

Data! Data! Data!

Ale co s nimi? Takhle se zeptal jeden z manažerů významného zahraničního dodavatele. Dat máme spoustu, ale nemáme kapacity je zpracovat a ani nevíme, jak je využít.

Pilotní projekt pracovní skupiny ECR

Po úspěšném měření dostupnosti zboží na prodejních regálech (projekt OSA Barometr) pracovní skupina ECR Benchmarking a OSA s dalšími partnery připravila pilotní projekt ECR OSA Monitor. V něm si vytyčila cíl navrhnout způsob analýzy dat s využitím EDI zprávy **INVRPT (Inventory report – přehled zásob)**. Řešitelé si kladli otázku, jak využít data bez toho, aby je musel složitě studovat speciální tým analytiků. Skupina měla za úkol určit jednoduché ukazatele, které by se daly použít pro logistiku, obchod, marketing i finance. Zkrátka převést „tuny“ dat na **jednoduché grafy nebo alerty, které by upozorňovaly na speciální stavy v dodávkách nebo prodejkách**. Jde o skvělý příklad spolupráce mezi pracovními skupinami ECR, k jejíž realizaci významně přispívá z pozice koordinátora i GS1 Czech Republic.



Řešení pilotu

Elektronická zpráva Inventory report, kterou posílají firmy jako MAKRO Cash and Carry, TESCO, Globus aj., informuje o stavu zboží na skladě, prodejkách, příjmech na sklad a v některých případech i o zboží na cestě nebo odepсанém zboží. INVRPT obsahuje data o všech položkách sortimentu obchodníka s využitím standardní identifikace pomocí GTIN, o všech prodejkách a skladech (opět ve standardním formátu GLN). Generuje se obvykle na konci pracovního dne. Dodavatel tedy může následujícího rána znát stavy skladových zásob i data o prodejkách za předchozí den. Spousty, spousty nesmírně cenných dat, ale v „nečitelném“ EDI formátu.

Tato data se každý den konvertují z EDI a převádějí do datového skladu. Nad datovým skladem řešitelé pilotu spustili systém Business Intelligence (dále BI). Uživatelé mohli zahájit analýzy, jakmile byla dostupná data za dva měsíce. Pilotního projektu se účastní firmy **Budějovický Budvar, Coca-Cola HBC, Henkel, Mondelez a Red Bull**. V průběhu jara probíhají individuální schůzky se zapojenými dodavateli a zpracovává se celkové vyhodnocení.

Jak se projekt vyhodnocuje

„Po dvou měsících (prosinec a leden) mají řešitelé k dispozici dostatek dat k analýze. Systém BI umožňuje data zobrazovat z různých pohledů. Lze definovat časové řady po dnech, týdnech, dnech v týdnu, dále prodejny, položky zboží v nejrůznějších kombinacích a srovnáních. Pro každý pohled se dají nastavit ukazatele jako prodej zboží, příjem zboží, skutečný stav na skladě či třeba out of stock (není skladem). To vše lze zobrazovat i ve formě grafů,“ uvedl Jan Petr, který vede řešitelský tým ve spolupráci se společnostmi **Reporting.cz** a **EDITEL CZ**.

Jak probíhá vyhodnocování? „Na data pohlížíme z perspektivy logistiky, obchodu, marketingu a financí a hledáme nejvhodnější ukazatele pro tyto cílové skupiny,“ vysvětluje Jan Petr a dodává: „Plánovali jsme dokončit vyhodnocování do konce března 2020, ale s ohledem na aktuální situaci bude zřejmě uzavřeno později. Uvádíme proto jen několik příkladů využití.“ Zde jsou.

Logistika

Z hlediska logistiky je nejzajímavějším sledovaným parametrem out of stock (OOS), resp. out of stock delší nežli několik dní. To však zdaleka nestačí. Např. pro výrobce nápojů je mnohem důležitější minimální množství zboží v jednotlivých prodejkách, popř. pojistná zásoba, která se spočítá na základě průměru prodeje a zásoby na skladě. Zatímco běžná pojistná zásoba může činit i deset dní, v případě sezonních špiček, např. během vánočního období, se dostáváme až na nízké jednotky dní. Pokud tato data převedeme do jednoduchých alertů, může mít manažer logistiky každé ráno v mailu souhrnný stav celého logistického řetězce.

