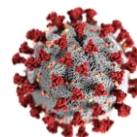


A background image of a grocery store shelf. The top part shows several bottles of 'Healthy life' brand juice with labels in Czech: 'Jablko citron & zavaň ZELENÝ ČAJ', 'Jablko, hruška & malina FRESH COLD PRESSED', and 'Jablko, hruška & malina FRESH COLD PRESSED'. The bottom part shows more bottles of yellow juice in a refrigerated display case.

Snižte náklady na merchandising a zvyšte prodeje

Příležitost ke změně v době CORONA-virové



Jak dlouhodobě snižovat náklady?

Výzvy současné situace:

V rámci omezení volného pohybu (tzv. social distancing) obyvatel došlo k zásadním změnám spotřebitelského chování a je dnes otázkou, jestli se zákazníci a jejich chování i s ohledem na očekávané ekonomické dopady vrátí do stejné podoby nebo ne. Ať to bude jakkoliv, dlouhodobou výhodou bude mít ten, kdo bude přesně vědět, kde jeho zákazníci nakupují a jaké produkty a vůči tomu přizpůsobí i nabídku a vystavení zboží.

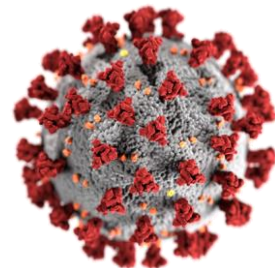
1. Lepší doplňování strategického zboží:

Chování spotřebitelů se v této době velmi rychle mění a je obtížně předvídatelné. Výrazně se zvýšila velikost nákupních košíků, snížila frekvence nákupu a často se mění preference zboží. Za této situace mohou být prodejní plochy velmi rychle nečekaně vyprázdněné. Díky Shelfmonitoru můžete začít strategické zboží naskladňovat “on-demand” za pomoci systému upozornění. Díky real time přehledu nad situací na prodejní ploše získáváte lepší kontrolu a můžete flexibilně reagovat na potřeby zákazníků.

2. Snižování potřebné obsluhy na prodejně

Díky systému alertů, které v předstihu upozorní obsluhu na rychle se vyprazdňující regály není potřeba strategické položky průběžně kontrolovat. Díky tomu stále víte jak se vyvíjí situace na prodejně bez potřeby ji neustále fyzicky kontrolovat. Zaměstnanci se mohou mezitím zaměřit na jiné potřebné činnosti

Efektivnější zásobení strategickým zbožím vede ke zlepšení zákaznické zkušenosti a zabraňuje dalšímu odklonu zákazníků směrem k e-commerce.



Jak dlouhodobě snižovat náklady?

3. Úspory za merchandising:

Díky vysoké volatilitě a nepředvídatelnosti chování spotřebitelů je dosavadní způsob kontroly vysoce neefektivní. Kontrola prodejního místa v okamžiku, kdy je vše v pořádku je vyhazování peněz oknem. A naopak nebýt včas tam kde je to potřeba, způsobuje snížení prodejů a ztrátu.

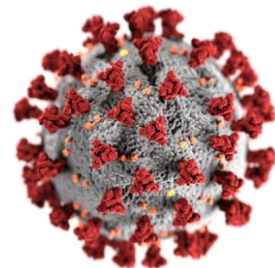
Při dlouhodobém měření se nám podařilo **optimalizovat náklady na kontrolu o 17%** a to vše při navýšení obrátu. Mějte svoje prodejní místa pod kontrolou v reálném čase, stejně jako v onlinu.

4. Efektivnější využití prodejní plochy

V rychle se měnící době již prodejci nevystačí s jedním fixním planogramem. **Využitím real time informací o potřebách zákazníků**, vytíženosti a atraktivitě jednotlivých prodejních ploch, můžete nyní chytře měnit rozmístění zboží. Tím lépe reflektujete aktuální potřeby zákazníků a lépe využijete potenciál obchodní plochy v dané lokalitě.

Umístěte každý sortiment tam kde se nejlépe prodává a přesuňte sortiment, o který není zájem na jiné místo. Vytvořte si segmentaci prodejních ploch a prodejen podle potřeb zákazníků a obchodního potenciálu. Navyšte obchodní výnos z prodejních ploch.

Řízení prodejních ploch na základě real-time dat přibližuje klasický retail k online obchodům. Začněte řídit offline tak jako online prostředí.



Jak rychle navýšit prodeje?

1. Rozdělení prodejů do segmentů:

Proč mít segmentaci prodejních míst?

