rozliczeniem finansowym, transportu oraz gospodarki magazynowej. Jego użytkownicy to sprzedawcy detaliczni, producenci oraz dostawcy surowców i usług logistycznych.

„W dzisiejszym biznesie EDI to konieczność” – mówi Peter Edlund, główny propagator rozwiązań w DiCentral,

amerykańskiej firmie dostarczającej rozwiązania GS1, wyspecjalizowanej w integracji i oprogramowaniu EDI. „Niestandardowe wdrożenia przytłaczają kosztami. Operacje EDI oparte na standardach GS1 pozwalają na efektywny przepływ transakcji między kontrahentami z dużą precyzją, a ich koszty nie są zaporowe”.

CZYSZCZENIE ŁAŃCUCHA DOSTAW

„Gdy zaczęliśmy sprzedaż pod własną marką i zgromadziliśmy własne zapasy, zdaliśmy sobie sprawę, że zgodność z wytycznymi dla handlu i wysyłka towaru w odpowiedni sposób i w odpowiednim czasie to zupełnie inny świat” – mówi dalej Niedermann. Radzenie sobie z tym było największym wyzwaniem, bo jeżeli ci się nie uda, ponosisz kary finansowe i inne konsekwencje.

To ma skutki finansowe”.

Stało się jasne, że system do globalnej, zautomatyzowanej obsługi zamówień wykorzystujący standardy GS1 był jedynym racjonalnym rozwiązaniem i kluczem do:

- > realizacji wymagań szerokiego wachlarza detalistów i indywidualnych konsumentów,
- > efektywnej działalności Crane,
- > światowego zasięgu operacji firmy przy użyciu skalowalnych operacji EDI.

„Presja ze wszystkich stron” – mówi Niedermann. „Naciskają

konsumenty, którzy chcą wygody, jakości i przejrzystości, detaliści oczekujący, że ich marże pozostaną na dotychczasowym poziomie, i nasze zakłady produkcyjne, których koszty rosną, a my musimy zgrać trzymiesięczne okienko produkcyjne z cyklem obsługi zamówienia trwającym jeden dzień”.

Crane nawiązał współpracę z DiCentral, dostawcą specjalistycznych systemów do integracji EDI, i wdrożył DiOMS – system obsługi zamówień DiCentral – aby zautomatyzować proces realizowany od zamówienia do zapłaty.

„Crane zmusił nas do rozszerzenia granic możliwości naszego systemu obsługi zamówień z powodu trudności z jego adaptacją do rozwoju działalności. Zwracali się do nas również po fachowe porady w zakresie wielokanałowego łańcucha dostaw” – mówi Peter Edlund, główny propagator rozwiązań w DiCentral. „Problemy Crane wynikały z konieczności obsługi wielu kanałów dystrybucji. Najważniejszym priorytetem było dla firmy zadowolenie klientów”.

Mówiąc wprost, firmie Crane chodziło o to, żeby nie stracić ani jednego zamówienia, poprawnie je realizować, zachować zgodność z wytycznymi zaopatrzenia dla handlu i mieć pełny obraz sytuacji

dzięki rzetelnym danym Zadanie niełatwe, ale możliwe do realizacji.

Czas realizacji zamówień nie zmienił się – 24 godziny dla zamówienia internetowego i 4–7 dni dla zamówień drobnicowych i pełnosamochodowych – konieczność zapewnienia precyzji i danych związanych z tymi zamówieniami stawała się coraz bardziej paląca.

„Nie byliśmy w stanie realizować zamówień, byliśmy uzależnieni od ludzi, którzy odchodzili z pracy, brali urlopy...” – mówi Niedermann. „Potrzebny był nam proces, który każdy mógłby zrealizować w każdej chwili. Musiał być intuicyjny”.

Jasne było również, że usprawnienie procesu realizacji zamówień i komunikacji w Crane musiało objąć również magazyny. Dlatego Crane w tym samym czasie zaczął korzystać z usług zewnętrznego usługodawcy logistycznego, który chciał współpracować we wprowadzaniu zmian i pełnić funkcję kluczowego ogniwa łańcucha wartości opartego na EDI.

PRESJA ZE STRONY HANDLU

Wielu sprzedawców detalicznych nie rozumie złożoności kulis działalności swoich małych i średnich dostawców, takich jak Crane. Chcą tylko towaru i zgodności z przepisami. O niezgodności się nie dyskutuje, tylko się zwraca za nią pieniądze.