„V oblasti logistiky jsme se soustředili i na parametr on shelf availability (OSA), tedy dostupnost zboží na regále,“ doplňuje Jan Petr.

Jak tento klíčový parametr zlepšit? „Jedna z možností je vyhodnocování abnormalit. Pokud např. prudce poklesne průměrný prodej, může to znamenat, že zboží sice je na skladě, ale nebylo založeno do regálu,“ vysvětluje vedoucí projektového týmu ECR OSA Monitor.

Marketing

Jedním z příkladů využití může být sledování prodejů při uvádění novinek na trh. Z pohledu oddělení marketingu je důležité nejen vyhodnocení celkových prodejů, ale třeba i toho, jak je zboží vystaveno a zda je ho dostatek. Nástroj umožňuje sledovat působení reklamy i dalších způsobů komunikace se zákazníky na prodejní ploše (například ochutnávky a další podpora prodeje).



Obchod

Sledování prodejů je pro obchodního manažera klíčový ukazatel. Možnost porovnávat poklesy a nárůsty prodeje v čase, prodeje podle typů prodejen, regionů, měst, kategorií, obchodníků... To všechno jsou mimořádně cenná data. I zde je pravidelný denní nebo týdenní report s důrazem na abnormality důležitým pomocníkem obchodního ředitele. Data je možné využívat rovněž pro operativní řízení. Pokud je např. dodavatel odpovědný za doplňování zboží, je možné nastavovat a měnit priority pro tým doplňovačů. Se zpracovanými údaji mohou navíc efektivně pracovat i obchodní zástupci v rámci pravidelné komunikace s odběrateli.

Finance

Protože se jedná o prodeje zboží, využití BI je zajímavé i pro finanční řízení. Je však nutné zdůraznit, že součástí EDI zpráv nejsou informace o prodejních cenách. Pokud se však napojí do datového skladu i informace o prodejních ceně a nákladové ceně v daném čase, lze získávat informace o změnách ziskovosti v závislosti na prodejích např. v rámci slevových akcí.

Pilotního projektu se účastnily spíše větší společnosti. Zajímavou úvahou však může být nabídnout takové řešení menším a středním společnostem z řad dodavatelů a zpřístupnit jim informace o stavu skladových zásob, příp. i prodejích u jednotlivých obchodníků. Těmito úvahami a otázkou, jak dále podpořit využívání standardní elektronické komunikace EDI, se bude ECR dále intenzivně zabývat.



Pavel Pánek,
ředitel logistiky,
Budějovický Budvar n.p.

Jak hodnotíte tento projekt a potenciál sdílení dat v rámci standardní EDI komunikace mezi dodavateli a obchodníky, nad rámec výměny obchodních dokladů (objednávka, faktura, dodací list)?

Jsem rád, že jsme se do tohoto projektu aktivně zapojili. Největší přínos vidím v kvalitě zpracování on-line dat. Získali jsme uživatelsky příjemný nástroj, což byl základní předpoklad úspěchu. Máme možnost sledovat data z jednotlivých prodejen. Největší přidanou hodnotu vidím především v oblasti monitoringu out of stock, vývoje denního prodeje na jednotlivých prodejních, to vše s vysokou mírou flexibility v nastavení a v možnosti sledovat vybrané ukazatele podle námi definované distribuční a prodejní struktury včetně nastavení eskačního procesu. Díky projektu jsme dostali k dispozici „nářadí“, o jehož dalším využití uvažujeme v procesu interního plánování a pravidelné komunikaci s obchodníky.

Kde vidíte další možnosti spolupráce mezi obchodníky a dodavateli pro zajištění dostupnosti zboží a spokojenosti nakupujících?

Potenciál spočívá ve větším zapojení obchodníků a dodavatelů na bázi pravidelného hodnocení a častější komunikace včetně analýzy příčin identifikovaných odchylek. Aktuálně jsme schopni měřit dostupnost zboží na prodejně, ale postrádáme informace o dostupnosti na regále. Společnou výzvu vidím ve zjištění důvodů nedostatku zboží a definování způsobu komunikace vedoucí k odstranění nedostatku v místě prodeje.

