

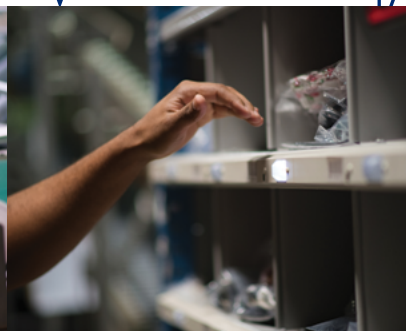


BASTIAN SOLUTIONS

Vente au détail: Guide stratégique d'atteinte des objectifs de vente - Vêtements et chaussures

Strategy Guide

Base de résilience dans un marché de commerce électronique





a TOYOTA ADVANCED LOGISTICS company

Copyright © 2021 by Bastian Solutions.

All rights reserved.

All other trademarks mentioned are the property
of their respective owners.

Bastian Solutions

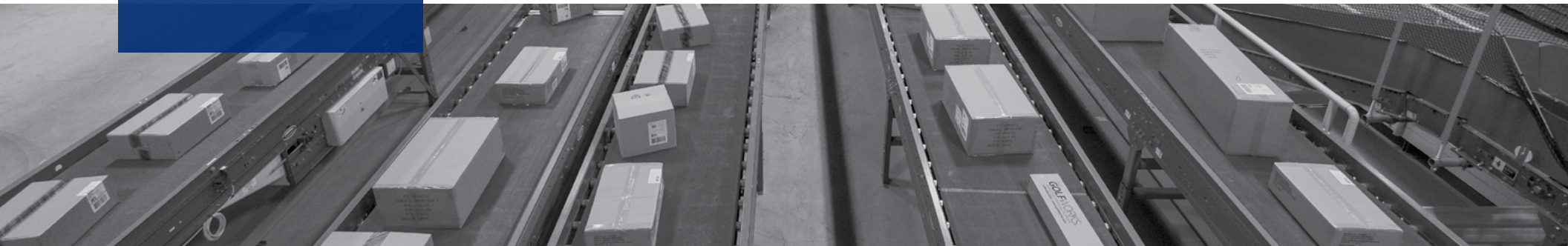
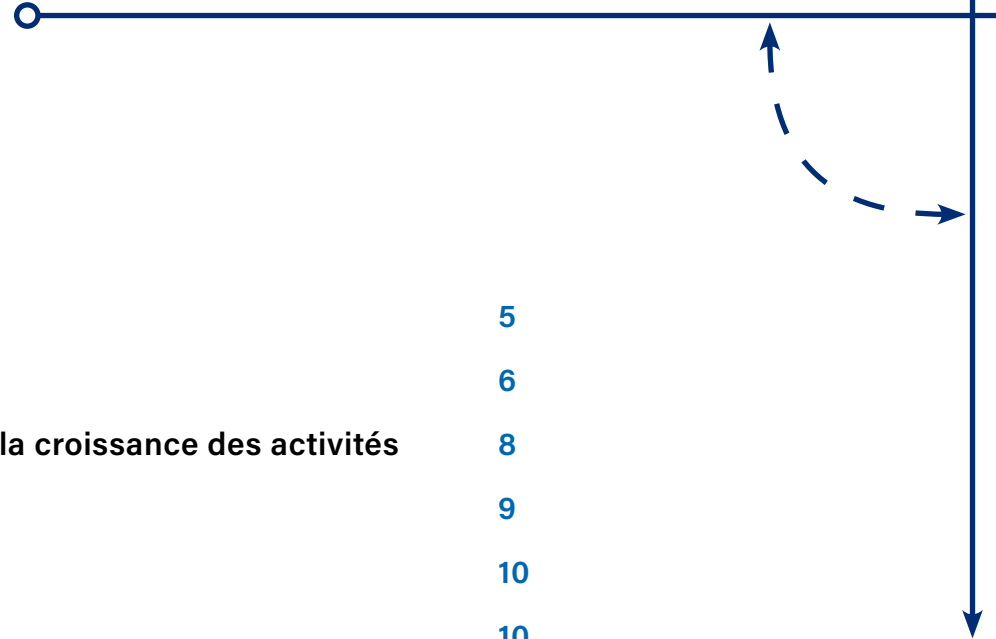
10585 N Meridian St. • Carmel, IN 46290

317.575.9992

www.bastiansolutions.com • info@bastiansolutions.com

CONTENU

Introduction	5
Guide stratégique	6
Stratégie pour l'atteinte des objectifs de vente et la croissance des activités	8
Omnicanal	9
Microréalisation	10
Commerce électronique et retours	10
Éléments à prendre en considération et options technologiques	12
5 données importantes à prendre en considération	13 - 15
Technologies de pointe – Trouver les meilleures solutions	16 - 17
La qualité pour une expérience client hors pair	18
Conclusion	20
Clôture	22





01 INTRODUCTION

Découvrir l'évolution de la vente au détail de vêtements et de chaussures.