„Musieliśmy odrobić lekcje i znaleźć

odpowiedniego usługodawcę logistycznego do współpracy i integracji. To było trudne” – wyjaśnia Niedermann.

„Jako usługodawca poznajemy wyzwania związane z łańcuchem dostaw i



wykorzystujemy okazję, aby pomóc naszym klientom w generowaniu większej liczby operacji o wartości dodanej” – mówi Peter Edlund z DiCentral. Edlund zwraca też uwagę, że cyfryzacja handlu jest kolejną przyczyną, dla której dostawcy muszą być na bieżąco z technologią łańcucha dostaw.

„Małe firmy muszą się adaptować do bardzo wielu zmian, zwłaszcza w związku z handlem, który może mieć problemy lub szybko dostosowywać się do potrzeb klientów. Uderzyło to w małe przedsiębiorstwa, które muszą zastanowić się, co zrobić, żeby mieć większe obroty. Oczywiście, wchodzą do Internetu i próbują znaleźć różne kanały, żeby to osiągnąć. Kanały te są różne – od wielkich e-detalistów (takich jak Amazon i Walmart) po zreorganizowane firmy handlowe próbujące wymusić obecność we wszystkich kanałach”.

Oczywiście, z wyzwaniem związanym z różnorodnością kanałów

muszą sobie radzić wszyscy. Dostawcy muszą być obecni we wszystkich i mieć nadzieję, że uda się zrekompensować potencjalną upadłość dużego klienta. „Myślę, że to jest największe wyzwanie: być wszędzie i zaadaptować się do unikatowej charakterystyki poszczególnych kanałów, a jednocześnie nadać działalności takie rozmiary, żeby osiągać zysk” – mówi Edlund.

Nowy usługodawca logistyczny Crane umożliwił lepsze wykorzystanie EDI, a przez to nadążanie za zmianami zachodzącymi w całym obszarze działalności Crane w zakresie obsługi zamówień, zdrowych relacji z handlem, a także ogólnej efektywności i produktywności, które są normalnym efektem automatyzacji.

„DiOMS okazał się dla nas drogą do sukcesu” – mówi Niedermann. „Gdy zdobyliśmy kontrolę nad naszą działalnością, zaczęliśmy być w stanie używać danych tak, aby przynosiły zysk. Wszystkie dane gromadzone w DiOMS wykorzystujemy teraz do dalszej optymalizacji naszej działalności i zwiększania efektywności wszystkich jej aspektów”.

DiCentral pomógł firmie Crane włączyć do systemu wszystkich kontrahentów z sektora handlu detalicznego dzięki usprawnieniu procesu obsługi zamówień poprzez postawienie systemu planowania zasobów przedsiębiorstwa (ERP) w centrum działalności i uwzględnienie w nim systemu rachunkowości QuickBooks™. „Mamy pełny obraz tego, co robimy, i robimy to lepiej. Największa zaleta to widoczność, nie tylko podczas składania i przyjmowania zamówień, ale także wynikająca z pobierania przydatnych

danych – stanu zapasów, prognoz, raportów sprzedaży, raportów zakupów i tak dalej” – mówi Niedermann.

FUNDAMENTEM SĄ STANDARDY GS1

Centrala Crane w Illinois wysłała zamówienie zakupu EDI do oddziału firmy w Hongkongu, które składa zamówienie bezpośrednio w fabryce w kontynentalnych Chinach. Gdy towar zostanie wyprodukowany, fabryka nakleja na wszystkie opakowania zbiorcze etykiety z kodami paskowymi GS1 dostarczone przez oddział w Hongkongu.

W kodach zakodowany jest unikatowy identyfikator produktu, Global Trade Item Number® (GTIN®) GS1, numer partii oraz identyfikator opakowania zbiorczego. Magazyn w USA przyjmuje towar i skanuje kody paskowe, żeby „wczytać” wszystkie dane, które są przekazywane razem z produktem w całym łańcuchu dostaw. Realizując zamówienia, magazyn zamyka pętlę transakcji. Numer partii jest zachowywany, aby było wiadomo, co z poszczególnych partii zostało sprzedane.

