

Hoe Levi's AI inzet om e-commerce fulfillment te stroomlijnen

29-08-2022 11:00



Levi Strauss kondigde maandag aan dat het kunstmatige intelligentie inzet in zijn hele fulfillment netwerk om e-commerce bestellingen beter te kunnen afhandelen.

Het denimbedrijf heeft een technologie gelanceerd waarmee het de e-commerce afhandeling stroomlijnt door beschikbare zoekacties naar producten uit te breiden tot winkels, zodat de consument meer keuzemogelijkheden heeft als een product in de distributiecentra niet op voorraad is.

De technologie is bedoeld om te helpen bij het kiezen van de "beste optie voor zowel de consument als financieel voor Levi Strauss," zei Louis DiCesari, global head of data, analytics and AI bij Levi's, in het persbericht.

Samen met het openstellen van meer voorraad voor klanten kan BOOST, de afkorting voor Business Optimization of Shipping and Transport, de operaties optimaliseren door gesplitste zendingen te verminderen. "BOOST is ontworpen om met alle elementen van het proces rekening te houden, van verzending tot verpakking tot arbeid, wat leidt tot een geoptimaliseerde besluitvorming die over de hele linie tijd en geld bespaart," zei DiCesari.