

Lidl rozwija w Niemczech logistykę ostatniej mili, m.in we współpracy z Deutsche Post

data aktualizacji: 2019.08.08



Lidl przyspiesza z rozwojem logistyki na potrzeby e-commerce. W regionie Ren-Neckar rozpoczął się pilotaż, w ramach którego 80 sklepów sieci będzie pełnić funkcję punktów odbioru przesyłek. W ramach drugiego projektu, realizowanego we współpracy z Deutsche Post, na terenie całych Niemiec uruchomionych zostanie 500 automatów paczkowych - informuje Mannheim Morgen.

Lidl wybrał do projektu pilotażowego 80 placówek, zlokalizowanych od Edenkoben w południowym Palatynacie przez Mannheim, Schwetzingen i Weinheim do południowej Hesji z Lampertheim, Heppenheim i Viernheim. Według rzeczniczki Lidla region został wybrany do fazy testowej ze względu na fakt, że są tam zarówno duże miasta, jak i obszary wiejskie. - Test trwa od kwietnia i jak dotąd spotyka się z dużym zainteresowaniem klientów - powiedziała rzeczniczka sieci, cytowana przez Mannheim Morgen.

W ramach usługi można zamawiać wyłącznie produkty nieżywnościowe - tekstylia, zabawki czy drobny sprzęt AGD. Produkty zamawiane online nie mogą ponadto przekraczać określonego rozmiaru, a towary nieporęczne nie będą dostarczane do sklepu.

Lidl ma nadzieję, że wprowadzenie usługi click&collect może zwiększyć atrakcyjność i zainteresowanie konsumentów zakupami online – klienci mogą sami wybrać termin odbioru przesyłki i połączyć tę czynność z zakupami w sklepie.

W ramach drugiego projektu Lidl nawiązał współpracę z Deutsche Post. Sieć zainwestuje w 500 automatów paczkowych, które staną przy dyskontach w całym kraju. Poczta niemiecka będzie operatorem logistycznym usługi.

Boris Planner, ekspert ds. detalu z domu analitycznego Edge firmy Ascential, przekonuje na łamach Mannheim Morgen, że Lidl nadal ma wiele do nadrobienia w zakresie cyfryzacji biznesu. Ekspert uważa, że znaczącym postępowaniem byłoby zorganizowanie przez Lidla systemu logistycznego dostaw żywności zamówionej online, choć zdaje sobie sprawę, że tego rodzaju działalność nie jest jeszcze rentowna.

Planner zwraca uwagę, że w Niemczech branża spożywcza ma wątpliwości, czy to się szybko zmieni. Obecnie sprzedaż żywności online to tylko ok. 1 proc. całego rynku, podczas gdy w Wielkiej Brytanii czy Francji jest to już ponad 6 proc. Ekspert wątpi, czy w średnim okresie sprzedaż żywności online zwiększy się znacząco na rynku niemieckim, gdzie sieć sklepów stacjonarnych jest bardzo zagęszczona i większość konsumentów musi pokonać niewielki dystans do najbliższego supermarketu.

Źródło: Mannheim Morgen

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/lidl-rozwija-w-niemczech-logistyke-ostatniej-mili-,56094>