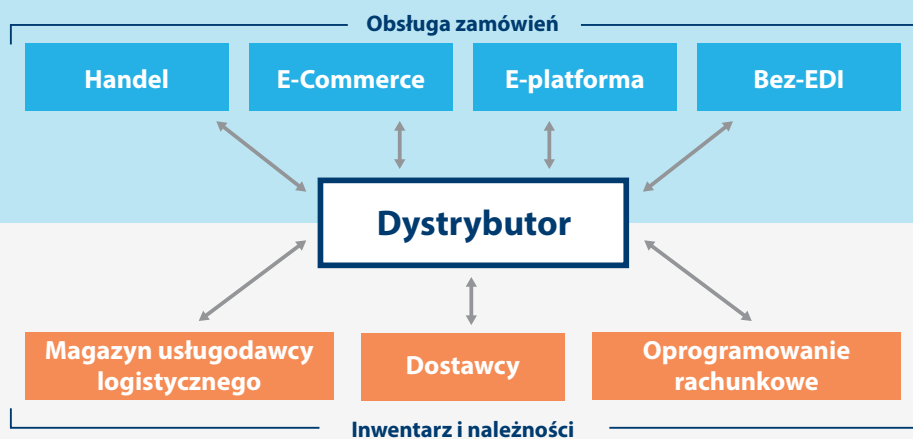
“

Mamy pełny obraz tego, co robimy, i robimy to lepiej. Największa zaleta to widoczność, nie tylko podczas składania i przyjmowania zamówień, ale także wynikająca z pobierania przydatnych danych – stanu zapasów, prognoz, raportów sprzedaży, raportów zakupów i tak dalej

”

- Dirk Niedermann
Prezes Crane

Fundamentem są standardy GS1



System obsługi zamówień zbiera zamówienia na jednej platformie niezależnie od ich źródła. Technologia zapewnia widoczność każdemu uczestnikowi łańcucha wartości.

Zmiana procesu na etapie produkcji nie była trudna.

„Nie było problemu. Wszyscy kochają precyzję, więc wszyscy byli gotowi do działania” – mówi Niedermann. „Dojście do optymalnego stanu zajęło trochę czasu, ale teraz wszystko przebiega sprawnie”.

Oddział w Hongkongu bardzo ucieszył się zmianą w procedurze. „Teraz, jeżeli nie wystawimy zamówienia EDI, nie mogą niczego pobrać i monitorują nas o zrobienie tego. Wszystkim się to podoba. To zdecydowanie dobra rzecz” – kontynuuje Niedermann.

„Nie rozumiałem transakcji bez papierów. Nigdy naprawdę nie znałem zalet transakcji elektronicznych, dopóki nie zintegrowaliśmy naszego systemu obsługi zamówień wspomaganego kodami paskowymi GS1 z systemem ERP. Rozumiałem, że wszystkie dane, które wczytujemy, są naprawdę wartościowe”.

„Dopiero kiedy to zrobiliśmy, zrozumieliśmy, że możemy zrobić znacznie więcej niż tylko przesyłać zamówienia w tę i z powrotem. Możemy opracowywać budżet i prognozy sprzedaży” – mówi Niedermann.

Inne, mniej rutynowe czynności, stały się łatwiejsze. „Sprzedajemy nawilżacze, które są produktami medycznymi, więc w grę wchodzi przestrzeganie przepisów Urzędu ds. Żywności i Leków (FDA). Co robić, jeżeli trzeba będzie wycofać produkt z rynku? Ile produktów sprzedaliśmy? Jakiemu klientowi? Jaki numer miało zamówienie sprzedaży?” – mówi Niedermann. „Teraz mamy dane, które nam to wszystko mówią”.

ZWROT DO NADAWCY

W przeszłości towar zwracany do magazynu mógł zostać zignorowany lub zaginąć, co oznaczało stratę finansową. Aby temu zaradzić, Crane wprowadził zwroty do DiOMS jako kolejny obok zamówień element kontinuum sprzedaży. Teraz firma dokładnie wie, jaki towar znajduje się w magazynie łącznie ze zwrotami i korektami. Jaki towar został odzyskany? Co trzeba zniszczyć? Czy jest coś, co wystarczy przepakować? Dzięki tym informacjom nic nie zostaje przeoczone ani pominięte. Firma ma pełny obraz sprzedaży.