**EN 2020
UNIQUEMENT,
LE COMMERCE
ÉLECTRONIQUE
REPRÉSENTAIT
ENVIRON 1 \$
POUR CHAQUE
TRANCHE DE 5 \$ EN
DÉPENSES DANS
LES COMMERCES DE
DÉTAIL À L'ÉCHELLE
MONDIALE. CES
DONNÉES SE
SITUAIENT À 1 \$
POUR 7 \$ L'ANNÉE
PRÉCÉDENTE.**

La vente au détail de vêtements et de chaussures évolue constamment en fonction des saisons, des préférences des consommateurs et des styles à la mode. Le passage au commerce électronique, de concert avec l'utilisation de canaux traditionnels, est un facteur qui a eu une incidence non négligeable sur le domaine de la vente au détail.

Les entreprises offrant des modèles de distribution à canaux multiples et directement au consommateur modifient leurs stratégies pour offrir des livraisons le jour suivant, améliorer le traitement de milliers d'UGS différentes (et ce nombre est toujours en pleine croissance) et rationaliser les centres de distribution pour offrir une expérience uniforme sur tous les canaux. Ceci s'applique à toutes les facettes – préparation des commandes, distribution et retours.

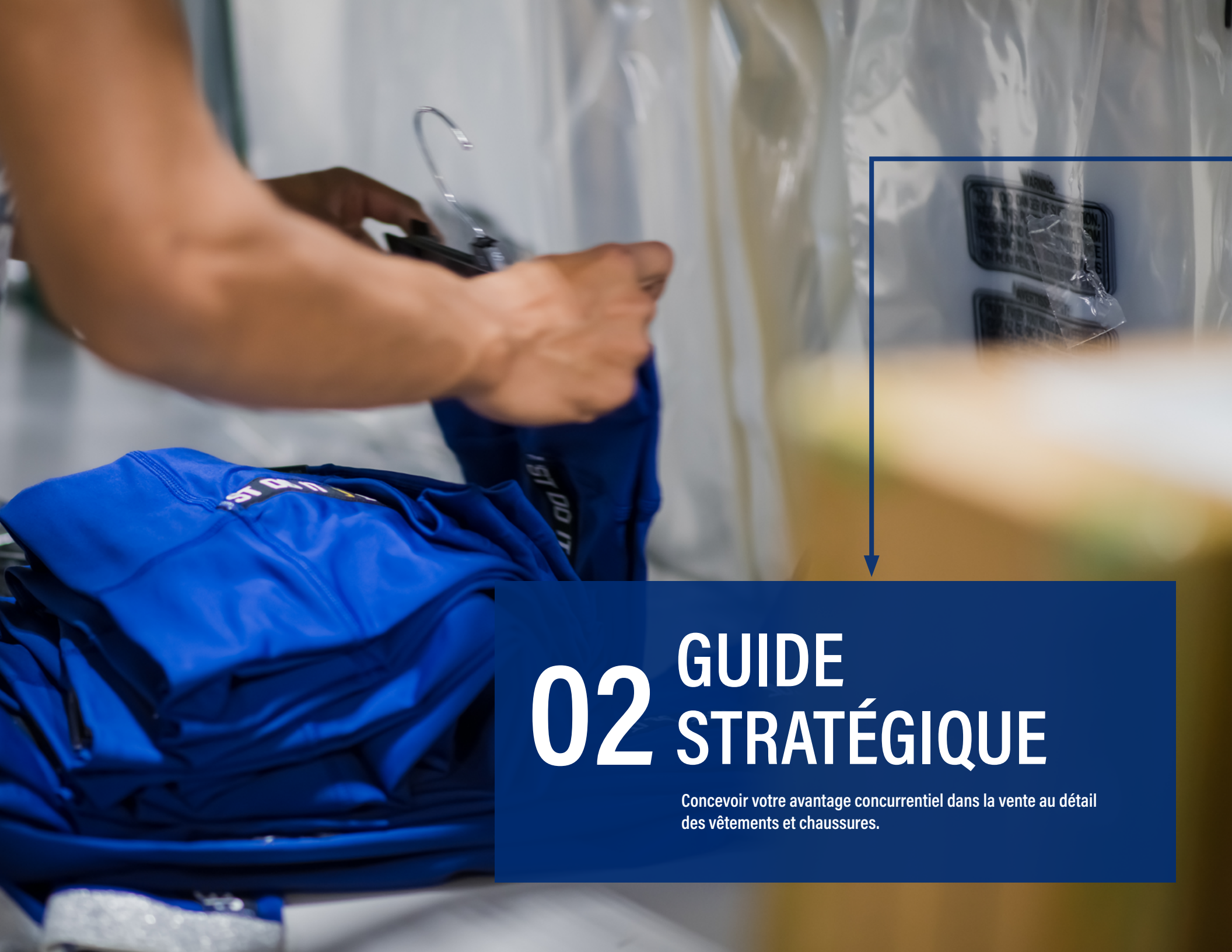
La pandémie de COVID-19 n'a fait qu'accélérer la tendance du commerce électronique sur le marché mondial et nous nous attendons à ce que ces changements fassent désormais partie du quotidien. En 2020 uniquement, le commerce électronique représentait environ 1 \$ pour chaque tranche de 5 \$ en dépenses dans les commerces de détail à l'échelle mondiale. Ces données se situaient à 1 \$ pour 7 \$ l'année précédente. Comme il est indiqué dans un rapport Mastercard Recovery Insights, puisque le commerce électronique est maintenant une force motrice dans toutes les industries, nous nous attendons à ce que la valeur des ventes au détail de vêtements et de chaussures augmente fortement au cours des prochaines années (2020 à 2025), ce qui positionnera l'industrie de la mode en ligne à une valeur marchande de 1 billion \$. Selon EuroMonitor, les projections évaluées indiquent une croissance positive de l'impact du commerce électronique de 46,6 % à 60,32 % d'ici 2024, les vêtements représentant 12,7 % et les chaussures, 11,6 %.

