

Finalister till Postens logistikpris 2004

Postens logistikpris, Posten Logistics Award, instiftades år 2002. Syftet är att uppmärksamma och premiera god logistik. Alla företag och andra organisationer som är kunder till Posten kan anmäla sig till tävlingen.

Tidigare vinnare har varit handelsföretaget Bergman & Beving (2002) och spelföretaget Svenska Spel (2003).

Posten Logistics Award tillfaller det företag eller den organisation som bäst bedöms uppfylla följande generella kriterier:

- Verksamheten har byggt upp en innovativ och nyskapande logistiklösning.
- Logistiklösningen är dokumenterat effektiv.
- Verksamheten är effektiv och lönsam på en övergripande nivå.
- Logistiklösningen bidrar till att öka verksamhetens konkurrenskraft.

Hur pass stort företaget är i termer av omsättning, antal anställda eller intäkt till Posten har ingen betydelse för juryns bedömning.

Jury

Mats Abrahamsson (ordförande), professor i logistik, Linköpings Tekniska Högskola samt medlem av Postens koncernstyrelse, Torkel Elgh, VD Electrolux Logistics AB, Signhild Hansen, VD Svenska Lantchips AB samt vice ordförande i Svenskt Näringsliv, Göran Sällqvist, vVD Posten Sverige AB och chef för Division Produktion och Logistik, Peter Dahlén, chef för Postens logistiksortiment, Stefan Karlöf, konsult, Karlöf Kommunikation AB.

Priset är en glasskulptur framtagen av konstnären Gabriella Höglin.

På följande sidor presenteras årets finalister i Posten Logistics Award:

Dustin AB (sid 2)

InkClub (sid 3)

Seelig (sid 4)

AB Volvo/Volvo Cars Corporation (sid 5)

Dustin AB

Antal anställda: 125

Omsättning 2003: 2 100 miljoner

Resultat 2003: 83 miljoner

VD: Bo Lundevall

Affärsidé

Dustin AB är en svenskägd och leverantörsberoende återförsäljare av datorprodukter. Sortimentet består av cirka 50 000 olika produkter och innehåller allt från datorer och komponenter till tillbehör och programvara som säljs via postorder och webb/e-handel.

Logistikupplägg

Dustin AB och Dustin Partner AB använder endast Posten som logistikpartner. Främst används tjänsterna DPD Företagspaket, Postpaket samt PEX. Grunden för logistiken är att maximalt underlätta inköpsprocessen för kunderna. Dustin har sedan 1996 utvecklat ett eget affärssystem som är skräddarsytt för att hantera logistiken så effektivt som möjligt och minimera antalet fel i hanteringen. Dustins hemsida, www.dustin.se är helt integrerad affärssystemet och alla uppgifter på hemsidan presenteras i realtid. Alla användare, såväl lager-, inköps-, marknads- och säljavedningen på Dustin och kunderna på webben arbetar hela tiden mot samma databas och har tillgång till samma information. Dessutom synkas databasen mot leverantörerna för att kunderna och Dustins personal ska kunna se både det egna lagersaldot och leveranstiderna från leverantörerna samt för att priserna ska hållas uppdaterade. Kunderna kan när som helst få information om var de beställda varorna befinner sig och se sin orderhistorik. Dustin har ett eget lager på 4 000 kvm där cirka 1/3 av de mest omsatta produkterna lagerhålls. Lagret omsätts på ungefär en vecka.

Det egna lagret ger en kort leveranstid till kunden. En kund som finns i Stockholm och gör en beställning erhåller lagerhållna produkter redan samma eftermiddag. Kunder i övriga Sverige får i normalfallet leverans dagen efter beställning. Den korta leveranstiden möjliggörs till stor del genom Postens tjänst DPD Företagspaket. För att ytterligare minimera leveranstiden levererar Posten produkter till Dustins lager tre gånger per dag och hämta gods flera gånger per dag. Totalt skickar Dustin drygt 40 000 paket i månaden.

