



DOSTUPNOST ZBOŽÍ NA REGÁLE

Seminář vybavení prodejny
ECR WG Benchmarking a OSA
11.11.2021

AGENDA

- Představení a základní principy ECR. Pracovní skupina ECR pro Benchmarking a OSA
- Dostupnost zboží na regálu. OSA. Co to je a jak ji měřit.
- Pohled zákazníka. Hlavní příčiny výpadků a jak je řešit.
- Realizované společné projekty ve spolupráci dodavatelů a obchodníků
 - OSA Barometr
 - OSA Monitor
 - Plánované aktivity 2022
- Inovativní postupy a technologie pro zajištění dostupnosti zboží na regálu a snižování potravinového odpadu

ZÁKLADNÍ PRINCIPY ECR



“Transforming the way we work together to fulfill customer wishes better, faster, at less cost and in sustainable way”

Not-for-profit organizace

Společná neutrální platforma pro spolupráci a sdílení zkušeností a nejlepší praxe

Zastoupeni jsou výrobci, obchodníci, poskytovatelé služeb, věda a výzkum

Koordinaci aktivit ECR zajišťuje GS1 Czech Republic

www.ecr.cz

WG BENCHMARKING & OSA

Vize: Zvýšení spokojenosti nakupujících díky vyšší dostupnosti zboží na regále

Mise: Spolupráce dodavatelů a obchodníků na sdílení nejlepší praxe, realizaci společných projektových aktivit

Vedení pracovní skupiny: David Endal, Nestlé

Hlavní aktivity a projekty podporované WG Benchmarking a OSA pro 2021:

- Sdílení KPI
- Příprava a realizace společných projektů (OSA/OOS).
- Klíčové oblasti pro zvýšení OSA v průměru o 3% do roku 2025 (závazek spolupráce)

Hlavní aktivity pro 2021:

- OSA Barometr / Společná metodika pro OSA - OOS
- Collaborative forecasting / společné postupy, potenciál pro sdílení dat

Sdílení zkušeností a nejlepší praxe:

- Webinář - Využívání inovativních technologií pro OSA (shelf fill rate), statistický forecasting, chytré regály s IoT
- Webinář - OSA Monitor. Potenciál sdílení dat o stavu zásob INVRPT pro zvýšení dostupnosti
- Webinář – Metodiky pro měření OSA. OSA Barometr jako služba.
- Hlubkové diskuse s obchodníky k problematice OSA / OOS
- Etapa 1: Makro C&C, Tesco Stores, Albert ČR

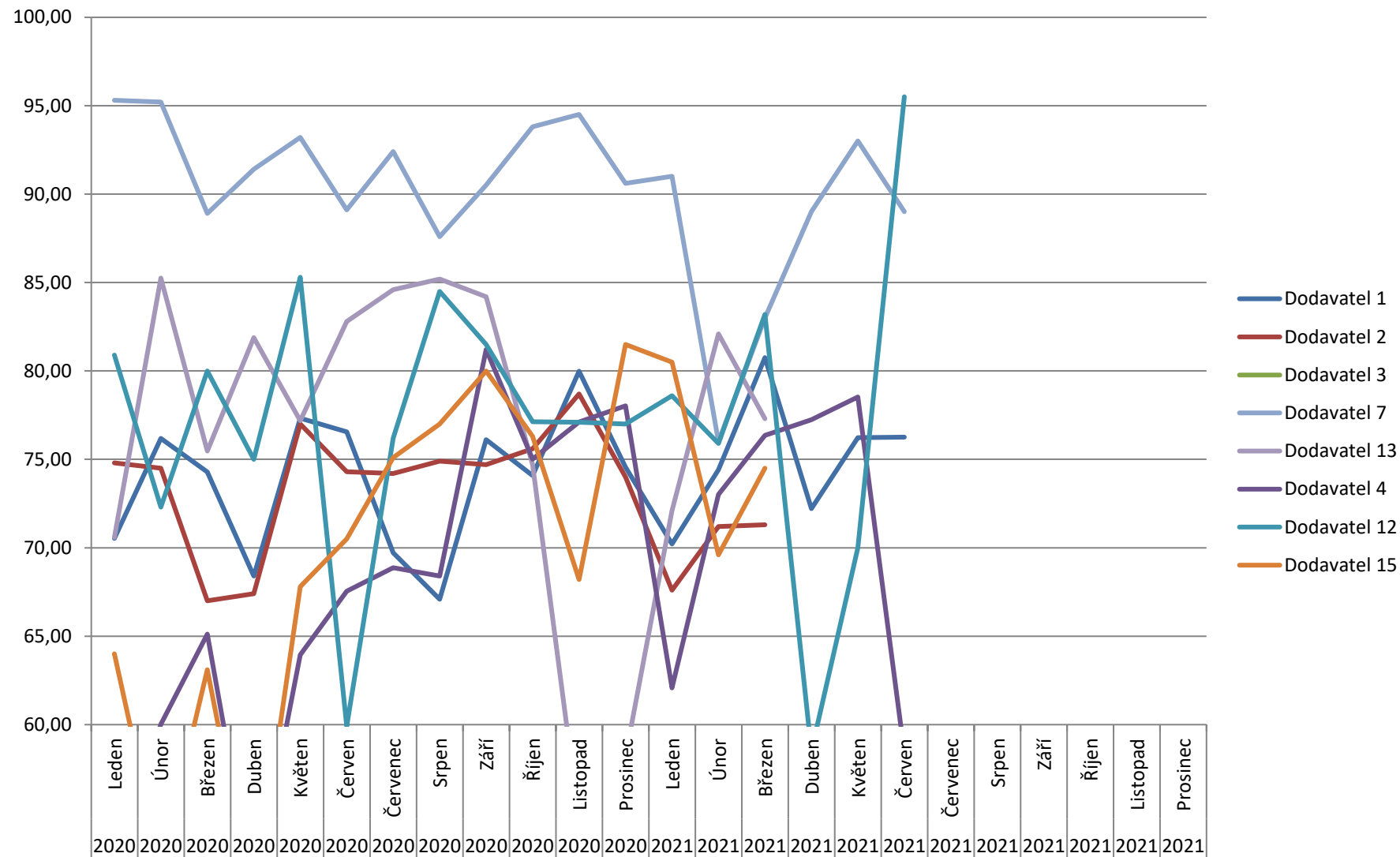
Sledované parametry:

**Přesnost fakturace:
94,5%**

**Přesnost forecastu:
73,35%**

**Dostupnost zboží /
OSA Barometr:
93,5%**

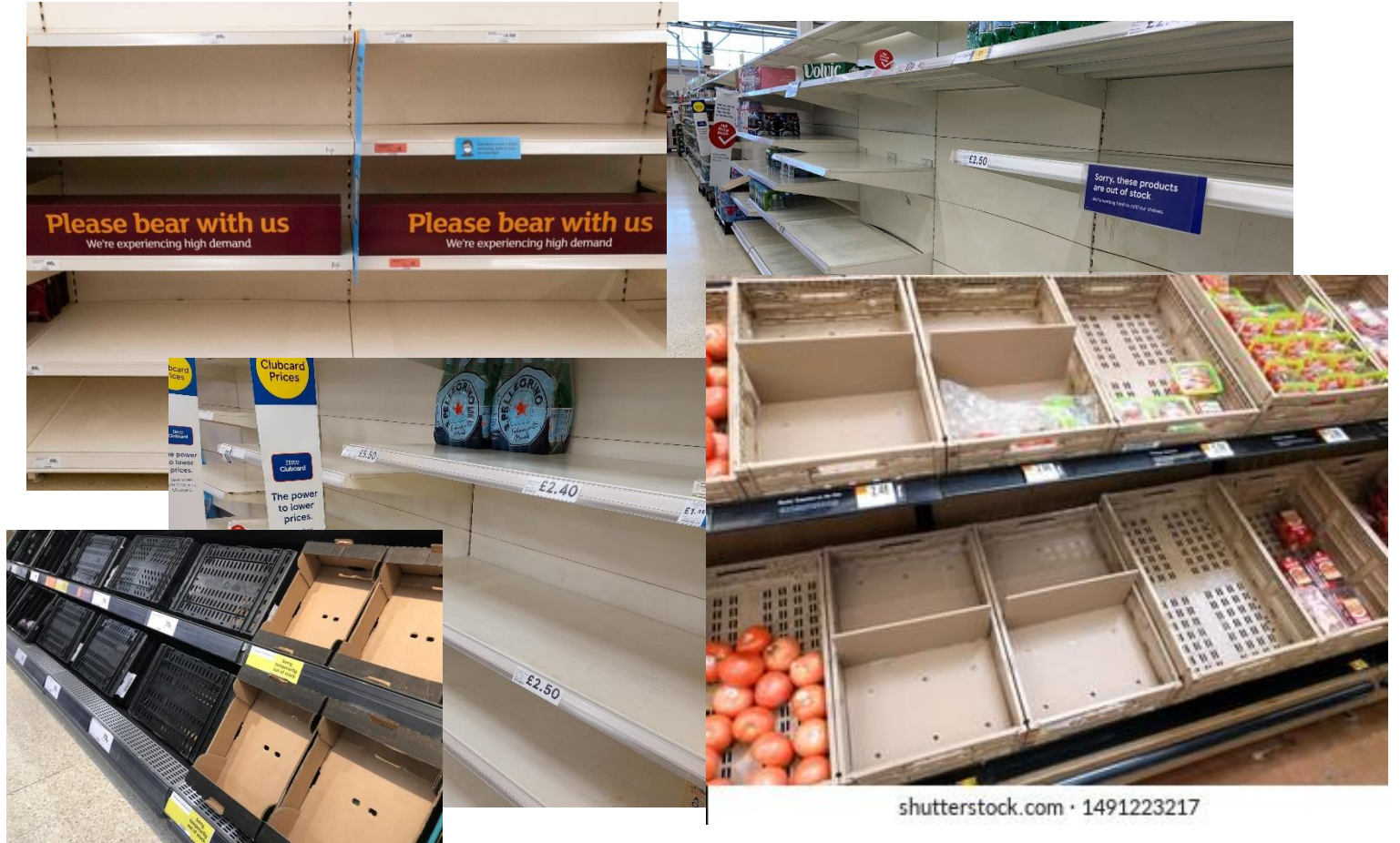
KPI new Forecast Accuracy M-1



DOSTUPNOST ZBOŽÍ NA REGÁLU. OSA. CO TO JE OSA A JAK JI MĚŘIT.