La résilience d'un marché mondial dynamique est renforcée par le fonctionnement efficace et flexible des centres de distribution pour satisfaire les clients. « C'est la règle du jeu actuelle dans notre industrie – la rapidité avec laquelle les produits se retrouvent sur le marché », indique Jay Piccola, ancien président de PUMA North America, un des plus grands distributeurs de vêtements de sport. « Les [consommateurs] voient les produits qu'ils veulent et ils les veulent rapidement. »

“

**C'EST LA RÈGLE DU
JEU ACTUELLE DANS
NOTRE INDUSTRIE
- LA RAPIDITÉ
AVEC LAQUELLE
LES PRODUITS SE
RETROUVENT SUR
LE MARCHÉ. LES
[CONSUMMATEURS]
VOIENT LES
PRODUITS QU'ILS
VEULENT ET ILS
LES VEULENT
RAPIDEMENT.**

**JAY PICCOLA,
ANCIEN PRÉSIDENT
DE PUMA NORTH
AMERICA**



02 GUIDE STRATÉGIQUE

Concevoir votre avantage concurrentiel dans la vente au détail des vêtements et chaussures.

ÉLABORER UNE STRATÉGIE

Élaboration des stratégies
- Le ramassage et l'emballage dans les centres de distribution comptent pour 75 % des activités de main-d'œuvre.

75%



DANS CE GUIDE STRATÉGIQUE, NOUS EXAMINERONS LES AVANTAGES DE L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE POUR LA VENTE DE VÊTEMENTS ET DE CHAUSSURES QUI TIRE PROFIT DES SOLUTIONS D'AUTOMATISATION DE POINTE POUR CRÉER LA FLEXIBILITÉ ET L'EFFICACITÉ REQUISES POUR UN AVANTAGE CONCURRENTIEL ROBUSTE ET UNIFORME DANS UN MARCHÉ TOUJOURS EN MOUVEMENT.

Le lecteur :

- Obtiendra un aperçu des défis nouveaux et existants qui accompagnent l'augmentation de l'utilisation du commerce électronique et la poursuite des activités sur les canaux traditionnels de vente au détail déjà en place.
- Comprendra la façon dont les détaillants évaluent la préparation des commandes au niveau local à l'aide de l'automatisation en magasin.
- Comprendra les données importantes et les éléments dont il faut tenir compte pour obtenir le bon niveau d'automatisation.
- Découvrira les technologies et solutions pour atteindre ces objectifs.
- Comprendra ce qu'il faut pour maintenir de façon constante le temps d'utilisation du système.



03 STRATÉGIE POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS DE VENTE ET CROÎTRE

Avantages d'une stratégie.

Que ce soit pour la gestion d'un petit réseau de distribution de vente au détail ou d'un réseau avec plusieurs installations, la rapidité de la mise en marché et l'expérience client uniforme sur tous les canaux – magasins bien établis et vente directe au client – sont des éléments importants de la réussite. Les ventes obtenues par le commerce électronique augmentent et le plus grand défi auquel font face les commerçants n'est pas de savoir s'ils doivent passer au commerce électronique ou combiner le commerce en ligne avec les commerces et la distribution réels, mais plutôt de savoir comment soutenir et travailler de façon efficace et efficiente pour appuyer plusieurs canaux de vente. Les changements d'habitudes en lien avec la pandémie qui ont poussé les clients vers le commerce électronique ne disparaîtront pas. En fait, le document Mastercard Insights fait état qu'environ

20 à 30%

de ces changements sont là pour rester.



Le fait de ne pas réagir rapidement peut entraîner un retard considérable :

- Perte d'occasions
- Sources d'irritation et temps d'arrêt de l'exploitation
- Expérience client irrégulière entre les canaux
- Perte de clients actuels et futurs.

L'analyse et l'élaboration d'une stratégie de réalisation pour votre exploitation de vente au détail vous aidera à bien comprendre les opérations de préparation de commandes actuelles de votre exploitation et les changements requis pour atteindre vos objectifs commerciaux.

« Si vous avez 100 personnes dans l'entrepôt qui préparent actuellement des commandes et que vous pensez tripler votre croissance au cours des cinq prochaines années, ceci signifie augmenter le personnel à 300 personnes. Il s'agit peut-être d'un nombre de personnes que votre installation ne peut accueillir, vous pourriez aussi ne pas être en mesure de trouver autant d'employés pour appuyer vos opérations. De plus, sans changement pour réaliser votre stratégie, vous pourriez ne pas être en mesure de respecter vos accords sur les niveaux de service. À tel point que les clients pourraient aller voir ailleurs », indique Mike Clemens, ingénieur-conseil principal, Bastian Solutions. « Il s'agit du scénario qui consiste à ne rien faire. Lorsque nous évaluons les idées pour améliorer les procédures, nous pouvons les comparer avec l'option qui consiste à ne rien faire pour maximiser le retour sur investissement. »

Une stratégie de préparation des commandes aide les détaillants à passer du mode de survie aux changements sur le marché à une base plus réactive et flexible qui peut d'adapter et croître.

