

Case Study: Aromaniac

Jak správně zvolit fulfillmentového partnera ať po pár měsících neberete zboží na ramena?

Fulfillmentová služba je klíčovým nástrojem, který má klientům umožnit snížit administrativní zátěž spojenou s logistikou – od řízení skladových operací a kontroly expirací až po expedici objednávek a optimalizaci procesů. Tato případová studie analyzuje zkušenost e-shopu Aromaniac při přechodu z provozu vlastního skladu na fulfillmentové řešení nejmenovaného poskytovatele A, které, **místo očekávaného zefektivnění, vedlo ke zvýšení provozních komplikací**. Po 9 měsících Aromaniac ukončil spolupráci s poskytovatelem A a přešel k partnerství s Fulfillment.cz, přičemž se tak řešily kritické nedostatky předchozího řešení.

Situace před změnou

Aromaniac, středně velký prodejce kávy s obratem 115 milionů Kč v roce 2024, se dlouhodobě potýkal s náročností správy vlastního skladu zejména během sezónních výkyvů. Optimalizované interní procesy byly sice na míru nastaveny, avšak s rostoucím objemem objednávek a specifickými požadavky na produkci (například individuální mletí kávy či přísné dodržování expirací) se vedení rozhodlo na konci roku 2023 hledat externí fulfillmentové řešení, které by mělo pomoci lépe odlehčit interní procesy.

Požadavky na fulfillmentovou službu a výběr partnera

Po oslovení sedmi vybraných fulfillmentových řešení Aromaniac navštívil šest z nich, ve finále vybíral ze tří nejzajímavějších. Po osobní návštěvě skladů a detailnějším seznámením se službou vybraných favoritů, se nakonec rozhodl pro poskytovatele, kterému v této studii říkáme fulfillment A. Očekávali od něj efektivitu, detailně řízené procesy, minimální problémovost a hlavně stabilního partnera pro jejich růst. Naše detailní a specificky počítaná kalkulace jednotlivých kusů, stejně tak krátká doba na trhu vzbuzovaly určité rezervy. Rozloučili jsme se a přáli jim spokojenost v dalších letech.

Hlavní požadavky:

- Sezónní flexibilita
- Časová úspora
- Efektivní a spolehlivé procesy ve skladových zásobách
- Solidní a finančně přijatelné řešení WMS (Warehouse Management System)
- Lepší ekonomika skladování - nižší náklady, než za vlastní skladovací řešení

První symptomy nedostatků spolupráce

Po 8 měsících nás kontaktoval Aromaniac s velkou nespokojeností ve zvoleném logistickém centru. První problémy se objevily rovnou při zahájení spolupráce:

Údajně jsme byli mezi top 5 klienty. Při zahájení naší spolupráce si však dva jejich klíčoví lidé, kteří měli na starosti náš onboarding, vzali dovolenou.

Michal Jírek, CEO Aromaniac



I přes očekávání, že počáteční chyby budou společně řešeny, se v průběhu času objevovaly další provozní nedostatky, což vytvářelo dojem nízké priority e-shopu v portfoliu poskytovatele. Řešení vzniklých problémů bylo často doprovázeno pouze informací, že se na opatřeních pracuje, bez podrobnějšího harmonogramu či závazného náhledu na odstranění chyb. Navzdory opakovaným ujištěním poskytovatele fulfillmentu o odstranění chyby se problém neustále vracel.

Jak popisoval majitel Aromaniac, Michal Jírek, situace vedla k opačnému efektu, než se původně předpokládalo – **zákaznická komunikace, řešení závad a celková spolehlivost služeb výrazně nedosahovaly požadovaných standardů**.

Klíčové provozní nedostatky poskytovatele fulfillmentu A

- Přechod na externí skladové procesy** Po čtrnácti letech provozu vlastního skladu, kde byly procesy optimalizovány dle specifik e-shopu Aromaniac, došlo k přechodu na fulfillmentové centrum. Nové prostředí však nepodporovalo některé klíčové procesy, i přes to, že byli smluvní součástí předchozího jednání. Na identifikované nedostatky bylo možné pouze upozorňovat, bez záruky jejich řešení a možnosti úprav.
- Nedostatečná funkčnost procesů** I po šesti měsících spolupráce nebyly některé objednávky označovány jako vyřízené, což vedlo k nutnosti jejich manuální kontroly ze strany klienta. Návrhy systémových opatření ze strany Aromaniac nebyly implementovány, což znemožnilo proaktivní řešení těchto problémů.
- Omezená informovanost klienta** Část zásob byla po určitou dobu převedena na nedisponibilní pozice, aniž by klient obdržel odpovídající informaci. Identifikace této situace probíhala ze strany e-shopu, přičemž následné řešení trvalo několik týdnů.
- Nedodržení sjednaných procesů** Některé procesy, které byly diskutovány během výběru poskytovatele, nebyly realizovány – například spojování balíků do jednoho. Komunikace v rámci fulfillmentového centra byla nekoordinovaná, což vedlo k nejasnostem při předávání informací mezi jednotlivými zástupci. Opakovaně docházelo k problémům, které nebyly efektivně řešeny.
- Změny v cenových podmínkách dopravců** Přechod na fulfillmentové centrum znamenal ztrátu původních cenových výhod a vztahů s dopravci. Během šesti měsíců došlo ke třem cenovým úpravám, přičemž některé sazby vzrostly až o 87 %.
- Správa expirace a skladové rotace** Nesprávné zadávání expiračních údajů při příjmu vedlo k opakovanému nedodržování systému FEFO (First Expired First Out). Implementace FIFO (First In First Out) nebyla standardizovaná, což upřednostňovalo zboží s výhodnější polohou pro expedici. Kontrola expirace vráceného zboží nebyla spolehlivě zajištěna, což mohlo vést k opětovnému uvedení produktů s krátkou dobou expirace do prodeje.

