

# Innowacje w zakresie dostaw artykułów spożywczych

W sytuacji, gdy szefowie niektórych organizacji powoli skłaniają pracowników do powrotu do biur, innowacyjne sklepy spożywcze szukają sposobów na utrzymanie klientów, którzy, zgodnie z wciąż przyspieszającym trendem, robią zakupy online.

Dostawcy podejmują wysiłki mające na celu dotarcie do klientów w miejscach ich przebywania. Jest to jeden z ważnych celów całej branży. Firma Forrester przewiduje, że sprzedaż żywności i napojów realizowana w trybie online będzie rosła najszybciej w porównaniu z innymi działami handlu internetowego – w ostatnich latach wzrastała o 30% rocznie, a [do roku 2024 stanowić ma 17% całej sprzedaży e-commerce](#). Aby dostawy artykułów spożywczych do biur odniosły sukces, sklepy spożywcze będą musiały w nowy sposób wykorzystać [analitykę lokalizacyjną](#), z której sprzedawcy detaliczni korzystają od dawna [badając potencjał nowych sklepów](#).

## Myślenie geograficzne

W czasie ograniczeń związanych z pandemią, myślący przyszłościowo detaliści używają systemu informacji geograficznej (GIS) do zarządzania dystrybucją i odbiorami produktów. Jednak pomimo popularności, jaką dostawy cieszą się wśród konsumentów, firmy wciąż walczą o ich rentowność. Przeczytaj jak robią to m.in. [marki dostarczające gorące posiłki bezpośrednio do domów](#).

Myślenie geograficzne będzie niezbędne, aby uczynić to przedsięwzięcie zarówno wygodnym dla klientów, jak i zyskowym dla sklepów.

Chociaż trend dostaw artykułów spożywczych do biur jest nowy, podstawowe metody umożliwiające jego realizację były znane już

wcześniej. [Wybór lokalizacji](#) i realizacja dostaw w oparciu o GIS są kluczowe dla powodzenia ekspansji każdej branży handlu detalicznego. Techniki te pomagają określić sieć zainteresowanych klientów oraz zrealizować plan dostarczania im towarów skutecznie i z zyskiem.

## **Dostawa artykułów spożywczych do biur i zmiany w branży**

Planując rozszerzenie dostaw artykułów spożywczych, firma Lowes Foods postanowiła przetestować metodę polegającą na [przywożeniu żywności do szafek o kontrolowanej temperaturze](#), ustawionych we wnętrzach lub w bliskim otoczeniu biurowców. Dostawy odbywają się trzy razy w tygodniu, a sprzedawca wysyła sms'y lub e-maile do klientów informując o tym, że przeznaczone dla nich produkty są gotowe do odbioru.

Usługi podobne do tych realizowanych przez firmę Lowes pojawiały się już wcześniej. W 2019 roku sieć [Hy-Vee](#) zainstalowała szafki na artykuły spożywcze dla pracowników szpitali w wybranych stanach Ameryki Północnej. W 2017 roku firma Peapod przeprowadziła krótkotrwały eksperyment polegający na umieszczeniu chłodzonych szafek na stacjach metra w Waszyngtonie, z których konsumenci mogli odbierać zamówione produkty w czasie dojazdów do pracy.

Scott DeGraeve, były dyrektor wykonawczy w firmie Peapod, a obecnie COO firmy Local Solutions, zajmującej się handlem internetowym [powiedział przedstawicielowi Grocery Dive](#), że sukces innowacji, takich jak szafki na artykuły spożywcze, opiera się na wyborze odpowiedniej lokalizacji i szybkości dostaw. Według niego, szafki poza siedzibami firm muszą znajdować się w miejscach o dużym natężeniu ruchu, a jednocześnie blisko centrów realizacji zamówień, dzięki czemu można je skutecznie i tanio zaopatrywać.

Oznacza to opracowanie złożonego, opartego na lokalizacji działania mającego na celu zapewnienie, że podejmowane w tym

zakresie inicjatywy pozwolą zwiększyć zyski w branży, charakteryzującej się bardzo niskimi marżami.

W przypadku dostaw artykułów spożywczych do biur pierwszym krokiem jest wybór idealnej lokalizacji. Kolejnym upewnienie się, że towary można efektywnie transportować z pobliskich sklepów lub centrów dystrybucyjnych. W takiej analizie liczy się bliskość i czas reakcji, a te czynniki można łatwo zaobserwować na mapach. Technologia GIS już potrafi zaproponować najszybsze trasy dla firm kurierskich [takich jak UPS](#), wyznaczając kursy, które pozwalają utrzymać koszty na niskim poziomie, zapewnić świeżość towarów, a także ograniczyć do minimum emisję spalin z ciężarówek.

## Wykorzystanie wiedzy o lokalizacji

W jaki sposób sklepy będą zarządzać skomplikowanym procesem dostarczania zakupów spożywczych do klientów w miejscu ich pracy? Pewne wskazówki oferuje jedna z wiodących firm technologicznych działająca w ponad 130 krajach. Utrzymuje ona części zamienne i techników w pobliżu klientów, na wypadek gdyby w ciągu maksymalnie czterech godzin wymagana była jakaś naprawa. Aby monitorować sytuację firma ta korzysta z [cyfrowego bliźniaka swoich operacji, opartego na systemie GIS](#).

W przypadku sklepów spożywczych, analiza lokalizacji może pomóc w określeniu rozmieszczenia szafek i centrów realizacji zamówień, pozwalającego najlepiej obsłużyć klientów w biurach. Jednym z problemów związanych z dostawą artykułów spożywczych do biur jest możliwość pracy w trybie hybrydowym. Również w tym przypadku analiza anonimowych danych o przemieszczaniu się ludzi, przedstawiona na inteligentnej mapie GIS, mogłaby wspomóc w określeniu zasięgu obszaru dystrybucji w oparciu o częstotliwość dostaw, potrzeb w zakresie chłodzenia produktów oraz czas przejazdu ciężarówek przemieszczających się pomiędzy magazynami a centrami realizacji dostaw.

Jeśli – podobnie jak wiele dzisiejszych [inteligentnych](#)

[automatów vendingowych](#) – szafki będą wyposażone w czujniki lub urządzenia do zbierania informacji zwrotnych od klientów, możliwy będzie monitoring lokalizacji i wzorców użytkowania.

Gdy wszystkie te elementy połączy się w efektywnie działającą całość, sklep spożywczy uzyska możliwość skutecznego zaoferowania nowych usług, a pracownicy w biurach rano odbiorą śniadania, a potem domowe zakupy zanim wyjdą z biura.