OSA = poměr mezi dostupnými vs. nedostupnými produkty na prodejně.

OOS (nedostupný výrobek) nastává, pokud produkt z pohledu zákazníka není na prodejně nalezen v požadované formě, variantě, množství, velikosti nebo není vystaven na očekávaném místě.



POHLED ZÁKAZNÍKA NA DOSTUPNOST

Proč je OSA důležitá?

- * Zákazník je stále náročnější, netrpělivý, nechce dělat kompromisy
- * Roste jeho disponibilní příjem a očekává, že požadovaný produkt, který si chce koupit, bude v obchodě VŽDY dostupný.

Dopady nízké OSA:

- * Nespokojenost zákazníka
- * Snížená loajalita ke značce / obchodníkovi
- * Nižší tržby za dané výrobky
- * Nižší zisk (0,78% = cca 2,2 mld CZK ročně)

Co udělá zákazník, pokud je produkt nedostupný?	Dopad na obchodníka	Dopad na dodavatele
Koupě v jiné prodejně	A	N
Substituce produktu	N	A (pokud se jedná o konkurenční produkt)
Odložení nákupu	částečný	částečný
Nekoupí si výrobek	A	A

Dopady jsou na straně obchodníka i dodavatele – řešení vyžaduje spolupráci obou stran!

In general, loyalty is higher towards the shopping channel than to brands. Compared to total market average, higher brand (and retailer) loyalty can be observed within routine shoppers and big trippers (ca 30% of all shoppers).



ECR Shopper Segments | Brand vs. Retailer Loyalty | H1 2018



MĚŘENÍ OSA

Jak měřit OSA:

- * Pokud chceme OSA zlepšit, musíme být nejdříve schopni ji změřit
- * To vyžaduje vytvoření jednotné metodiky (% OSA u obchodníka / data od dodavatele)
- * Aktuálně – každý používá jiná hodnocení a postupy (definice, rozsah, frekvence,..)
- * Metodika musí být jasná a srozumitelná pro všechny

Musí mít jasný cíl, kterého bude dosaženo pouze spoluprací zúčastněných stran

Způsoby měření OSA:

- * Fyzický audit přímo na prodejně (personál, agentura, mchdz,..)
- * Kontinuální měření s využitím inovativních technologií – čidla, IoT senzory, IR / kamery na prodejní ploše
- * Matematické modely, využití společného forecastingu, sdílení dat o stavu zásob a prodejů, interní data obchodníka,..
- * Kombinací postupů

HLAVNÍ PŘÍČINY VÝPADKŮ ZBOŽÍ

Hlavní příčiny OOS (Out of Stock)

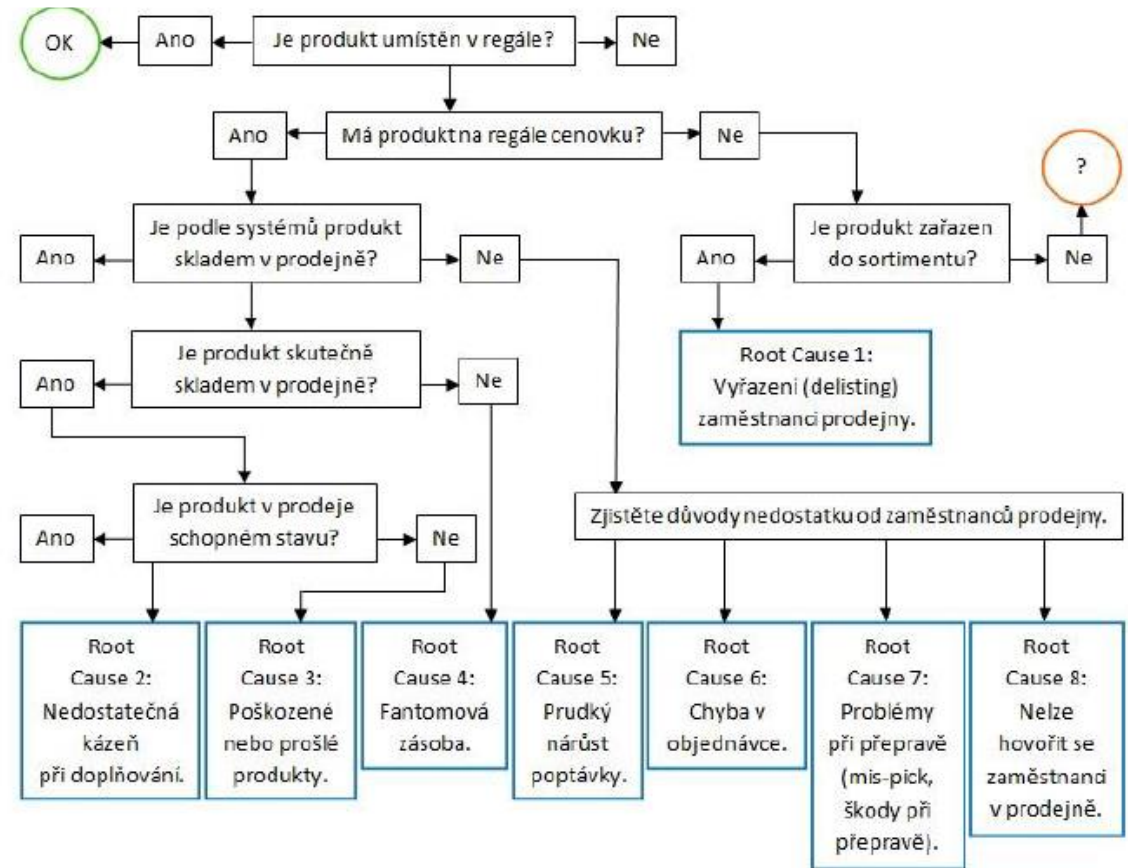
* Nedostatečná přesnost předpovědi poptávky

