



Jak zarządzać relacją z dostawcą fulfillment?
AKADEMIA SALESUPPLY

Salesupply: obsługa klienta i fulfillment dla sklepów internetowych

Obniż koszty ekspansji zagranicznej dzięki outsourcingowi obsługi klienta oraz lokalnym wysyłkom i zwrotom



Dlaczego będę mówił o fulfillment?



The banner features a blue background with white text and images. On the left, a circular icon labeled 'Ecommerce Fulfillment' is connected by a line to a circular portrait of a smiling man. In the center, a circular image shows a person in a yellow safety vest working with boxes. To the right, a circular icon labeled 'Ecommerce Customer Care' is connected by a line to a circular portrait of a woman wearing a headset. The Salesupply logo and tagline 'Complete like a local anywhere' are prominently displayed in the center-right of the banner.

Damian Kuczyński ✓
Pomagam obniżyć koszty prowadzenia e-commerce 💰 w obszarze logistyki i obsługi klienta w Europie, UK, USA, UAE 🌍

 Salesupply
 SGH Warsaw School of Economics

Agenda

-  Kiedy fulfillment
-  3PL vs 4PL
-  Struktura kosztów 3PL
-  Strategia fulfillment
-  Jak negocjować?

- **Multi kanałowa sprzedaż** - marketplace (kilka), webshop
- **Bariery prawne**, powodujące wydłużenie i skomplikowanie procesu obsługi przesyłki, często generujące dodatkowe koszty dla konsumentów, np. sprzedaż na rynku brytyjskim lub w Stanach Zjednoczonych oraz w takich europejskich krajach jak Szwajcaria czy Norwegia.
- **Specyfika geograficzna rynku docelowego i odległość od rynku**, powodująca, że dostawa na odcinku krajowym (last mile) ma wpływ na znaczne wydłużenie całości procesu dostawy
- **Oczekiwania klientów związane z czasem dostawy** tzw. time-sensitive products, czasami bardziej oczywiste, jak np. karma dla zwierząt lub części samochodowe]
- **REDUCKJA KOSZTÓW**

(Third-Party-Logistics 3PL) odpowiada za realizację konkretnego zadania logistycznego – w tym przypadku magazynowanie i wysyłkę.

(Fourth-party-Logistics 4PL) zarządza całym procesem logistycznym, koordynując i integrując różne firmy 3PL oraz dbając o efektywność całego łańcucha dostaw





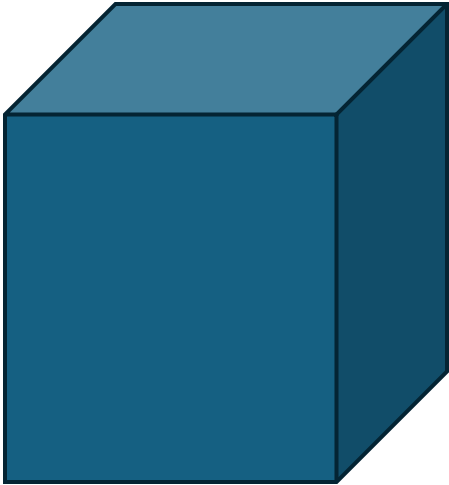
MIAMI - USA

Pricing

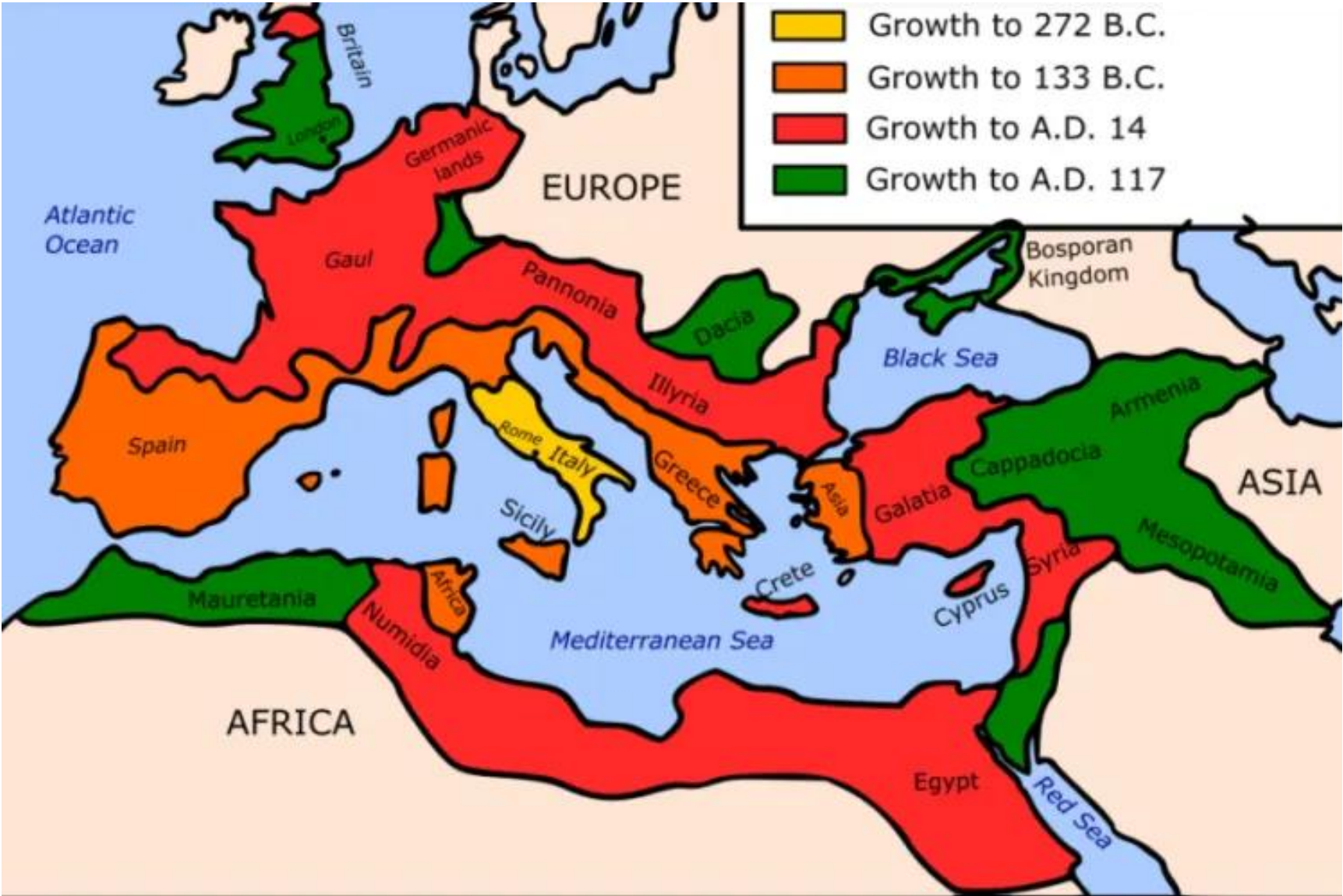
Setup, IT & Platform	
Set-up Order Integration*	\$ 995.- (one time integration fee)
* Custom integrations might influence price	
Service fee (Platform fee/integration)	\$ 149.- per month
Minimum monthly order pick & pack fee	\$ 800.- per month

