
PRIMERA JORNADA DISTRIBUCIÓ CAPIL·LAR URBANA: L'ÚLTIMA MILLA

Joaquim López i Gavalrà

SEUR | Gerent Barcelona

@LopezJoaquim 

UNA NOVA IDENTITAT



dpdgroup



UNA NOVA ARQUITECTURA DE MARCA

El nostre grup



El nostre holding



La nostra xarxa internacional



Les nostres marques comercials



Les nostres solucions





Ocupa la segona posició del mercat europeu del transport urgent

És el nº 1 en Espanya, França, Regne Unit (domèstic), Irlanda, Polònia i Lituània.




El nº 2 en Alemanya i Portugal.

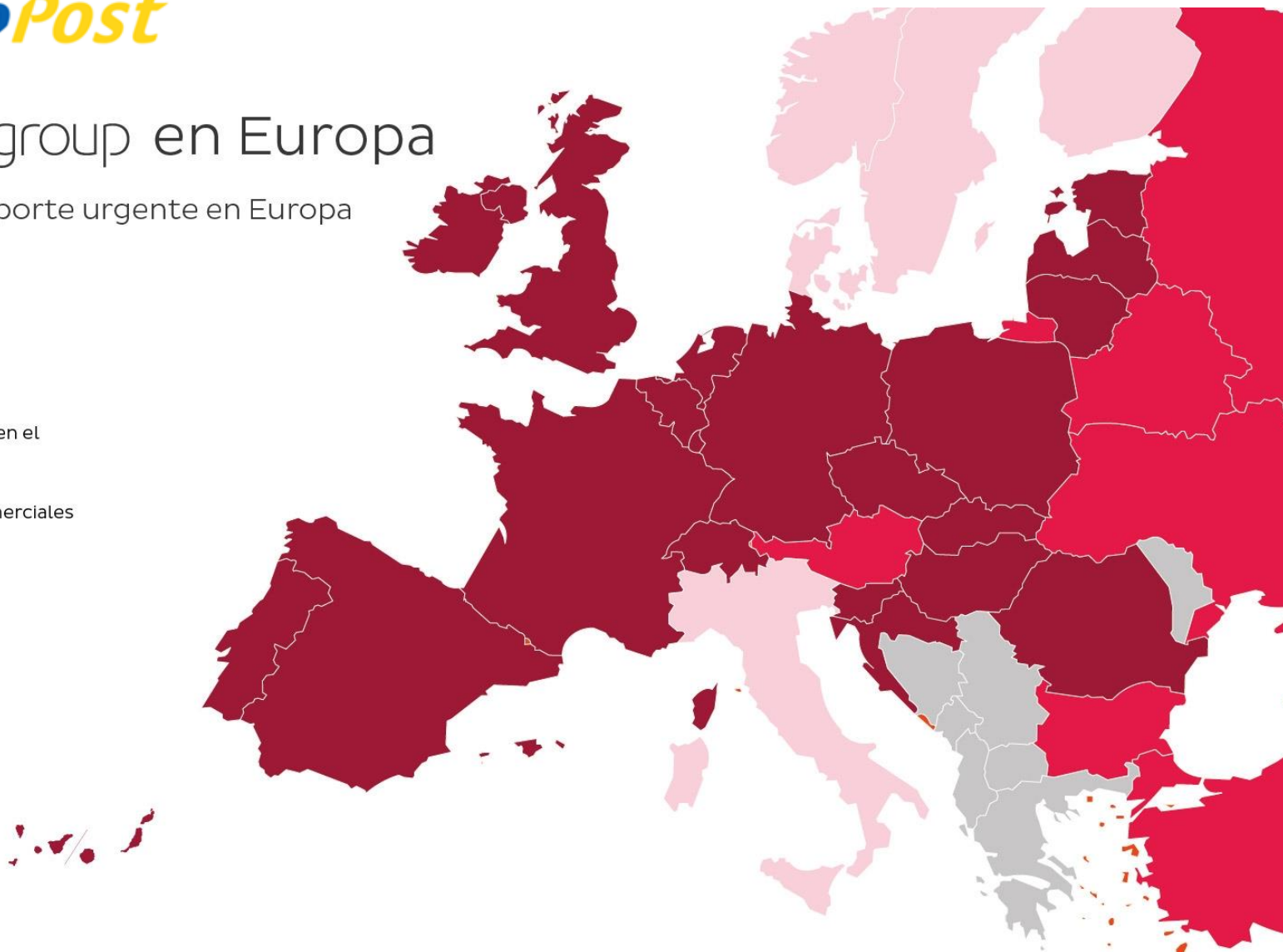




dpdgroup en Europa

Nº2 en el transporte urgente en Europa

-  Mayoría en el accionariado
-  Participación en el accionariado
-  Acuerdos comerciales