WPROST Z MAGAZYNU

Crane działa na różnych kontynentach i w różnych strefach czasowych, dlatego jednym z największych wyzwań było ustalenie, jak włączyć do systemu awizo wysyłki, żeby zautomatyzować łańcuch dostaw i elektronicznie informować o zawartości wysyłki. Ostatecznie postanowiono, że awizo będzie trafiać wprost z magazynu do detalisty z pominięciem centrali, żeby zyskać na czasie.

„Miało to wielki wpływ na integrację, ponieważ magazyn musiał opracować inne mapy dla każdego detalisty zamiast jednej mapy łączącej magazyn z nami. Nie zdawałem sobie sprawy z tego, jak to wpłynie na obciążenie pracą i rozmiary zadania” – mówi Niedermann.

Efektywność jest bezdyskusyjna. Crane przetwarza od 60 000 do 70 000 zamówień rocznie rękami zaledwie trzech osób. Liczba pracowników przetwarzających zamówienia nie zmieniła się mimo dwudziestoprocentowego wzrostu firmy i wielkości zamówień.

„Gdy zbliżają się dni takie jak Black Friday czy Cyber Monday, a także w sezonie Bożego Narodzenia, dostajemy bardzo dużo zamówień.

Nie ma dla nas znaczenia, czy są ich setki, czy tysiące – procedura jest taka sama. Nie wypisujemy żadnych faktur ani listów przewozowych. Po prostu klikamy, wysyłamy, odbieramy, konwertujemy i tyle. Jeżeli chodzi o przetworzenie zamówienia, w zasadzie nie ma nic więcej do zrobienia. I wszystko jest poprawne. Efektywność zdecydowanie wzrosła o sto procent”.

“

Nie ma dla nas znaczenia, czy są ich setki, czy tysiące – procedura jest taka sama. Nie wypisujemy żadnych faktur ani listów przewozowych. Po prostu klikamy, wysyłamy, odbieramy, konwertujemy i tyle. Jeżeli chodzi o przetworzenie zamówienia, w zasadzie nie ma nic więcej do zrobienia. I wszystko jest poprawne. Efektywność zdecydowanie wzrosła o sto procent

”

- Dirk Niedermann
Prezes Crane

Bezdiskusyjna efektywność

60 000-70 000
zamówień rocznie



przetwarzanych przez trzy osoby

ZAAWANSOWANE PROGNOZY

Niegdyś Crane kalkulował prognozy w arkuszu Excela, opierając się na wcześniejszej sprzedaży i sezonowych przewidywaniach przedstawianych przez kilku dużych detalistów.

„Robiliśmy to na oko” – mówi Niedermann. „Teraz mamy zaawansowany system. Uwzględnia on dane w czasie rzeczywistym i sporządza symulację przyszłej sprzedaży, opierając się na danych historycznych. Utrzymujemy dużo bardziej adekwatne

zapasy. Zminimalizowaliśmy sytuacje, w których zapas produktu się wyczerpuje. Mamy dobry wgląd w przyszłość, którego nie mieliśmy nigdy wcześniej. Mam dla detalisty wiarygodne odpowiedzi, bo nasz stan magazynowy jest zgodny z aktualnym zapotrzebowaniem”.

„Powiedziałbym, że nasza gospodarka magazynowa poprawiła się o sto procent, bo wcześniej tak naprawdę nie mieliśmy żadnej. System obsługi zamówień prawdopodobnie zmniejszył nasze zapasy o trzydzieści procent albo więcej dzięki większej precyzji” – kontynuuje

Niedermann. „Zdecydowanie zmniejszył stres po obu stronach – i w magazynie, i w centrali. Jest większa jasność. Mniej wprowadzania danych. Dodatkową zaletą jest „czynnik zadowolenia”, który ze sobą przyniósł”.

POJEDYNCZY PRODUKT CZY PALETA?

Problemem Crane i każdego producenta prowadzącego sklep internetowy, a jednocześnie sprzedającego detalistom hurtowe ilości produktów, jest niejednakowa wielkość wysyłek odzwierciedlająca różnice między wykorzystywanymi przez firmę kanałami dystrybucji. Crane może sprzedać jeden nawilżacz marce z Missouri i paletę grzejników supermarketowi budowlanemu w Houston. Zewnętrzny magazyn logistyczny jest w stanie zrealizować oba te zamówienia, ale technologia łącząca te wysyłki

w zorganizowaną całość zapewnia firmie precyzję niezbędną do gospodarowania zapasami, sporządzania raportów sprzedaży i nie tylko. Tysiąc zamówień może dać nieprawdziwy obraz sytuacji. Tysiąc zamówień prowadzących do 74 wysyłek jest mniej mylący. Technologia EDI odstawiająca szczegóły kryjące się za liczbami jest najbardziej precyzyjnym narzędziem producenta.