Effekterna av Dustins logistik är att leveranstiden från leverantör/distributörer, och från Dustin till kunderna har minskat. Därutöver har antalet fel minskats i samband med leveranserna och är idag i stort sett noll.

Kontaktpersoner:

Bo Lundevall, VD Dustin, 08-553 40 000, e-post: bo.lundevall@dustin.se

Kajsa Melin, Marknadsansvarig Dustin, 08-553 44 121, e-post: kajsa.melin@dustin.se

inkClub AB

Antal anställda: 30

Omsättning 2003: 240 MSEK

Resultat 2003: 50 MSEK

VD: Lennart Nyberg

Affärsidé

inkClubs affärsidé är enkel och genial: att kostnadseffektivt sälja bläckpatroner och toners via Internet med snabb och bekväm hemleverans. Internetförsäljningen gör att inkClub kan tillhandahålla ett bredare produktutbud till en lägre kostnad än vad som är möjligt vid traditionell butiksförsäljning. Sedan starten för drygt 3 år sedan har inkClub fått 900 000 kunder i fjorton Europeiska länder. Därmed är företaget världens största leverantör av bläckpatroner på Internet. Kunderna är främst privatpersoner samt små- och medelstora företag. 80 procent av kunderna finns i utlandet.

Logistikupplägg

De patroner och toners som inte är originaltillbehör köps in veckovis från tillverkare i Europa, USA och Asien. Originalprodukter beställs dagligen via EDI från en distributör i Sverige. Inköpen baseras dels på försäljningsstatistik, som uppdateras var tionde minut, dels på marknadsavdelningens prognoser över orderantal och tillströmning av nya kunder.

Kunderna beställer sina varor på en nationsspecifik hemsida och hanterar därmed orderlägningsprocessen på egen hand. Kundtjänsthanteringen sker enbart via e-post på respektive lands språk vilket ger en snabbare och mer kostnadseffektiv kundservice. Alla beställda varor levereras till Uppsala där de i samarbete med Samhall lagerhålls, expedieras och packas, för vidare distribution till slutkunderna. Alla ordrar skrivs ut med respektive lands faktura/inbetalningskort och packas för leverans samma dag. Posten hämtar försändelserna varje eftermiddag och ser till att de befinner sig i respektive lands postsystem redan dagen därpå. Effekterna av inkClubs enkla och kostnadseffektiva logistikprocess är att kunderna kan köpa prisvärda produkter och få snabb leverans.

Marknaden för bläckpatroner omsätter cirka 300 miljarder kronor per år i hela världen och än så länge är det bara en bråkdel som köps via Internet.

Kontaktpersoner:

Lennart Nyberg, VD inkClub, e-post: lennart.nyberg@inkclub.com

Henrik Nilzén, Marknadschef inkClub, e-post: henrik.nilzen@inkclub.com

Seelig AB

Antal anställda: 110

Omsättning 2003: 230 MSEK

Resultat 2003: särredovisas ej, ingår i BTJ-koncernen

VD: Göran Ahl

Affärsidé

Seelig är en bokgrossist som fungerar som en länk mellan bokhandeln och förlagsvärlden och mellan Internetbokhandeln och dess kunder.

Logistikupplägg

De flesta av Sveriges hundratals bokhandlare och förlag är kunder till Seelig. Seelig tillhandahåller en bokdatabas för bokhandeln samt köper in, lagerhåller och distribuerar böcker. Seelig erbjuder även informationstjänster såsom orderförmedling till förlag, distributör eller grossist. I Seeligs 13 000 kvadratmeter stora lager i Morgongåva lagerhålls cirka två miljoner böcker och 60 000 titlar. Seelig betraktar sig som en ”fullsortiments grossist” som köper in och lagerhåller det mest efterfrågade sortimentet av böcker från 200 svenska förlag och ca 70 utländska. Grossistsortimentet köps in från cirka 220 svenska och 50 utländska förlag. Inköpen baseras på prognoser och nära kontakter med förlagsbranschen, Internetbokhandeln och den traditionella bokhandeln. Distributionssortimentet lagerhålls på uppdrag av cirka 200 förlag och fylls på kontinuerligt när en viss beställningspunkt har nåtts. Kunden märker dock aldrig om den beställda boken ingår i grossist- eller distributionssortimentet.