PRINCIPALS XIFRES GEOPOST

Enviaments diaris

3 MM

Ingressos en 2014
(bilions)

€4,9

Enviaments
en 2014

864 MM

Empleats

26.000

Lliuraments realitzats

230
països

PRINCIPALS XIFRES DE SEUR

Enviaments diaris

300.000

Ingressos en 2014
(milions)

€564

Enviaments
en 2014

85 MM

Clients

1.200.000

Lliuraments realitzats

230
països

CREIXEMENT EN EL MERCAT B2C

30% del volum

26% de la facturació

Últims 4 anys **+65%**
en volums

En 2014 +21%

GeoPost



21% de la facturació

20% creixement en
2014

30% de la quota de
mercat

SEUR

CREIXEMENT EN EL MERCAT INTERNACIONAL

11% del volum

20% de la facturació

Últims 4 anys **+50%**
en volums

En 2014 **+12%**

GeoPost



20% de la facturació,
el que suposa 110
milions d' euros

16% creixement en
2014

SEUR

AIXÍ SOM

Companyia de referència

Pioners del sector des de 1942

Estructura de major capil·laritat a Espanya i Portugal

Vocació multiespecialista

Total capacitat operativa internacional, a través de la xarxa Geopost, donant servei a 230 països.

Compromesos amb el nostre clients:

Aportem solucions

Ens adaptem a les seves necessitats

Treballem al costat d'ells

Oferim qualitat, fiabilitat i màxima satisfacció

Quota de mercat superior al 20%

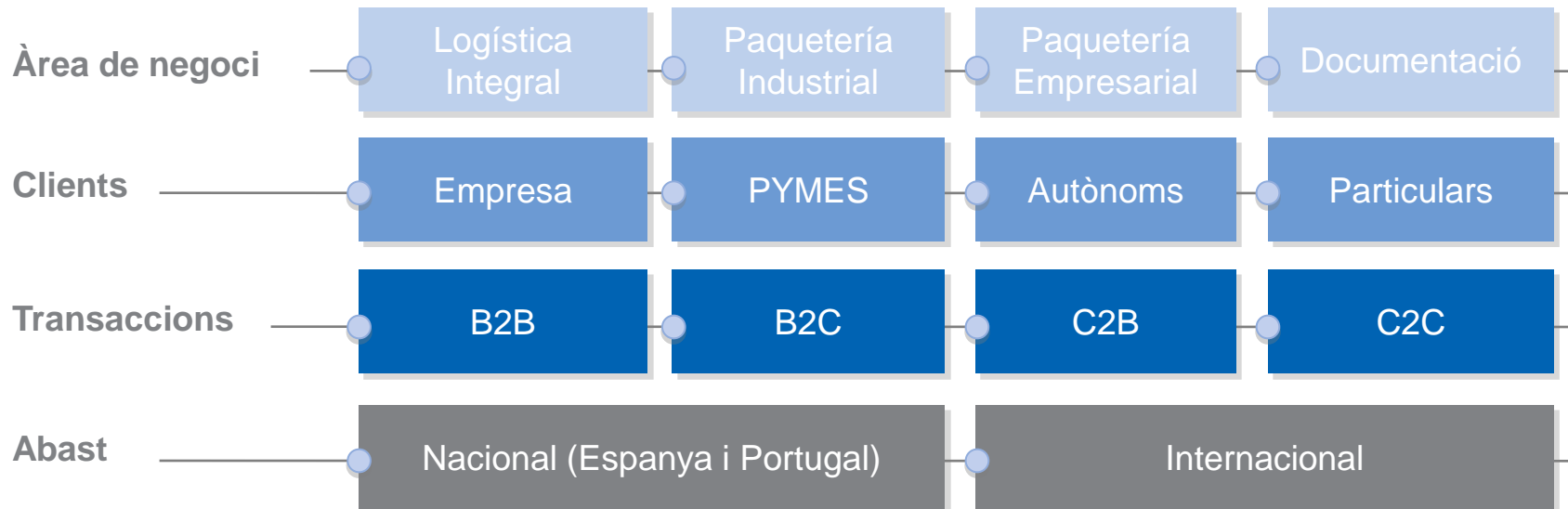


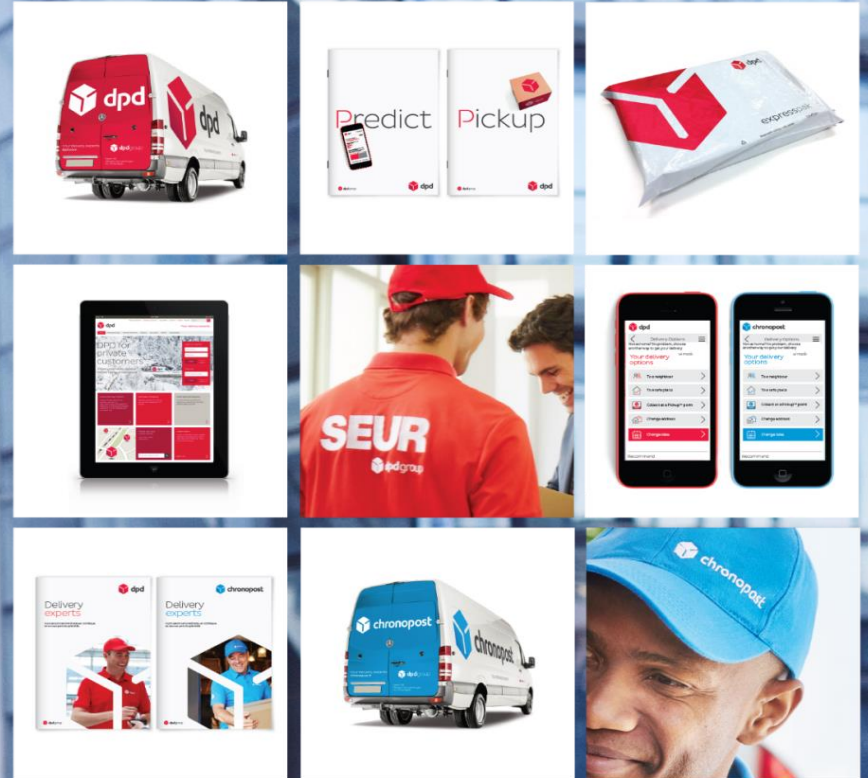
Tenim el percentatge de satisfacció més elevat del mercat: més del 90%



AIXÍ SOM

Oferta multispecialista





INDEX

- 1. Organització operativa:** Qué fem i com ho fem?
- 2. Reptes actuals:** eCommerce, Usuaris i Logística Inversa
- 3. Solucions i alternatives:** Inversions IT, Comunicació usuaris,
Click & Collect, Micro Plataformes de Distribució

ORGANITZACIO OPERATIVA

- Recepció diària dels vehicles de transport nocturn, via terrestre -pesats i lleugers (domèstics i internacionals) , via marítima (illes), via aèria (internacional i illes), que conflueixen en un sol hub regional.
- Tractament dels diferents tipus d'enviaments, encintables, paletitzats, sobreria, control de traçabilitat, auditories de pesos.
- Assignació a repartiment amb diferents modalitats, vehicles lleugers, per tipus de serveis (premiums o estàndars), per tipus de producte (ambient o fred positiu, entre 2^o i 8^o) o vehicles pesats per tipus de mercaderia (paletitzades o GGSS).

ORGANITZACIO OPERATIVA

En el cas de SEUR diferents flotes de vehicles dedicats

- Flota de vehicles «**serveis Premium**»: S-8.30, S-10.00, S-13.30
- Flota de vehicles «**serveis Estàndar**»: S-24 (amb doble sortida abans de les 8.30 i abans 13.00 hrs)
- Flota de vehicles «**serveis Fred**», pels productes refrigerats amb fred positiu.
- Operació simultànea de repartiments (preferiblement pel matí) i de recollides (per la tarda).

ORGANITZACIO OPERATIVA

A partir de les 19.00 hrs. tots els vehicles tornen al hub de distribució amb les recollides realitzades i les incidències generades per a procedir al seu control de traçabilitat, pesatge, etiquetatje i transportar fins al hub d'intercanvi regional per ubicar-les als vehicles corresponents per a sortir a destí, en el medi corresponent, terrestre, aeri o marítim i procedir al seu repartiment al dia següent.

Preparació per a la sortida a repartiment



REPTES ACTUALS: eCommerce, Usuaris i Logística Inversa

Tot canvia...

Irrupció del **eCommerce** comporta canvis substancials en el model de negoci.

Entregues a **particulars**, versus la distribució tradicional a empreses, comerços i indústries.