Storage and Inbound	
Inbound processing	\$ 54.- per hour
Storage per pallet (48" x 40")	\$ 20.4 per month
Pick location (24" x 16" x 16") / per location 1 SKU)	\$ 2.65 per month
Account Management (sorting/labeling/requests/return processing etc.)	\$ 56.5 per hour

Handling				
Size Category	S	M	L	XL
Unit Size/Weight	< 7.8" x 7.8" x 1.1" up to 3.5 ounces Ex. mobile case	< 15" x 15" x 3.9" up to 1.1 lbs Ex. T-Shirt	< 15" x 15" x 9.8" up to 4.4 lbs Ex. Handbag	< 23" x 19.5" x 15" up to 22 lbs Ex. Suitcase
Pick & Pack incl. - First article pick - Filling material - Label printing - Packing slip	\$ 1.55	\$ 1.90	\$ 3.15	\$ 4.-
Next article	\$ 0.55	\$ 0.65	\$ 0.80	\$ 0.95
Packaging boxes costs	Small: 17x13x7 cm -> \$0.44 per box Medium: 22x16x12 cm -> \$0.66 per box			







Strategia	Na co zwrócić uwagę	Ryzyko	Przeciwdziałanie
Wiele kanałów sprzedaż, różne kraje (marketplace, własny sklep)	Dostępność kanałów u 4PL	Brak obsługi naszego kanału/kraju Koszty dointegrowania kanału	Przemyślenie strategii sprzedaży i wybór właściwego dostawcy
Wolno rotujący towar	Koszty przechowywania	Ponoszenie kosztów magazynowania	
Dostępność lokalnych kurierów	Np. czy obsługuje paczkomaty	Brak kluczowych rodzajów przesyłek	Sprawdzenie co jest istotne w danym kraju
Dużo zwrotów	Koszt i proces obsługi zwrotów	Obniżenie ROI przez wroty	Towar z niskim odsetkiem zwrotów w 3PL Przyjęcie zwrotów bez weryfikacji

FORECAST

1. Wysyłaj przewidywane ilości zamówień.
 - a) Pozwoli to utrzymać KPI's dostawcy i wpłynie na lepsze zadowolenie twoich klientów
 - b) Jeśli forecastujesz więcej niż zakładałeś przy podpisaniu umowy – możesz negocjować lepsze stawki

FORECAST

1. Wysyłaj przewidywane ilości zamówień.
 - a) Pozwoli to utrzymać KPI's dostawcy i wpłynie na lepsze zadowolenie twoich klientów
 - b) Jeśli forecastujesz więcej niż zakładałeś przy podpisaniu umowy – możesz negocjować lepsze stawki

1. Jeśli masz mały wolumen – podkreślać perspektywiczność, poproś o przedziały (500/1000/3000 zamówień)
2. Porównuj 3 magazyny na tych samych parametrach (całkowity koszt per zamówienie)
3. Zobacz jakie masz karty:
 - **Jeśli masz mało SKU/duży wolumen:** jesteś idealnym klientem. Negocjuj twardo.
 - **Jeśli masz dużo SKU:** dokładnie policz koszt Pick and Pack + Kurier dla głównych (Pareto) zamówień i negocjuj te pozycje
4. Jeśli mas bulku goods – szukaj specjalistycznego magazynu (kurierzy!)

Dziękuję za uwagę i zapraszam do kontaktu



Damian Kuczyński

Head of Operations/Co-founder

d.kuczynski@salesupply.com

tel. 727 660 202