Specifika e-shopu Aromaniac

Aromaniac disponuje řadou specifik, které kladou zvláštní nároky na fulfillmentové řešení:

 Mletí kávy Zákazníci mají možnost objednat kávu namletou dle vlastních požadavků, přičemž při vrácení je nutné dodržet, že namletá káva nemůže být sloučena s nenamletým produktem.	 Řízení expirace Produkty nejsou vždy čerstvější, než zásoby ve skladu, což vyžaduje přesné zadávání dat expirací při příjmu a systematickou expedici dle principu FEFO.	 Spolehlivost SLA Aromaniac požaduje 100% dodržení SLA, včetně každodenní expedice všech objednávek. Celkové SLA 98 % je pro tento typ zboží a e-shop Aromaniac málo.
 Prioritní příjem Každodenně přichází do skladu čerstvě pražená káva, která musí být prioritně a spolehlivě zařazena do zbytku toku skladových operací.	 Degustační balíčky Skladová kompletace přímo ve skladu vyžaduje specifický přístup a preciznost při balení, zejména při větších objemech.	 Profesionalita Kvalitní prezentace a správné označování produktů bez poškození vizuální identity je považováno za standard.

Case Study: Aromaniac

Provozní dopady nedostatků

Během vánoční sezóny 2024 vedení e-shopu Aromaniac na základě akumulovaných provozních nedostatků rozhodlo o ukončení spolupráce s poskytovatelem fulfillmentu A. Rozhodli se kontaktovat nás – Fulfillment.cz a prověřit detailněji všechny jejich původní pochyby. Po konzultacích s dalšími klienty (e-shopy) a důkladném posouzení referencí, které zcela vyvrátilo jejich předchozí obavy, měly jasno. Co se jim na jaře 2024 zdálo jako příliš komplikované a složité řešení – unikátní označení každého výrobku QR kódem a specifické vyúčtování jednotlivých položek - se stalo odpovědí na velkou část problémů s předchozím fulfillmentovým řešením.



„Každý týden průměrně neodešlo 22 objednávek. To je 22 klientů, kterým týdně píšeme, voláme a omlouváme se. A samozřejmě desítky z nich jsou smolaři, u kterých se to opakuje. Takže jsme se jim za posledních 10 měsíců omlouvali třeba i pětkrát a vypadáme jako úplní diletanti, že nedokážeme ani jednou dodržet slib.“

Michal Jírek, CEO Aromaniac

Kolik může stát jen 1,8 % chyb?

Při výběru fulfillmentového partnera se Aromaniac rozhodoval mimo jiné podle SLA, tedy garantované přesnosti a rychlosti plnění objednávek. Původní partner (fulfillment A) realizoval SLA pro B2C objednávky na úrovni 98,2 % a pro B2B zásilky dokonce jen 93,7 %. Ve smlouvě přitom udával u obou 100 %. Na první pohled čísla, která možná vypadají přijatelně. V reálném provozu to ale znamená, že každý týden se chybně odbavilo přibližně 22 objednávek – to je 22 zákazníků, kteří nedostanou

svou kávu včas nebo správně. A 22 potenciálních negativních recenzí, refundací a kontaktů na zákaznickou linku. U B2B objednávek, které Aromaniac využívá zejména v rámci partnerského a velkoobchodního prodeje, byla situace také špatná. Pro partnery to byla červená vlajka, pro Aromaniac důvod přehodnotit celý model spolupráce.

Nesprávně doručená zásilka představuje nejen finanční ztrátu, ale také promarněnou příležitost

k budování důvěry a loajality zákazníků. A právě v této oblasti Aromaniac v novém partnerství očekává změnu: 100% SLA v realitě, ne jen na papíře. Poskytovatel fulfillmentu A konec spolupráce okomentoval telefonicky se slovy: „Hodně štěstí, jestli si myslíte, že to někdo zvládne líp.“ Naše odpověď na tuto výzvu se proto nebude odvíjet od prázdných slibů, nýbrž od konkrétních měřitelných výsledků a jasně stanovených provozních parametrů.