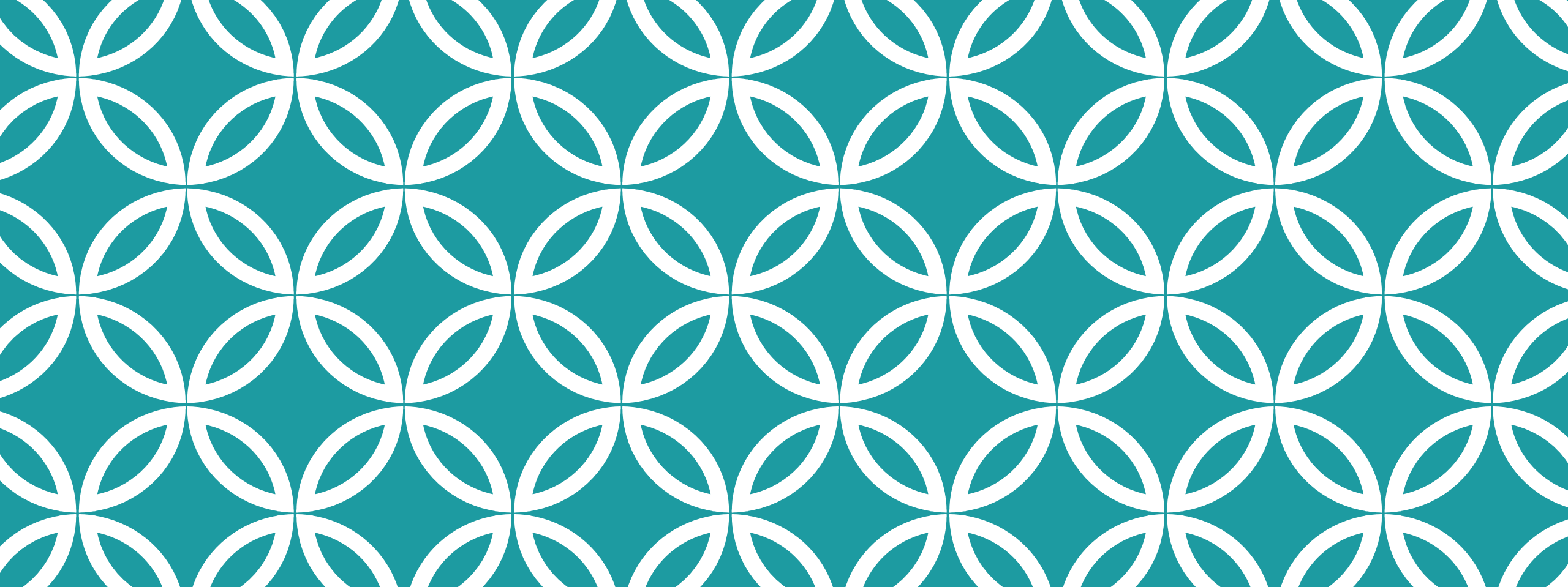
* Chyby v objednávce na základě nepřesných údajů o zásobách

* Nedodržování rutin při doplňování zboží, chyby v planogramech,...

* Problémy s integritou dat

* Nedostatečné vykrytí objednávky ze strany dodavatele





REALIZOVANÉ SPOLEČNÉ PROJEKTY ECR VE SPOLUPRÁCI DODAVATEL-OBCHODNÍK

OSA BAROMETR
OSA MONITOR
PLÁN 2022



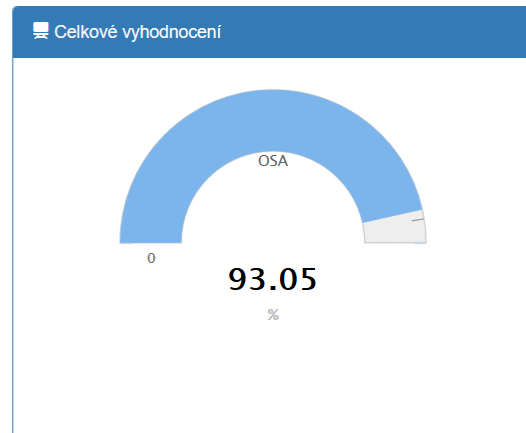
Filtr

Perioda:

Řetězec:

Kategorie:

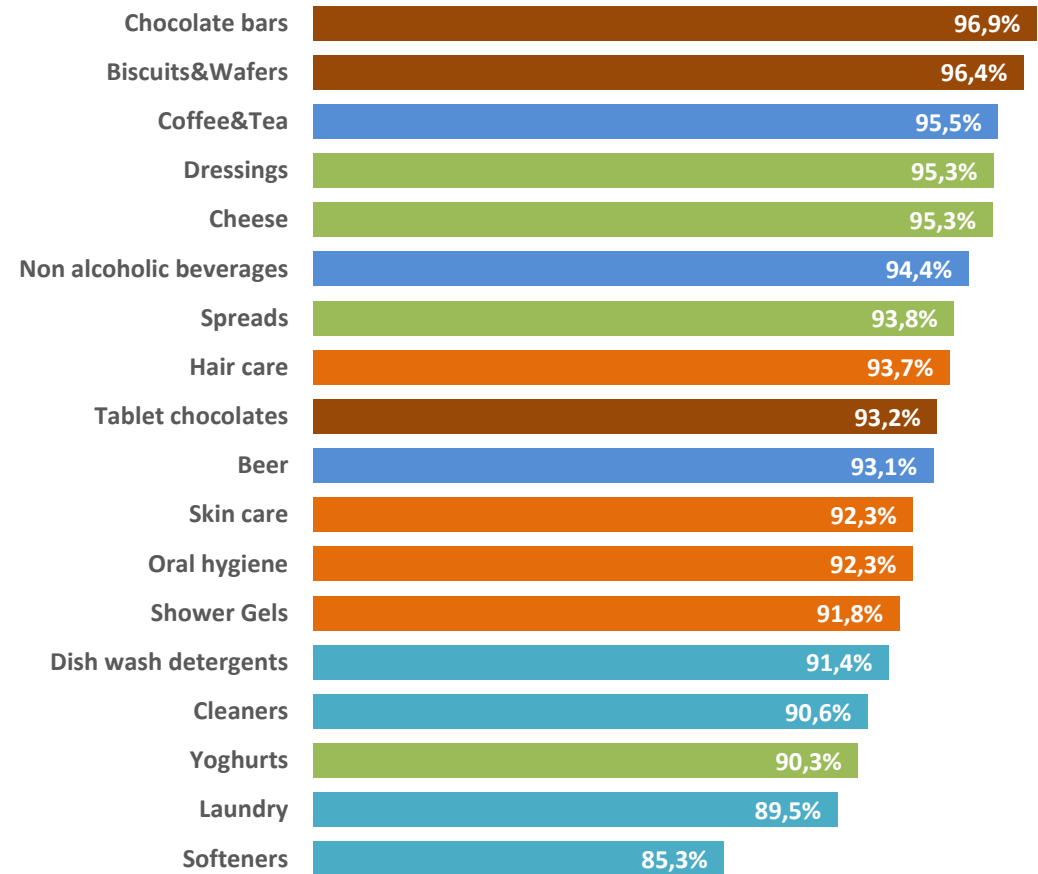
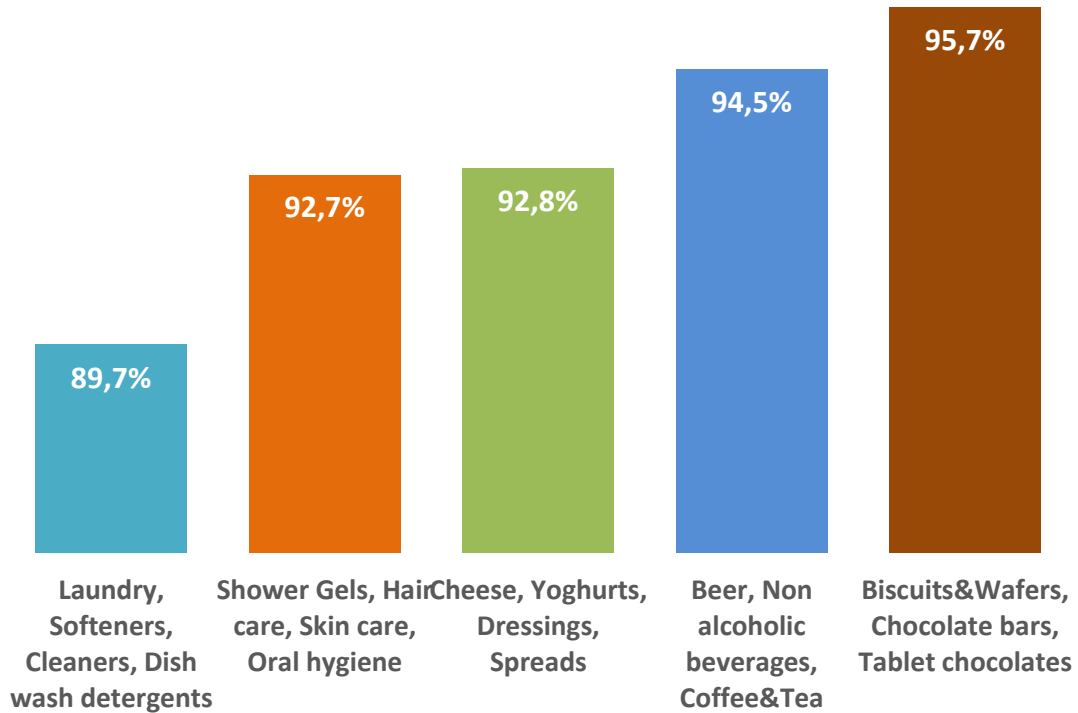
Podkategorie:



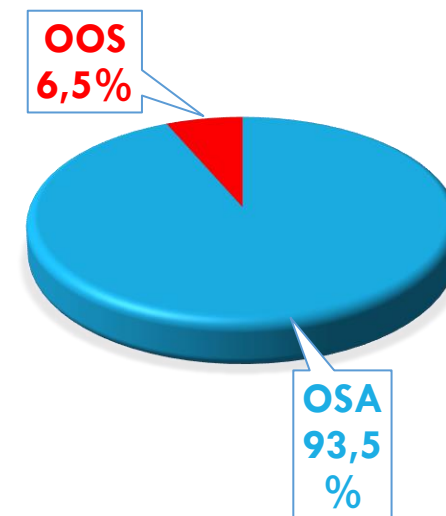
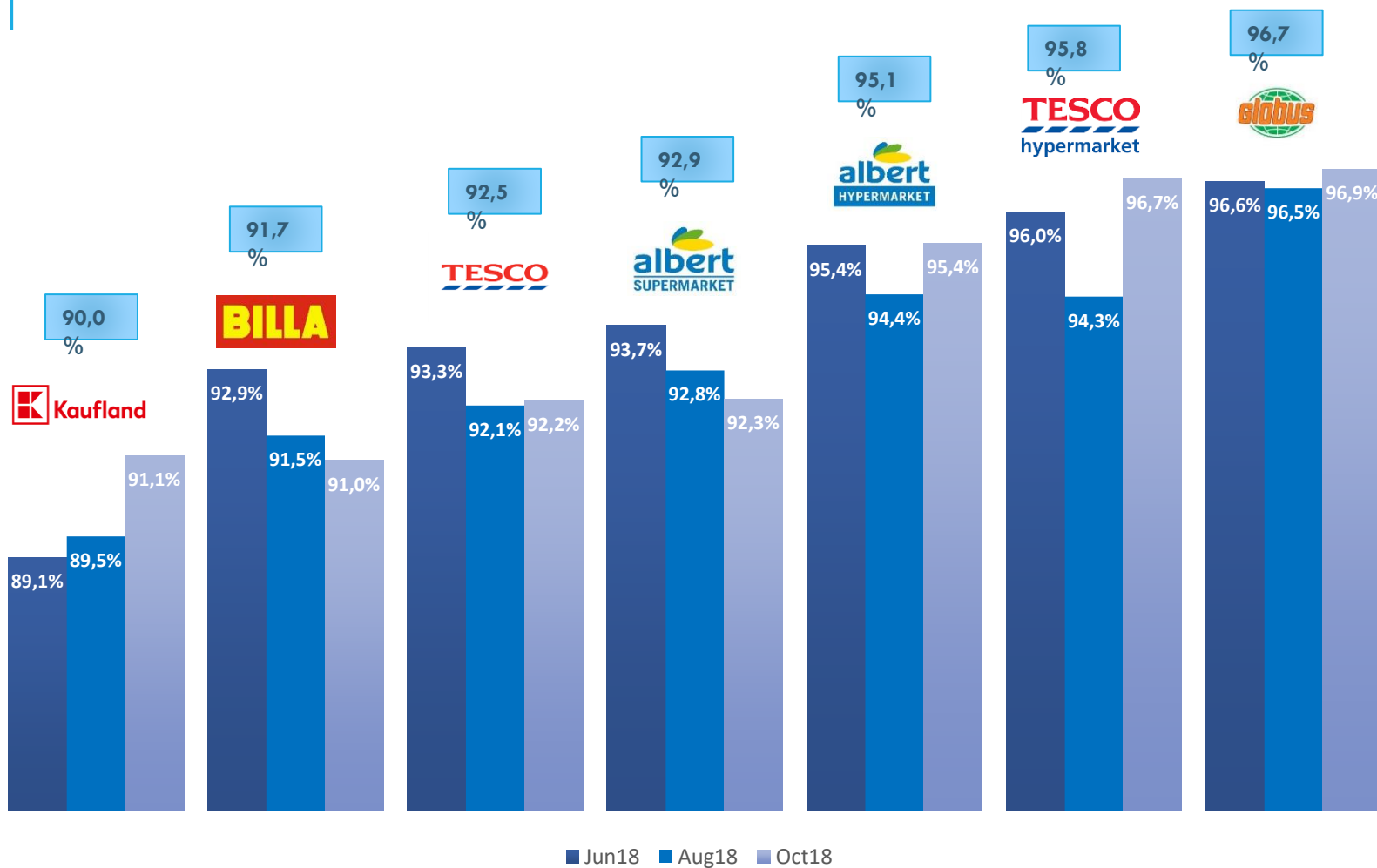
Řetězce

Řetězec	OSA v %
ALBERT HM	86.99
KAUFLAND	91.45
TESCO SM	92.95
BILLA	94.95
TESCO HM	95.56
ALBERT SM	96.75
GLOBUS	97.98

OSA BAROMETR



OSA BAROMETR



OSA MONITOR

*„Během covidu nikdo
nepustil obchodáka
na prodejní plochu, data byla
jediným zdrojem informací.“*

Pavel Pánek, Budějovický Budvar

Zpracovávané INVRPT obchodníků:

- Makro C&C CZ / Metro C&C SK
- Tesco CZ / SK
- Globus

Pilotáři: Budvar, CocaCola, Henkel,
Mondelez, RedBull.