OMNISCANAL

PUMA a mis en place un système de prélèvement de marchandises pour regrouper et améliorer les opérations de préparation des commandes dans les installations de tiers. Les experts de Bastian Solutions ont travaillé avec PUMA pour sélectionner, concevoir et mettre en place la stratégie de préparation des commandes pour augmenter la base d'UGS à 30 000 et ont aussi regroupé les opérations dans une seule installation sur la côte ouest des É.-U. Le système peut maintenant facilement préparer les commandes la même journée et respecter les demandes saisonnières élevées, traitant 200 lignes de commerce électronique et 700 unités d'entrepôt par heure et par personne. Cela correspond à 2 à 3 fois la quantité précédemment gérée. En examinant les données complètes de stock et de commande, nous avons été en mesure d'évaluer correctement la taille des paniers pour maximiser l'utilisation du système de prélèvement de marchandises et d'utiliser ce nouveau gain d'efficacité au secteur des chaussures.

À L'ÉPREUVE DE L'AVENIR

Les systèmes de micro-préparation peuvent être adaptés et achetés pour répondre aux besoins actuels. Leur flexibilité vous permet de les faire évoluer selon vos besoins, sans avoir à mettre sur pause vos activités.

MICRORÉALISATION

Il n'y a aucun doute que le marché actuel a alimenté la création de nombreuses approches créatives et applications de technologies d'automatisation de pointe. Un détaillant d'équipements de sport omnicanal international dont les opérations s'apparentent à celles de PUMA (vêtements et chaussures de sport) a décidé de se tourner vers une solution en magasin flexible et moderne.

La stratégie de microréalisation de ce client utilise un espace de vente déjà existant pour transformer l'expérience en magasin des clients en plus de servir de petit centre de distribution pour les magasins à proximité.

Situé au deuxième niveau du centre commercial, ce client a besoin d'une solution à densité et à capacité de rendement élevé dans un espace bien défini. Puisqu'il est en mesure de préparer les commandes sur le champ alors que les clients entrent dans le magasin, examinent les options et font leur choix en utilisant les étiquettes RFID, ces centres créent une expérience client positive. Puisqu'ils préparent environ 1 000 commandes à l'heure pendant les périodes de pointe, l'efficacité et la précision sont des éléments clés.

Le système de prélèvement de marchandise AutoStore, combiné à un système de convoyeur simple, a été retenu pour stocker, identifier, transporter et préparer les commandes sur le champ. L'objectif était de préparer une commande contenant en moyenne trois articles par client en trois (3) minutes environ.

La solution à haute densité offre aussi à l'entreprise la flexibilité de permettre aux magasins à proximité de préparer facilement leurs commandes en réduisant le taux de réapprovisionnement du centre de distribution principal.

COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET RETOURS

Les détaillants évoluent dans un marché en constante évolution et doivent composer avec les subtilités du commerce électronique. Les opérations liées au commerce électronique sont constituées de nombreuses procédures manuelles en raison du grand nombre de biens qui doivent être manipulés. Cela peut demander beaucoup de main-d'œuvre, particulièrement pour prélever et emballer ces biens, ce qui peut représenter jusqu'à 75 % des activités de main-d'œuvre.

Pour l'un de ses détaillants de vêtements en ligne de type vente directe au client qui porte son attention sur l'offre de vêtements personnalisés, Bastian Solutions savait que l'automatisation de certaines procédures à valeur ajoutée, comme le pliage méticuleux des vêtements, ne pouvait être ajoutée sans compromettre l'expérience du client. Avec le client, nous avons cherché à savoir où l'automatisation pourrait aider – robots mobiles pour aider les préparateurs de commandes en transportant les contenants vers l'emballage final, tenue du catalogue de stock avec des lecteurs en ligne, indexeur et étiqueteuse de sac de polyéthylène pour les retours des clients, scellage automatisé des paquets et palettisation plus efficace pour l'expédition.

Pour le client, ceci a permis de créer une procédure de retour incroyablement simple avec des étiquettes et des sacs d'expédition prépayés. Le client est ainsi rassuré, le processus de retour étant plus simple et facile. Pour le détaillant, l'étiquette imprimée crée un système de suivi du stock fiable grâce à un balayage et un tri automatisés et rapides. C'est une situation gagnante pour tout le monde.





“

Les solutions de micro-préparation offrent une nouvelle perspective de l'expérience client en magasin. Leur conception verticale maximise les espaces qui font à peine 1,000 pi², ce qui rapproche les solutions d'automatisation clé en main des clients pour créer une expérience de livraison encore plus rapide.

Alex Haines,
expansion commerciale,
Bastian Solutions

OPEX®



04 CHOSES À TENIR COMPTE + OPTIONS TECHNOLOGIQUES

5 données importantes dont il faut tenir compte

Le commerce électronique et l'industrie de la vente au détail présentent pour le commerce électronique des défis de fonctionnement différents – de périodes saisonnières bien définies comme le retour en classe à l'automne pour la vente au détail aux augmentations soudaines pendant l'année de certaines catégories de produits. Le volume et le nombre total d'UGS peut aussi varier grandement. Comprendre les données importantes comme l'historique des transactions et les fiches descriptives des articles aidera à choisir les bonnes solutions et technologies d'automatisation en fonction de vos besoins.