Noves modalitats operatives com a conseqüència dels canvis com la **Logística Inversa** – devolucions.

REPTES ACTUALS: eCommerce, Usuaris i Logística Inversa

- **Limitacions horàries de càrrega i descàrrega**
- **Limitació d'accés a determinades zones**

Carrers peatonals i Zones de Congestió. Per accedir a aquestes zones hem d'utilitzar vehicles alternatius (tricicles, bicicletes) o repartiment a peu.

- **Canvi del destinatari o receptor de l'enviament**

Els nostres horaris operatius entre les les 08.00 i les 20.00 hrs. on tradicionalment entregavem a comerços, empreses i industria, ara canvien amb intensificació entre les 13.30 i les 15.30 hrs. i entre 19.30 i 21.30 hrs.

REPTES ACTUALS: eCommerce, Usuaris i Logística Inversa

- **Potenciació de la Logística Inversa**

En aquest nou context s'incorporen noves demandes operatives. En aquest cas comparteix la mateixa dificultat operativa de la entrega ja que s'executen recollides en domicilis particulars. En moltes ocasions son fallides ja que el remitent no està en el seu domicili, quan es realitza la recollida

- **Impacte del eCommerce en la distribució física**

S'han incrementat el número de expedicions i bultos. Els volums s'han dinamitat. Fins ara transportavem mercaderia als comerços, on el client comprava i retirava el producte i ara aquests enviaments es desagreguen generant multitud de petits enviaments a domicili particular. L'impacte en el tràfic de les ciutats es molt elevat, amb conseqüències com els col.lapses circulatoris i l'impacte en emissions de Co₂

REPTES ACTUALS: eCommerce, Usuaris i Logística Inversa

- **Modificació del fluxe de tràfic setmanal**

La demanda ha canviat substancialment en empreses com la nostra. El dia de màxima activitat de repartiment es el dimarts, perquè els caps de setmana augmenten les comandes per internet. Històricament era un fluxe ascendent constant de dilluns a dijous.

- **Seguretat en les operacions**

Som molt vulnerables als robatoris. Patim cada vegada més robatoris a vehicles mentre procedim a efectuar els repartiments. Els vehicles estan més temps sols (degut a la entrega domiciliaria). Ens sentim desamparats davant les forces de seguretat que ens veuen moltes vegades com a «part del mobiliari urbà».

SOLUCIONS

- **Grans inversions en IT**

A través de sistemes predictius, compromisos horaris d'entrega de fins a una hora. Podem comunicar al destinatari a quina hora entregarem. Desenvolupem la autotització d'entrega en lloc alternatiu, com per exemple veïns.

- **Potenciació de la comunicació amb els destinataris**

Rellevància a la comunicació per tal d'aconseguir èxit al primer intent d'entrega. Utilització de sms i e-mails amb la finalitat d'interactuar al màxim amb ells.

- **Click & Collect**

Servicio que neix amb el eCommerce i que permet als usuaris realitzar les seves compres online i recollir-les en un lloc diferent al seu domicili. Gran expansió a Europa de la mà dels retailers tradicionals i el seu salt al canal online.

.

SOLUCIONS

Segons un estudi de **Deloitte** (Technology, Media & Telecommunications Predictions, 2015), a finals del 2015 existirán més de 500.000 localitzacions a Europa, el que supossa un creixement del 20% respecte al 2014.

Un dels principals drivers es la reducció de costos, per al usuari i per a les empreses de transport, ja que amb la consolidació d'aquests models tindrem major flexibilitat per atendre a un canal en constant creixement.

Actualment existeixen tres models de Click & Collect vinculats a eCommerce:

-Lockers o Drop-Points (punts automàtics d'entrega/recollida). Quota prevista 65%.

-In-Store (a la botiga física del mateix retailer que la va vendre online.... si la té!) Quota prevista 8%.

-Punts de Conveniència (una red d'establiments físics de tercers: quioscos, supermercats, llibreries, òptiques, estancs, etc...) Quota prevista 27%.

SOLUCIONS

▪ Micro Plataformes Distribució

Es un bon exemple d'entrega sostenible, però encara inmadur, per falta de concreció del model. Iniciativa privada o pública? A qui beneficia? Si l'última milla es comú i compartida per a totes les empreses de transport, quina ventatja competencial obtenim davant els nostres clients?

Desavantatjes empresarials: Falta de traçabilitat dels enviaments, falta d'imatge corporativa, falta de diferenciació del servei...

MOLTES GRÀCIES!