Vyhodnocované ukazatele:

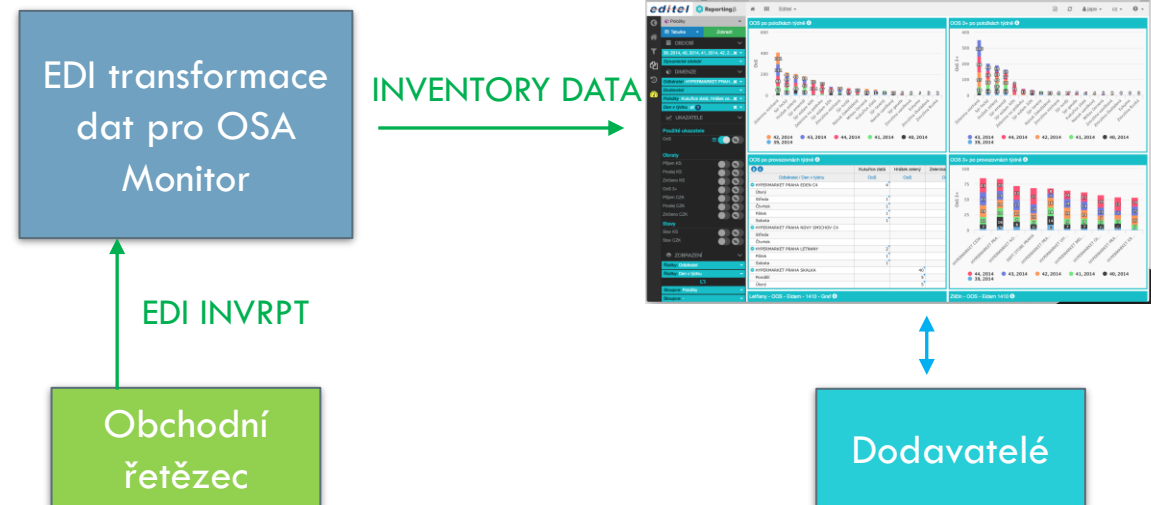
- Out Of Stock – 1 den, 3 dny
- ZeroOSA – 1 den, 3 dny - položka na skladě s nulovým prodejem v daném dni
- Průměrný prodej za 7 dnů
- Zásoba ve dnech průměrného prodeje

KMENOVÁ DATA

- PRODUKTY
- STRUKTURA PRODEJNÍCH MÍST

OSA Monitor

Přehled Out Of Stock



ECR WG BENCHMARKING A OSA

* Hlubkové diskuse s retailery / postupy měření dostupnost a potenciál spolupráce pro zlepšení OSA a Forecastu (Etapa 1 / Q2 2021)

- Albert ČR
- Tesco Stores ČR
- Makro Cash & Carry ČR

* Pokračování v hloubkových diskusích s retailery / postupy měření dostupnost a potenciál spolupráce pro zlepšení OSA a Forecastu (etapa 2)

- Billa ČR
- Penny Market ČR
- Globus ČR
- Etapa 3: on-line / Košík, Rohlík a drogerie

* ECR Community Webinar / OSA (Prof. Daniel Corsten, Prof. Tom Gurtner)