LA STRATÉGIE D'UN DÉTAILLANT DE VÊTEMENTS ET DE CHAUSSURES DEVRAIT TENIR COMPTE DE CES 5 DONNÉES IMPORTANTES :

1. ÉTENDUE ET PRÉVISIONS

Quel est votre calendrier final? Combien voulez-vous ou vous faut-il d'années de croissance? Que ce soit 5 ou 10 ans, cela aidera à définir les prévisions. « Le commerce électronique tend vers une grande croissance de produits en une très courte période, alors que la vente au détail se situe habituellement plus près du taux d'inflation avec un taux de croissance d'à peine quelques points de pourcentage », indique Clemens. Avez-vous des périodes de pointe au cours de l'année? Quels sont les produits qui doivent être en stock selon la saison?

“

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE TEND VERS UNE IMPORTANTE CROISSANCE DE PRODUITS EN UNE TRÈS COURTE PÉRIODE, ALORS QUE LA VENTE AU DÉTAIL SE SITUE HABITUELLEMENT PLUS PRÈS DU TAUX D'INFLATION AVEC UN TAUX DE CROISSANCE D'À PEINE QUELQUES POINTS DE POURCENTAGE.

- MIKE CLEMENS, INGÉNIEUR-CONSEIL PRINCIPAL, BASTIAN SOLUTIONS



DÉFINITION PRATIQUE

BOPIS : Ramassage en magasin



2. MAIN-D'ŒUVRE

Le travail dans l'installation est important pour obtenir un aperçu, pour évaluer correctement les possibilités et pour offrir des solutions de soutien. Qui recevra les marchandises et les rangera? Qui effectuera le contrôle de la qualité et le chargement du camion? Qui effectuera le suivi du nombre de personnes participant à chaque étape et des qualifications requises? Discuter et évaluer les besoins actuels et futurs en main-d'œuvre permettra:

- De maintenir les coûts de fonctionnement au plus bas
- D'identifier les besoins économiques
- D'avoir un meilleur fonctionnement : flux, contrôle de la qualité, etc.

3. DONNÉES DE LA COMMANDE

La demande dans les commerces de détail varie et augmente, habituellement à l'automne pendant le « retour en classe ». De son côté, le commerce électronique augmente pendant le « Vendredi fou » de la saison des Fêtes, mais présente aussi d'autres hausses de la demande au cours de l'année. Consulter au moins une année de données aide à comprendre les tendances de la demande et de types de commandes, ce qui se traduit par vos activités de ramassage.

Gardez à l'esprit les différents canaux et les différentes activités que votre installation prend en charge – vente directe au client, vente en magasin, ramassage en magasin, distribution en gros et retours. À quoi ressemblent l'achalandage et la demande pour chacun de ces éléments?

La préparation des commandes n'est pas la seule activité dont vous devez tenir compte. Dans le domaine de la vente au détail, la gestion des retours est tout aussi importante. Les taux moyens de retour de vêtements et de chaussures achetés en ligne sont de près de 40 %. Créer une stratégie peut aider à réduire les dommages et à augmenter la possibilité de revente, réduire les coûts et améliorer l'expérience client. Cependant, votre décision de l'optimiser, de la standardiser et de l'intégrer à la planification de votre « expérience de magasinage » est la clé de la satisfaction de vos clients.

90%

**des détaillants
planifient mettre en
place le ramassage en
magasin d'ici 2021**

10%

**d'ici 2025, 10 % de
toutes les ventes seront
effectuées en cliquant et
en ramassant en magasin**



4. PROFIL DES STOCKS ET UGS

Tout comme pour les autres données, il est important de créer un profil complet sur 12 mois de votre stock pour vous aider à connaître la taille, le type et l'utilisation de la solution. Pensez à la croissance du volume de produits et d'UGS. Y a-t-il une croissance substantielle ou reste-t-elle constante? Vos articles sont-ils principalement emballés dans des boîtes et des sacs de polyéthylène ou vos vêtements sont-ils sur des cintres?

5. OPÉRATIONS

Connaître votre fonctionnement actuel aide à comprendre les paramètres existants et les données de projection pour évaluer les besoins, les écarts, les obstacles, la formation et les besoins en logistiques futurs en lien avec les opérations. Vous aurez besoin d'informations sur les:

- **Détails des opérations** - Qu'implique le flux opérationnel de préparation des commandes et des retours?
- **Objectifs commerciaux** - Cette installation aura-t-elle plusieurs fonctions et rôles?
- **Procédures liées aux commandes** - Systèmes de gestion de l'entrepôt et autres logiciels d'informations actuellement utilisés.
- **Services à valeur ajoutée** - personnalisation, matériel de marketing, emballage, etc.

“
**C'EST LA RÈGLE
DU JEU ACTUELLE
DANS L'INDUSTRIE
- LA RAPIDITÉ
DE LA MISE EN
MARCHÉ. 97 %
DES COMMANDES
SONT EXPÉDIÉES
EN MOINS DE 24
HEURES.**

**JAY PICCOLA,
ANCIEN PRÉSIDENT
DE PUMA NORTH
AMERICA**

TECHNOLOGIES DE POINTE - TROUVER LES MEILLEURES SOLUTIONS

Dans l'industrie de la vente au détail, la durée de vie des produits est courte. Le commerce électronique modifie les taux de livraison et les canaux de préparation des commandes. Mais par-dessus tout, pour obtenir la plus grande incidence, les solutions logistiques doivent être flexibles, modulaires et évolutives. Ce qui est le plus important, c'est d'ajouter l'automatisation là où elle peut offrir le plus grand soutien au fonctionnement - qu'il s'agisse d'une technologie en ligne pour automatiser les tâches répétitives, de créer un système complet de prélèvement de marchandises incluant la préparation de la commande et le stockage ou une combinaison de technologies.