Budoucnost

Budoucí úspěch našich logistických řešení je podmíněn spolehlivostí použitých technologií a přísným dodržováním nastavených prioritních procesů. Implementací systémové práce s QR kódy se tradiční přístupy založené na FIFO (First In First Out) a FEFO (First Expired First Out) nahrazují moderním řešením, které výrazně snižuje riziko chyb a zvyšuje celkovou přesnost skladových operací.

Spolupráce s řadou dopravních společností nám umožňuje pečlivě kontrolovat náklady na dopravu a na základě aktuálních podmínek partnerům doporučit vhodné alternativy. **Stabilita cen našich služeb představuje další konkurenční výhodu pro naše klienty** – díky systematické kontrole dokážeme meziroční zdražení udržet pod úrovní inflace a plánujeme v tomto trendu pokračovat.

Klient:	Služba:	Lokalita:	Prioritní příjem:	Technické řešení:	Přesnost:
	 100% napojení s plnou integrací	ČR	 Čerstvě pražené kávy		 Spolehlivé FEFO a 100% SLA

I přes zavádění nových systémů počítáme s možným výskytem provozních chyb v počáteční fázi. Klíčovým principem našeho přístupu je v takových situacích zajistit proaktivní, bezodkladné a transparentní řešení vzniklých problémů s cílem minimalizovat dopady na obchodní provoz našich klientů a předejít opako-

vanému výskytu závad. Přesný rozsah potřebné podpory u klienta Aromaniac bude vyhodnocen průběžně, avšak aktuální reference například u klienta Fresh-labels potvrzují, že implementace našich řešení vede k významnému zvýšení efektivity.

Doporučení při výběru fulfillmentového partnera

Výběr správného logistického partnera hraje klíčovou roli pro úspěch celého obchodního řetězce. Na základě zkušeností Aromaniacu uvádíme několik doporučení:

- Definování konkrétních potřeb e-shopu:** Přesné vymezení specifických požadavků a detailní popis provozních výzev, se kterými se společnost setkala při vlastní správě skladu, jsou nezbytné již při počátečním jednání. Zkušenosti fulfillmentu s řešením podobných situací s podobným typem zboží představují klíčový ukazatel kompetence partnera. Bohužel ve chvíli, kdy poskytovatel slíbí, že udělá i to, čeho není reálně schopen, je i sebelepší příprava k ničemu.
- Konzultace se stávajícími klienty:** Před uzavřením smlouvy doporučujeme kontaktovat současné klienty daného poskytovatele. Zvláště klienti se stejným typem zboží mohou poskytnout konkrétní údaje o cenové politice, chybovosti procesů a celkové spolehlivosti služeb. Věnujte hodnocení klientů detailní pozornost a ptejte se na své priority v konkrétních detailech. Co je důležité pro Vás nemusí být důležité pro stávající klienty fulfillmentu. Ale i tak vám jsou schopni Vám odpovědět reálná čísla.
- Ověření subjektivních dojmů:** Osobní dojmy a první zkušenosti s návštěvou skladu je vhodné zaznamenat a následně konzultovat s referencemi poskytovatele. Takovýto přístup umožňuje získat další objektivní informace k doplnění interní evaluace.
- Hodnocení firemní filozofie:** Kromě cenových podmínek je důležité hodnotit i provozní přístup a hodnoty fulfillmentového partnera. Prostor a ochota dodržovat vysoké provozní standardy během návštěvy skladu často korelují se spolehlivostí v běžném provozu. “Co fulfillment dopustí při vaší návštěvě, dopustí i v běžném provozu.”, popisuje z vlastní zkušenosti Michal Jírek z Aromaniacu.

Případová studie ukazuje, že výběr vhodného fulfillmentového partnera je komplexním úkolem, kde hrají roli jak objektivní ukazatele, tak subjektivní zkušenosti s provozními detaily. Pečlivý výběr založený na přímých referencích od stávajících klientů je zcela klíčový. Naprosto zásadní je přikládat váhu všem detailům získaných referencí, stejně tak prověření vlastních subjektivních dojmů.

Fulfillment.cz aktuálně není největším hráčem na trhu logistiky a má za sebou “teprve” 3 roky provozu. **Narozdíl od konkurenčních fulfillmentových poskytovatelů jsme díky našemu unikátnímu technologickému a partnersky orientovanému přístupu i bohatým zkušenostem schopni nabídnout našim partnerům mnohem víc než historii, a to budoucnost.** Přinášíme nejen spolehlivé provozní parametry, ale také perspektivu dlouhodobého růstu a inovací. Tento přístup představuje příklad, jak moderní řešení mohou přinést budoucnost založenou na pevných základech a neustálém posunu o krok vpřed.

Přinášíme nejen spolehlivé provozní parametry, ale také perspektivu dlouhodobého růstu a inovací.