Ty nejlepší prodejní místa a to i v rámci prodejny by měli mít tu největší četnost návštěv a vice versa, tedy ty horší prodejní místa nižší frekvenci.

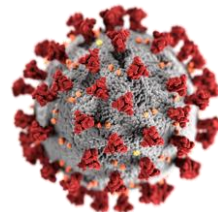
Základní segmentací je obrat na konkrétní prodejní pozici a podle toho přizpůsobit frekvenci zásobování a zarovnávání, tyto prodejní místa by měla být vždy zásobena nad 80% zaplněnosti.

2. Zamezit výpadkům zboží:

Zaplnění pod 80% se podle našich dat ihned projevuje na propadu v prodejkách. Dnes nastávají často situace, kdy je prodejní místo zaplněno správně po 95% času, ale v okamžiku kdy se nejvíce prodává dojde k out-of stocku

Např. náš norský zákazník se soustředil na kategorii pečivo, které si označil jako strategickou s tím, že nechce být nikdy pod 60% zaplněností. **Výsledkem bylo, že celkový obrat v prodejně stoupl o 3.8%.** (Když je pečivo, zákazník si koupí i ostatní potraviny)

Segmentace a zamezení výpadků strategického zboží zvyšuje loajalitu zákazníků vede nejen k úsporám, ale i ke zvýšení prodejů.



Jak rychle dosáhnout úspory?

3. Kontrola jen tam, kde je to potřeba:

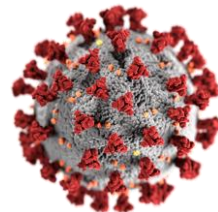
Kontrolu prodejních míst v okamžiku, kdy je vše v pořádku je vyhazování peněz oknem. Při dlouhodobém měření se nám podařilo optimalizovat náklady na kontrolu o 17% a to vše při navýšení obrátu. Mějte svoje prodejní místa pod kontrolou stejně jako v onlinu.

4. Nabízet zákazníkům relevantní zboží:

Každé prodejní místo je jiné, ale způsob vystavení zboží dle planogramů bývá dnes aplikován v podstatě stejně přes celou prodejní síť. V každé síti jsme našli zhruba čtvrtinu prodejen, kde se prodával výrazně jiný podíl jednotlivých produktů než ve zbytku a tomu odpovídala i četnost out-of-stocku jednotlivých položek.

V průměru se jevílo jako vše v pořádku, ale chybějící položky se podílejí na propadu obrátu na těchto prodejnách až 20%.

Průměrné hodnocení je dobré, ale k úspoře vede jen zaměření na konkrétní nedostatky. Nabízejte svým zákazníkům relevantní produkty, je to stejné jako na běžném e-shopu.

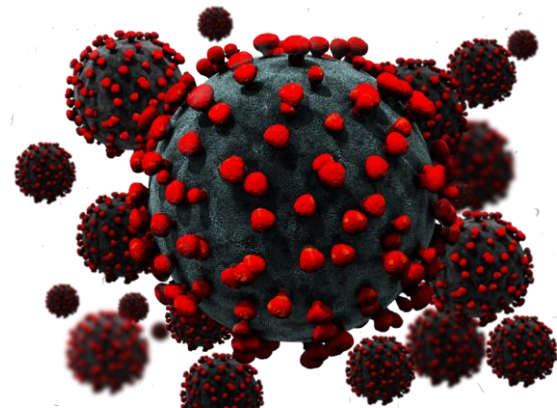


Nový trend? Bezobalové prodeje.

Nový trend, který vidíme jsou tzv. **bez obalové prodeje**. Dnes jsou to většinou malé objemy prodejů, ale je důležité mít na paměti, že tito zákazníci se velmi dobře segmentují a jsou loajální vůči tomuto způsobu prodeje, tedy většinou nehrozí, že odejdou jinam. Plus jsou většinou si ochotni za tyto suroviny připlatit.

Závěr:

Optimalizace prodejní sítě z pohledu obratu, sortimentu a zásobování, je s námi jednodušší než kdykoli dříve a vede k jasným a měřitelným benefitům nejen pro vás, ale i pro vaše zákazníky.



Kontaktujte nás

Vše měříme online, 24 hodin denně a s automatickými upozorněními na mobil konkrétní osoby.

Přesvědčte se sami jak Shelfmonitor změní váš pohled na prodeje a pomůže Vám ušetřit. Vyzkoušejte s námi tříměsíční pilot na 10 prodejních místech již od 175 tis. Kč.

info@shelfmonitor.com