PRÉLÈVEMENT DE MARCHANDISE

La méthode de prélèvement de marchandise offre une façon moderne de préparer les commandes qui combine le stockage automatisé à une procédure de ramassage ergonomique et précise. Les produits sont stockés dans le système et transportés directement et automatiquement vers l'opérateur, ce qui élimine le besoin de prélèvement et par le fait même, le temps de déplacement.

SOLUTIONS DE TRI

Les technologies de tri offrent une solution idéale pour séparer les produits se trouvant sur le convoyeur entre les voies d'expédition, pour la palettisation, pour les stations d'emballage et pour d'autres utilisations. Que votre installation ait besoin d'un système peu complexe à basse vitesse ou d'un système de convoyeurs haute vitesse automatisés à plusieurs voies, ces solutions de tri sont polyvalentes et peuvent trier une grande variété de produits de différentes tailles et poids pour créer des processus en aval plus efficace et précis.





RÉSULTATS CHEZ PUMA

L'entreprise traite maintenant 30 000 UGS, 200 lignes/heure/opérateur dans le commerce électronique, 700 unités/heure/opérateur dans l'entrepôt, est en mesure de préparer les commandes le même jour, répond aux demandes saisonnières et a regroupé plusieurs centres de distribution

30,000 SKUs

SOLUTIONS DE ROBOTISATION

Les solutions robotisées de tri offrent des options bas de gamme comparées aux trieurs traditionnels. La mise en œuvre plus rapide, la modularité et la capacité de fonctionner dans un espace minimum en font de bonnes options pour ajouter de la flexibilité pendant les périodes de pointe saisonnières.

SYSTÈME D'EXÉCUTION EN ENTREPÔT

En fournissant aux clients plusieurs outils de collecte des données, le système d'exécution d'entrepôt peut produire des rapports de pointe, effectuer des analyses prévisionnelles et détecter les problèmes. La capacité à identifier les tendances courantes et à prédire les conditions de fonctionnement est idéale pour les opérations de commerce électronique. Le système WES offre une conception modulaire et peut servir de point de communication unique pour votre ordinateur hôte ou PGI. L'optimisation de l'archivage complet du système améliore la visibilité de votre processus de préparation des commandes et le flux des conteneurs d'expédition.

CONVOYEURS ET TECHNOLOGIE EN LIGNE

Les convoyeurs pour soutenir de façon rapide et efficace la préparation des commandes sont des outils polyvalents qui transportent, séparent et acheminent les produits. Combinés avec de l'équipement en ligne, le balayage et la pesée des stocks peuvent être effectués sans retirer le produit du flux de préparation. Ces systèmes peuvent être facilement intégrés à d'autres systèmes - emballage et palettisation automatisés - pour réduire les déplacements et le levage par les opérateurs et créer un flux de production constant.

SOLUTIONS D'EMBALLAGE

L'emballage est souvent la procédure qui demande le plus de main-d'œuvre dans une installation de distribution et qui représente le goulot le plus courant. Les technologies d'automatisation de pointe comme les machines à sacs de polyéthylène et l'équipement d'emballage sur demande accélèrent le processus d'emballage. Ces technologies réduisent les contacts et transferts des sacs pour accélérer la préparation des commandes et de la livraison.

05 QUALITÉ

Pour une expérience client hors pair



Peu importe le niveau d'automatisation requis pour atteindre vos objectifs commerciaux, la clé est de le concevoir pour être résilient dans un marché de commerce électronique en effervescence. Accomplir ce résultat signifie planifier une installation sans accroc, une intégration réussie et un entretien assurant la qualité.

Un contrat de service peut réduire les temps d'arrêt; il permet également d'obtenir des conseils pendant l'installation et par la suite. Les répercussions d'un manque de soutien peuvent être ressenties non seulement par l'ajout de coûts imprévus, mais aussi par une réduction de la productivité, des stocks limités et des retards de livraison, ce qui entraînera une mauvaise expérience client, laquelle qui peut durer longtemps.

