

- **BOSONOŽKA:**
Sklad začal
brzdit další růst,
nezávislý audit
ukázal, že je čas
změnit způsob
jeho řízení

HLAVNÍ PŘÍNOSY

- Bezproblémové zvládnání rostoucího objemu objednávek bez ztráty kvality služeb
- Přejít od operativního řízení skladu k jasně definovaným a opakovatelným procesům
- Schopnost plánovat další růst bez obav z provozních limitů
- Vytvoření pevného zázemí pro další velké projekty – rebranding a expanzi na zahraniční trhy

bosonožka

„Ve chvíli, kdy chcete růst dál, už nestačí, aby věci nějak fungovaly. Potřebujete jistotu, že fungují správně a dlouhodobě.“

Jaroslav Bednář, CTO Bosonožky

Bosonožka vznikla z osobní potřeby najít kvalitní barefoot obuv pro dítě budoucí zakladatelky. Dnes firma patří mezi největší prodejce barefoot obuvi ve střední Evropě s obratem přes 200 milionů korun. S růstem firmy, rozšiřováním sortimentu a rostoucím počtem objednávek se však sklad stal jedním z klíčových míst, které rozhoduje o schopnosti firmy dál růst. Proč Bosonožka přešla od průběžného řešení skladových potřeb k systematickému řízení skladových procesů? A jak si tým vytvořila pevný základ pro další rozvoj značky i expanzi?

Od osobní zkušenosti k silné značce

Za vznikem Bosonožky stojí jednoduchá, ale silná motivace – najít vhodnou obuv pro vlastní dítě. To, co začalo jako osobní potřeba, postupně vyrostlo v projekt a následně v e-commerce značku, která dnes obsluhuje tisíce zákazníků napříč regionem.

Firma dnes funguje jako kombinace e-shopu a kamenné prodejny, opřené o vlastní sklad v Brně o ploše přibližně 1000 m². S rostoucí poptávkou a rozšiřujícím se portfoliem barefoot obuvi se Bosonožka dostala do fáze, kdy už neřešila jen prodej, ale celkovou kvalitu a stabilitu svého provozu.

Růst, který mění nároky na provoz

Bosonožka má jasnou filozofii – dopřát svým zákazníkům tu nejvyšší a nejzdravější obuv. Barefoot pro ni není jen produktová kategorie. Je to přístup k pohybu, zdraví a vnímání vlastního těla. Je to návrat k přirozenosti a přitom bezpečnosti.

A je to také směr uvažování, který bere za svůj stále více lidí. Bosonožka tak neroste jen díky silnému marketingu nebo expanzi, ale i díky tomu, že se její hodnoty postupně setkávají s tím, co zákazníci sami hledají.

S rostoucím objemem objednávek se sklad postupně stal jedním z klíčových prvků celého byznysu. A to, co dříve fungovalo díky zkušenostem lidí a operativnímu řízení, začalo být při větším objemu obtížně udržitelné.

„Postupem času jsme začali bojovat s organizací a evidencí. Ztráceli jsme spoustu času interními procesy, které nás brzdily v tom, co umíme nejlépe – v péči o zákazníky a rozvoji barefoot segmentu,“ vysvětluje Jaroslav Bednář, CTO Bosonožky.

Interní audit doporučil přímo LOKiA WMS

Zlom nepřišel kvůli jedné konkrétní chybě, ale kvůli uvědomění, že další růst bez systémové změny by znamenal rostoucí rizika.

Bosonožka proto prošla logistickým auditem, který pomohl pojmenovat slabá místa a nastavit směr dalšího vývoje. Firma se rozhodla implementovat skladový systém **LOKiA WMS** od společnosti GRiT, který jim na základě vlastních zkušeností doporučil přímo auditor.

„Nešlo o to sklad zrychlit. Potřebovali jsme hlavně získat jistotu, že procesy fungují správně a že se na ně můžeme spolehnout i při dalším růstu,“ vysvětluje Bednář.

Cílem bylo vytvořit stabilní a předvídatelnou infrastrukturu, která umožní firmě růst bez toho, aby se zvyšovalo provozní riziko.

200+ mil. Kč obratu

Silná pozice v rámci barefoot segmentu ve střední Evropě

Uvolněná kapacita pro další projekty

Zavedení chytrého skladového systému a nastavení procesů nepřineslo jen efektivitu. Dodalo klid. A právě ten je často podceňovaným faktorem úspěšného růstu.

„LOKiA WMS nám přinesla funkčnost a neuvěřitelnou jednoduchost, díky které se nám uvolnily ruce. Sklad teď funguje s jistotou a přehledem, což se projevuje i v rychlosti, kterou oceňují naši zákazníci,“ chválí přínosy Bednář.

Změna se neprojevila jen uvnitř firmy, ale i směrem ven – v zákaznické zkušenosti. Rychlost, spolehlivost a schopnost škálovat služby jsou dnes v e-commerce samozřejmostí. Bez stabilního zázemí ale jen těžko udržitelné.

A nejdůležitější efekt? Uvolněná kapacita, díky které Bosonožka konečně získala vytoužený prostor na rebranding a další obchodní aktivity v zahraničí.

Profil zákazníka

Bosonožka je specializovaný prodejce barefoot obuvi, který vznikl z osobní potřeby a postupně vyrostl v jednu z nejvýznamnějších značek ve svém segmentu ve střední Evropě. Kombinuje e-commerce a kamenný prodej a dlouhodobě staví na kvalitě produktu, zákaznické zkušenosti a důvěře zákazníků.

bosonožka

Profil dodavatele

GRiT pomáhá firmám dlouhodobě řídit tok dat, který určuje fungování dodavatelského řetězce i skladu. Sjednocuje data napříč firmou i jejími partnery tak, aby obchodní dokumenty vycházely ze stejných informací a byly použitelné napříč navazujícími procesy. Díky tomu mohou firmy řídit celý jejich supply chain jako jeden provázaný celek.

GRiT

all around you

Budoucnost: značka, která může růst dál

Dnes je Bosonožka ve fázi, kdy už neřeší jen operativu, ale další strategický posun. Rebranding, práce se značkou a expanze na zahraniční trhy. To všechno by ale bylo výrazně složitější – nebo nemožné – bez stabilního provozního základu.

„Naše hlavní výzva je pořád stejná – návrat k přirozenému pohybu a přirozené chůzi. Díky tomu, že máme vyřešené zázemí firmy a interní procesy, se teď můžeme naplno věnovat právě této misi,“ těší se Bednář.

Příběh Bosonožky tak není jen o úspěchu v jednom segmentu. Je to ukázka toho, jak důležitá je v určité fázi schopnost zastavit se, podívat se na vlastní fungování a vytvořit podmínky pro další růst. Protože bez stabilního zázemí zůstává růst jen ambicí. Se stabilním zázemím se z něj stává strategie.

Inventura z 1 měsíce na 2 dny

Celková doba inventury skladu a prodejny, kde se nachází zhruba 30 tisíc párů bot, se díky LOKiA WMS zvládne za 2 dny.

podívejte se na další naše zajímavé produkty

ORiON
iNVOICE FLOW
ROGER PLATBA

www.grit.cz



LOKiA
by GRiT

all around you

www.grit.eu/skladovy-system-lokia-wms

Kopečná 231/10, 602 00 Brno, www.grit.eu