

Dlaczego ta lista jest niezbędna?

Zwiększony budżet reklamowy generuje skokowy wzrost zamówień w krótkim czasie. Systemy, procesy i ludzie muszą być gotowi na ten skok — zanim kampania ruszy, nie w jej trakcie. Każdy punkt tej listy to klasyczny obszar awarii, który kosztuje właścicieli e-commerce pieniądze, klientów i reputację.

Brak synchronizacji stanów

Przy 3× wolumenie zamówień sprzedajesz produkty, których fizycznie nie ma na stanie. Każde takie zamówienie generuje zwrot, reklamację i negatywną opinię. Odbudowanie zaufania klienta kosztuje wielokrotnie więcej niż pozyskanie nowego.

Zasada zero kompromisów

Wszystkie 10 punktów musi mieć status OK przed uruchomieniem kampanii. Jeśli choćby jeden jest na czerwono — najpierw napraw, potem skaluj. Nie ma wyjątków — jeden słaby punkt wystarczy, by zawalić całą operację.

Lawina w szczycie sprzedaży

Opóźnione powiadomienia transakcyjne, brak etykiet wysyłkowych, przeciążone stanowisko pakowania — to nie są drobne niedogodności. To lawina, która zatrzymuje operacje dokładnie wtedy, gdy ruch jest największy. Koszt przestoju w szczycie kampanii jest nieodwracalny.



10 Obszarów Gotowości Operacyjnej

Każdy z poniższych obszarów to potencjalny punkt awarii podczas kampanii. Zielone światło we wszystkich 10 to jedyna akceptowalna odpowiedź przed uruchomieniem budżetu.

01 — Stany magazynowe

02 — Powiadomienia e-mail/SMS

03 — Reklamy przy stanie = 0

04 — Wskaźniki SLA

05 — Gotowość pakowania

06 — Centrum wydruku

07 — Mapowanie statusów

08 — Bufory bezpieczeństwa

09 — Materiały pakowe

10 — SOP zespołu

Przed uruchomieniem kampanii



Weryfikacja

Przejdź przez wszystkie 10 punktów minimum 48h przed startem kampanii.



Naprawa

Każdy punkt na czerwono wymaga natychmiastowej akcji. Nie skaluj z otwartymi lukami.



Zatwierdzenie

Dopiero gdy wszystkie 10 punktów ma status OK — podpisz i uruchom budżet.

Synchronizacja Stanów Magazynowych (Top 20 SKU)

MAGAZYN

● KRYTYCZNY

Rozbieżność między stanem systemowym a fizycznym to cicha bomba pod każdą kampanią. Reklamy sprzedają produkt, którego nie ma — klient kupuje, Ty nie masz towaru, zwroty i negatywne opinie rosną. Zanim uruchomisz jakikolwiek budżet, przeprowadź ręczną weryfikację 20 najlepiej rotujących SKU: policz fizycznie lub zleć to pracownikowi i porównaj ze stanem w systemie (BaseLinker, WMS, Subiekt, itp.).

- ❏ 🛑 **Twarda blokada:** Jeśli rozbieżność dla któregośkolwiek z top-20 SKU przekracza 5% — wstrzymaj skalowanie budżetu do czasu wyjaśnienia i korekty. Żadnych wyjątków.

Lista kontrolna

1. Wydrukuj raport stanów dla top-20 SKU z systemu
2. Porównaj z fizycznym liczeniem na półce / w strefie kompletacji
3. Każda rozbieżność >5% → dokument korekty + wyjaśnienie przyczyny
4. Zaktualizuj system *przed* startem kampanii

Kryterium sukcesu

Rozbieżność $\leq$ 5% dla każdego SKU

Częstotliwość

Przed każdą kampanią

Czas weryfikacji

~45–90 min

Właściciel: Kierownik Magazynu (MAG) | Status: ☒ OK ☒ NOT OK