Quelques détails importants pour un contrat de service efficace:

- Soutien de l'équipe d'intégration des systèmes pour l'installation, le contrôle et l'exécution finale
- Solutions de formation standards et personnalisées pendant toute la durée de vie du projet et par la suite
- Manuels d'utilisation, lignes directrices et procédures normalisées d'exploitation complets
- Surveillance proactive des systèmes - ingénieurs de soutien 24/7
- Soutien à distance et sur place pour le compte du fabricant d'origine
- Programmes d'entretien préventif et d'urgence
- Accès à la liste des pièces par le client



EXPÉRIENCE CLIENT

Les expériences positives des acheteurs de marques / détaillants numériques sont définies comme

62%
ne vitesse d'expédition rapide

54%
un processus de livraison facile

50%
une politique de retour facile et raisonnable

Source: Avionos, 2019



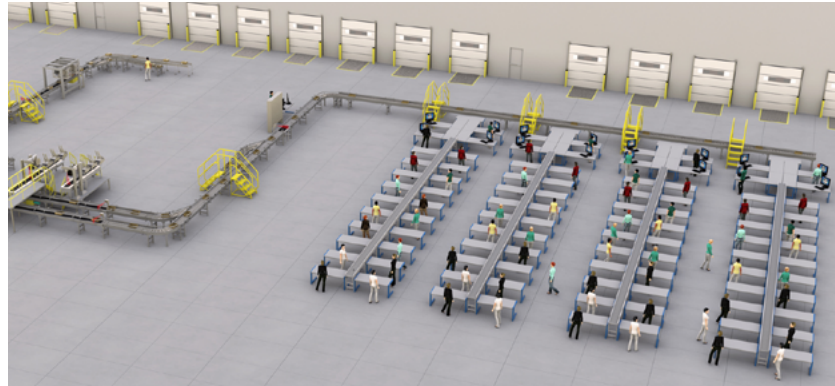
06 CONCLUSION

La réussite dans le secteur de la vente au détail est liée de près à l'expérience client.

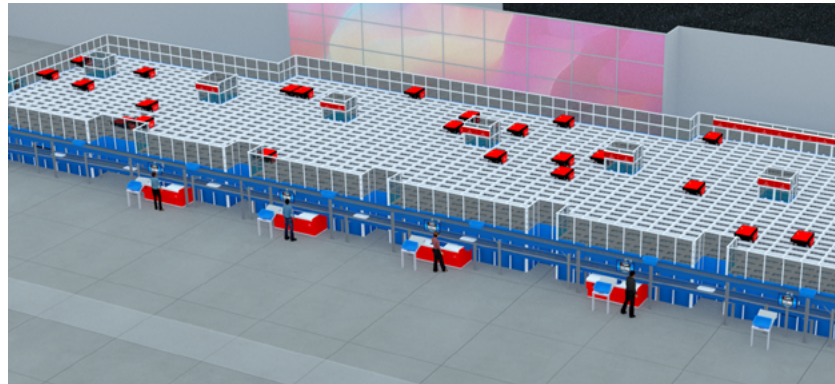
La réussite dans le secteur de la vente au détail de vêtements et chaussures est liée de près à l'expérience client – que ce soit en magasin, en ligne ou une combinaison des deux. Alors que le commerce électronique a très certainement accéléré les attentes de livraison et que les priorités d'exécution sont maintenant portées sur l'adaptation au changement et les nouveaux canaux de livraison, une expérience constante de grande qualité est toujours attendue par les clients.

Créer une opération résiliente et optimisée commence par connaître la quantité et le volume de vos UGS, les types de commandes, les canaux de livraison et les logiciels de soutien. Même si l'automatisation peut améliorer l'efficacité, il est encore plus important de comprendre où et quand automatiser les opérations.

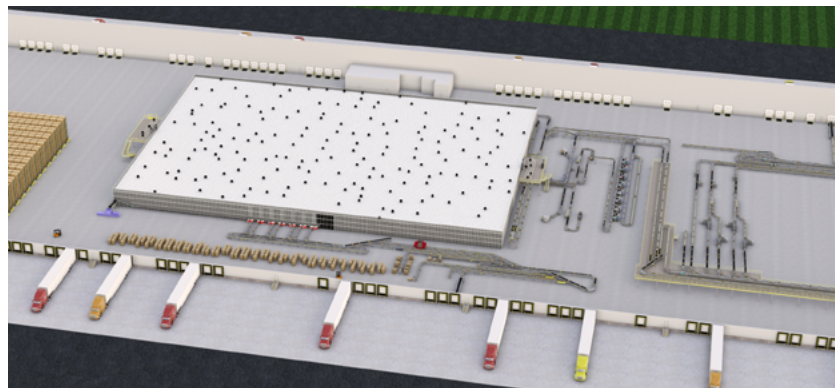
« Il y a certains détails à valeur ajoutée qui doivent avoir une touche personnelle et qui ne peuvent tout simplement pas être automatisés. C'est pourquoi nous portons notre attention sur les éléments qui peuvent être automatisés pour appuyer les opérations ou offrir une plus grande qualité au client, indique Clemens. Les solutions n'ont pas à être complexes pour avoir une incidence importante sur les opérations. Elles doivent simplement correspondre aux opérations actuelles et offrir une possibilité de croissance à l'avenir. »



Render: Bastian Solutions | Retail // Ecommerce // Subscription Service



Render: Bastian Solutions | Retail // In-store Microfulfillment



Render: Bastian Solutions | Puma // Omnichannel

“

Les solutions n'ont pas à être complexes pour avoir une incidence importante sur les opérations. Elles doivent simplement correspondre aux opérations actuelles et offrir une possibilité de croissance à l'avenir.