LEPSZY PARTNER

Niedermann bez oporów przyznaje, że nie doceniał wartości i skutków stosowania w pełni zintegrowanego systemu obsługi zamówień w całym łańcuchu dostaw dla tej średniej wielkości firmy. „Czasami wydaje się, że jesteśmy firmą zajmującą się danymi, a nie producentem nawilżaczy i oczyszczaczy powietrza. Ale tak właśnie teraz jest. Wszystko kręci się wokół danych”.

“

Zminimalizowaliśmy sytuacje, w których zapas produktu się wyczerpuje. Mamy dobry wgląd w przyszłość, którego nie mieliśmy nigdy wcześniej

”

- Dirk Niedermann
Prezes Crane

Zaawansowane prognozy



Gospodarka magazynowa

Precyzja

Jasność



Nadwyżka zapasów

Wprowadzanie danych

Stres



Zadowolenie

“

Zrozumieliśmy, jaką siłę daje nam zbieranie danych i analizowanie ich z korzyścią dla naszej firmy

”

- Dirk Niedermann
Prezes Crane

„Żeby wiedzieć, co robić, jeżeli nie zgadzasz się ze swoim klientem z sektora handlu, musisz dowiedzieć się, dlaczego tak jest. Tylko

dane ci to powiedzą” – mówi Niedermann. „Wszystko opiera się na Big Data. Z Big Data korzystały duże firmy, bo małe nie miały na to pieniędzy. Teraz my też możemy opierać się na danych. Zrozumieliśmy, jaką siłę daje nam zbieranie danych i analizowanie ich z korzyścią dla naszej firmy”.

RADY PŁYNĄCE Z DOŚWIADCZENIA

Peter Edlund z DiCentral podkreśla znaczenie zapoznania pracowników z narzędziami i aplikacjami używanymi przez firmę oprócz tych, które uczestniczą w procesie realizacji zamówienia.

Niedermann objął kierownictwo Crane dokonując jego transformacji. Teraz ma kilka rad dla tych, którzy chcą wdrożyć transakcje oparte na EDI.

- > **Zaakceptuj nieuniknione.** „Znaleźliśmy się w punkcie, w którym nie byliśmy już w stanie działać tak jak dotychczas. Doszliśmy do ściany. Po prostu musieliśmy to zrobić, żeby się rozwijać” – mówi Niedermann. „Przyszłość to standardy i automatyzacja. Pogodzenie się z faktami to pierwszy krok w dobrym kierunku”.
- > **Pytaj o rady.** Nawiąż kontakt z innymi firmami. Dowiedz się, co musisz zrobić, i sporządź plan, zanim zaczniesz wdrażać rozwiązanie. Jeżeli pójdziesz w niewłaściwym kierunku, stracisz czas i pieniądze. Rozmawiaj z innymi. GS1 US może pomóc w nawiązaniu w branży kontaktów niezbędnych, aby się uczyć i dzielić wiedzą.

GS1 US oferuje warsztaty i źródła informacji o najlepszych praktykach.

Tworzą też fora dla firm, aby umożliwić im unikatową, spójną identyfikację produktów, aktywów, wysyłek i fizycznych lokalizacji w globalnym łańcuchu dostaw, a także dać kontrahentom możliwość wymiany informacji istotnych dla ich działalności.

- > **Planuj z wyprzedzeniem.** Jakie są początkowe koszty? W miarę realizacji przedsięwzięcia będą się pojawiać kolejne. Jakielkolwiek koszty wchodzi w grę, jest to dopiero początek. Kosztów integracji i wdrożenia jest więcej, więc zrób na nie rezerwę. Pamiętaj o harmonogramie. W miarę możliwości zrealizuj ten projekt nie w szczycie sezonu, tylko w okresie, w którym firma ma mniej pracy.
- > **Szukaj poza firmą specjalistycznej wiedzy.** Znajdź konsultanta, który będzie w stanie ci doradzać.
- > **Rozważ sprawę bez pośpiechu, ale działaj szybko.** Nie wchodź w to bez przeprowadzenia dokładnej analizy kosztów i skutków. Pamiętaj jednak, że w handlu sytuacja zmienia się szybko. Bądź postępowy i wdrażaj tak szybko, jak możesz. Nie czekaj.