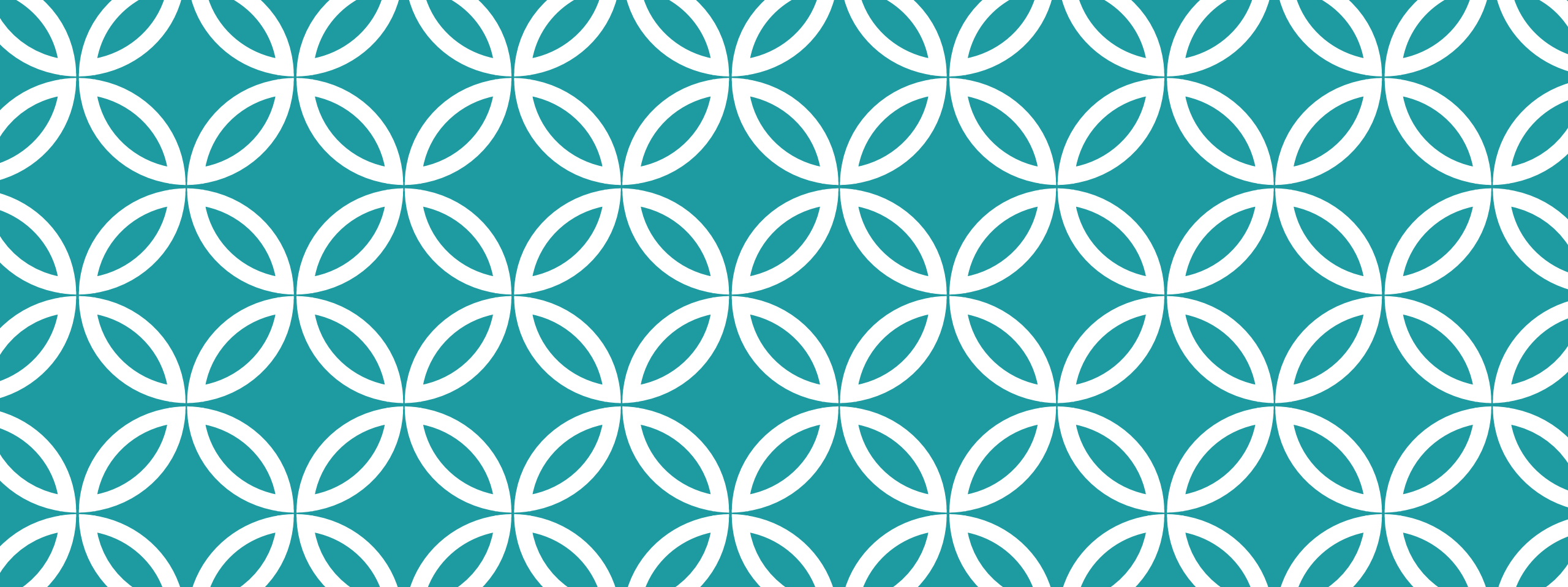
ECR WG BENCHMARKING A OSA

* Prioritizace projektových oblastí a odsouhlasení / schválení realizace

- Vyhodnocení hloubkových diskusí a příprava návrhu projektových oblastí ke zlepšení dostupnosti zboží:
 - Společná metodika pro měření OSA a postupy nejlepší praxe
 - SW RPA Robot pro automatizaci rutinních postupů Implanta
 - Retailer Data Pack x Golden Collaboration Model (analýza stávajících sdílených reportů a návrh optimálního datového balíku na základě standardů pro identifikaci a EDI komunikaci)
 - OSA Benchmark / Měření OSA jako služba

* ECR Retail Loss / OSA Innovation Challenge (9.12.2021 / <https://www.ecrloss.com/event/new-ways-to-sell-more-lose-less>)

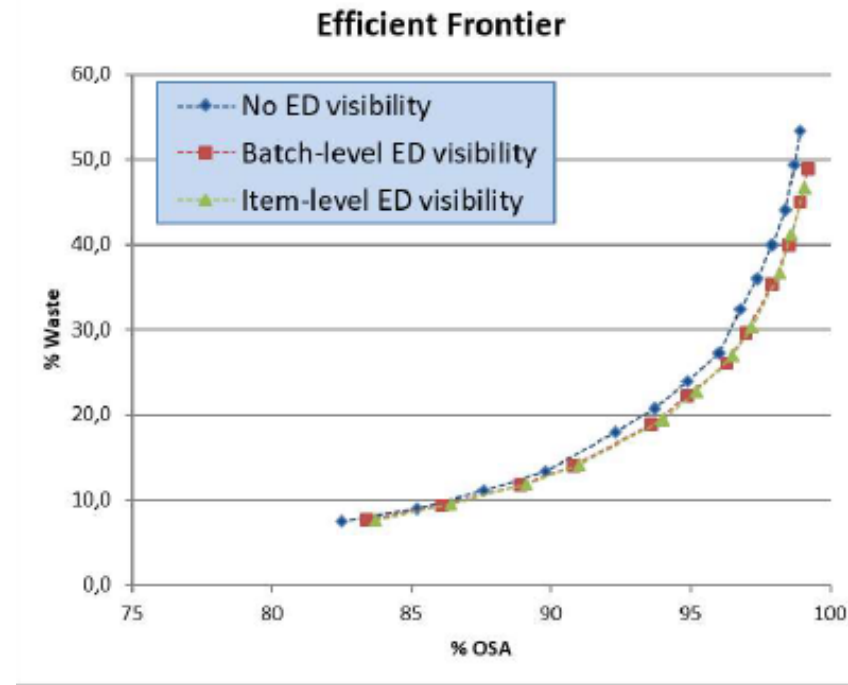




INOVATIVNÍ TECHNOLOGIE PRO ZAJIŠTĚNÍ DOSTUPNOSTI ZBOŽÍ NA REGÁLU

OSA & FOOD WASTE

- * Metodiky Efficient frontiers / Fresh Case Cover
 - * Grabbing experience / Využití dynamických cen na základě datumu expirace
 - * Sale more, waste less.
 - * Využívání atributivních informací / 2D kódy – GS1 DataMatrix
- <https://www.ecrloss.com/>



TECHNOLOGIE ROZPOZNÁNÍ OBRAZU



Asset purity: 15808 (ms: CZ006797 (Client: CCH))

PLANOGRAM

REALOGRAM

Planogram 91% Purity 100% Stock 98%

- 500 PET FUZE TEA GT MANGO
- 500 PET BONAQUA STILL CZ
- 500 PET COCA COLA CZSK
- 500 PET FANTA ORANGE CZSK
- 250 CAN COCA COLA CZSK
- 250 CAN FANTA ORANGE CZSK
- 500 CAN MONSTER ENERGY CZSK
- 1.0 PET COCA COLA ZERO CZSK
- 1.0 PET SPRITE CZSK
- 500 PET FUZE BT WPEACH ZERO
- 500 PET BONAQUA MED CZ
- 500 PET COCA COLA ZERO CZSK
- 500 PET SPRITE CZSK
- 250 COCA COLA ZERO CZSK
- 250 CAN SPRITE CZSK
- 1.0 PET COCA COLA CZSK
- 1.0 PET FANTA ORANGE CZSK

Last updated on Feb 9 2018 14:25:24