**MIKE CLEMENS,
INGÉNIEUR-CONSEIL
PRINCIPAL, BASTIAN
SOLUTIONS**



07 CLÔTURE

Commentaires de clôture et contexte

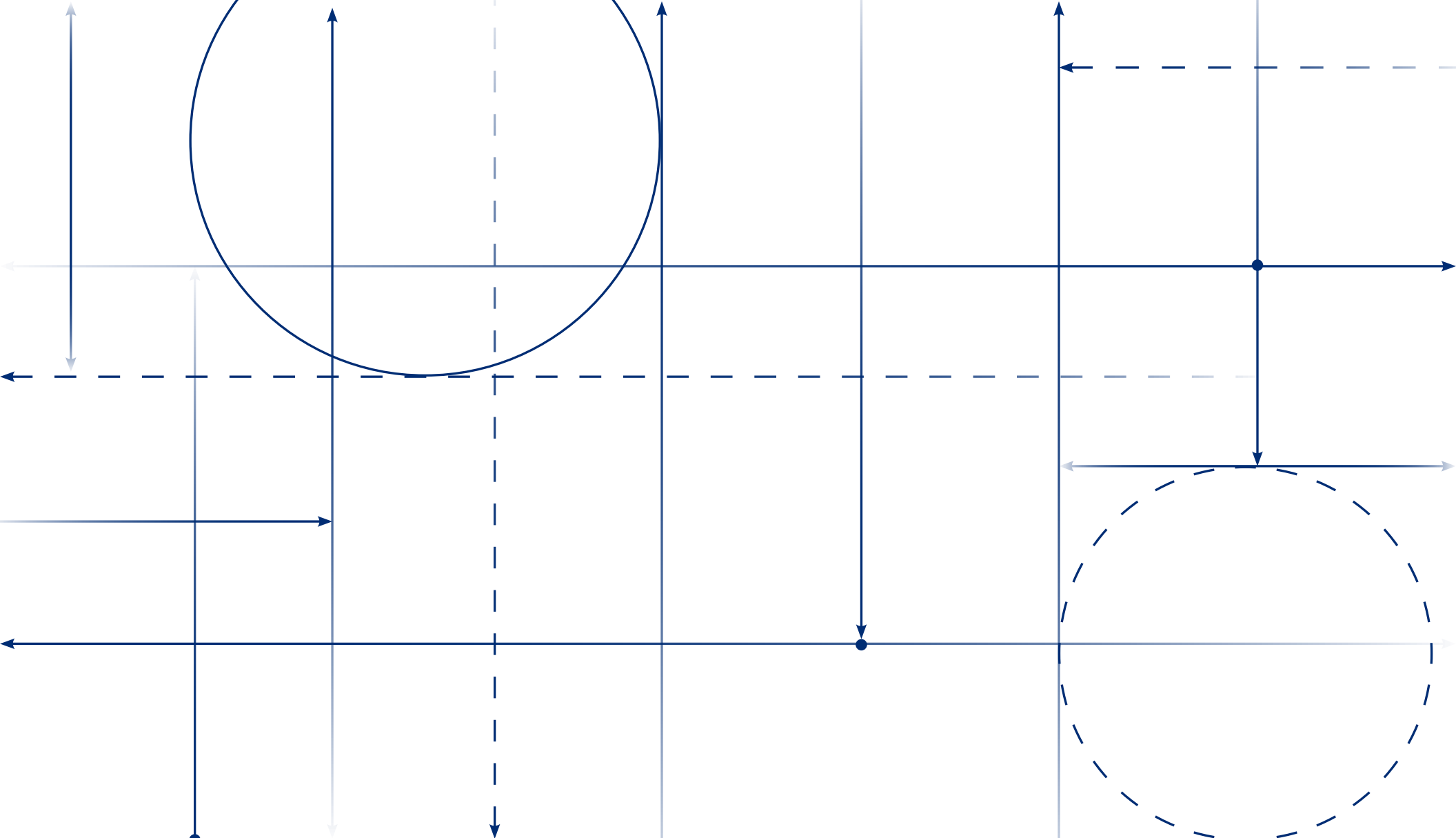
Bastian Solutions, filiale de Toyota Advanced Logistics, est un partenaire d'intégration de chaîne d'approvisionnement de confiance qui s'engage à fournir à ses clients un avantage concurrentiel en concevant et en livrant des solutions de distribution et de production de classe mondiale.

La vente au détail de vêtements et de chaussures est un marché en constante évolution et la croissance du commerce électronique ne fera qu'exacerber la flexibilité et des analyses d'experts pour créer les stratégies nécessaires pour répondre aux besoins individuels de chaque client en respectant un échéancier et les investissements. Les entreprises omnicanal, de logistique de tiers et de vente directe font toutes face à des défis uniques, que ce soit la gestion de la livraison rapide, la croissance du nombre d'UGS, les solutions en magasin, le fonctionnement à plusieurs installations ou les opérations de retours les plus économiques.

À la fin de la journée, tout ce qui compte c'est l'expérience positive que vit le client. Les experts de Bastian Solutions travaillent à comprendre, concevoir, contrôler, installer et offrir leur soutien pour s'assurer que nos clients atteignent leurs objectifs commerciaux. À l'aide de technologies de pointe et de l'expertise des ingénieurs de Bastian Solutions, nous combinons des conceptions guidées par les données, des systèmes évolutifs de manutention du matériel et des logiciels novateurs. Bastian Solutions aide ses clients présents dans une vaste gamme de marchés à devenir des chefs de file dans leur secteur.

[APPRENEZ-EN PLUS](#)





Bastian
SOLUTIONS

a TOYOTA ADVANCED LOGISTICS company