Dla Crane korzyści były ogromne. „Jesteśmy pełni wiary. Wartość naszej firmy wzrosła” – kończy Niedermann. „Zautomatyzowany system obsługi zamówień i związany z nim dostęp do danych dają nam do ręki atut polegający na tym, że jesteśmy dla handlu bardziej kompetentnym partnerem”.

O firmach

O CRANE USA

Produkty Crane są projektowane z myślą o efektywności, funkcjonalności i estetyce. Nawilżacze, grzejniki, oczyszczacze powietrza i wentylatory to komfort i zdrowie w domu. Centrala firmy mieści się w miejscowości Itasca w Illinois. Spółka dysponuje także oddziałem w Hongkongu i globalną siecią dystrybucji. Spółką-matką Crane jest Wachsmuth & Krogmann, Inc (W&K) – międzynarodowa firma handlowa założona ponad 200 lat temu.

www.crane-usa.com

O DICENTRAL

DiCentral to innowacyjna firma z sektora EDI umożliwiająca klientom nieograniczoną rozbudowę łańcucha dostaw poprzez rozwiązywanie złożonych zagadnień z zakresu integracji EDI i łańcucha dostaw. Założona w 2000 r. spółka DiCentral jest globalnym liderem usług z dziedziny EDI

i rozwiązań dla łańcucha dostaw. Jej centrala znajduje się w Houston (Teksas). Firma ma na całym świecie 10 oddziałów obsługujących klientów z różnych branż w ponad 27 krajach.

www.dicentral.com

O GS1 US

GS1 US®, członek sieci GS1 Global, jest zajmującą się standardami informacji organizacją non-profit ułatwiającą współpracę wewnątrzbranżową, aby pomóc w poprawie widoczności i efektywności łańcucha dostaw poprzez stosowanie standardów GS1 – najpowszechniej na świecie używanego systemu standardów łańcucha dostaw. Prawie 300 000 firm z 25 branż korzysta z usług GS1 US w zakresie współpracy z kontrahentami optymalizującej ich łańcuchy dostaw, a także sprzyjającej efektywności kosztów i wzrostowi przychodów przy jednoczesnym zachowaniu zgodności z przepisami. Korzyści te odnoszą dzięki rozwiązaniom opartym na opracowanych przez GS1 unikatowych, globalnych systemach numerowania i identyfikacji, kodach paskowych, RFID opartym na elektronicznym kodzie produktu, synchronizacji danych oraz elektronicznej wymianie informacji. GS1 US zarządza też standardowym kodem produktów i usług ONZ (United Nations Standard Products and Services Code®, UNSPSC®).

www.gs1us.org

O PROGRAMIE PARTNERSKIM GS1 US

Program partnerski GS1 US to sieć firm oferujących usługi, sprzęt, oprogramowanie, informacje gospodarcze oraz aplikacje baz danych pomagające we wdrożeniu standardów GS1. Program ten obejmuje możliwości szkolenia, certyfikacji i marketingu pozwalającego dotrzeć do ponad 300 000 amerykańskich firm z 25 branż stosujących obecnie standardy GS1.

www.gs1us.org/becomeasolutionpartner

O INICJATYWIE GS1 US DLA BRANŻY ODZIEŻOWEJ I OGÓLNOTOWAROWEJ

Inicjatywa GS1 US dla Branży Odzieżowej i Ogólnotowarowej to grupa podmiotów z sektora handlu detalicznego, której celem jest ustalenie problemów i szans stojących przed branżą.

W działaniach Inicjatywy aktywnie uczestniczy ponad 100 dostawców, dystrybutorów, detalistów i usługodawców z branży logistyki dążących do większej adekwatności zapasów, wymiany znormalizowanych danych produktów oraz zapewnienia identyfikowalności dzięki standardom GS1. Więcej informacji o Inicjatywie GS1 US dla Branży Odzieżowej i Ogólnotowarowej zawiera strona

www.gs1us.org/ApparelGM.