Under ett år distribuerar Seelig sammanlagt tio miljoner böcker till bokhandlare och konsumenter. Under senare år har Seelig även börjat hantera den svenska Internetbokhandelns logistik och distribution – en verksamhet som växer snabbt. Seelig har ett etablerat samarbete med Akademibokhandeln (för hittills fyra av deras större butiker) som innebär att Seelig hanterar alla inleveranser. Inleveranserna går till Seeligs lager i Morgongåva. Seelig sorterar, prismärker och gör en ämnesindelning i hyllor som är rullbara. Därefter transporteras rullhyllorna till butik.

Kontaktpersoner:

Göran Ahl, VD Seelig, 08-624 46 00, goran.ahl@seelig.se

Sven Sjölin, marknadschef Seelig, 070-354 89 05, sven.sjolin@seelig.se,

AB Volvo och Volvo Cars Corporation

Antal anställda: 75 000/28 000
Omsättning 2003: 175 000 MSEK/i.u.
Resultat 2003: 6 500 MSEK/i.u.
VD: Leif Johansson/Hans Olov Olsson

Affärsidé

Volvo Cars ägare Ford Motor Company har startat ett projekt i Europa kallat Network Integrator Team. I denna konstellation ingår representanter från Ford, Volvo Cars, Land Rover och Mazda, varumärken som ingår i Fordkoncernen. Network Integrator Teams uppgift är att konsolidera koncernens logistik i hela Europa, det vill säga att skapa enhetlighet och utnyttja skalfördelar.

Network Integrator Team har på den svenska marknaden valt att samarbeta med Volvo Parts som är AB Volvos reservdelsverksamhet eftersom en gemensam samverkan ger en rad samordningsfördelar. I slutet av år 2003 påbörjade Ford, Volvo Cars, Mazda, Land Rover och Volvo Parts en gemensam genomlysning av den svenska marknaden för reservdelsdistribution, vilket resulterade i att Postens dotterbolag HIT och Poståkeriet fick en förfrågan om att lämna offert på uppdraget. Efter en lång tid av analys så fick Postens dotterbolag HIT och Poståkeriet accept på affären i mitten av maj 2004.

Logistikupplägg

Samtliga inblandade aktörer har sina egna centrala lagerpunkter: AB Volvo i Göteborg och Gent, Volvo Cars i Göteborg, Mazda i Holland och Ford i Örebro. På dessa ställen samt vid ett tiotal andra upphämningsställen i Sverige hämtar Posten/HIT reservdelar.

Volvo Cars har även startat upp sitt första så kallade Local Distribution Center i Sverige. Distributionscentret ligger i Enköping och har till uppgift att iordningställa reservdelsleveranser per enskild bil. HIT och Poståkeriet levererar Volvo Cars reservdelar till distributionscentret i Enköping en gång per dag och från centret flera gånger per dag till ett urval av Volvos svenska återförsäljare. Antalet leveranser som HIT distribuerar för de aktuella företagen uppgår till ca 190 000 per år. Reservdelsdistributionen startades upp snabbt under försommaren 2004 och var efter några månader igång i full skala. Som en del av Postens samarbete med Volvo och de övriga aktörerna ingår att kontinuerligt utveckla logistiken och identifiera nya förbättringsmöjligheter.

Kontaktpersoner:

Sten-Åke Thunbergh Transport Director, Volvo Cars, 031-59 00 00
Mikael Larsson, försäljningschef, mikael.k.larsson@posten.se, 0733 88 80 39