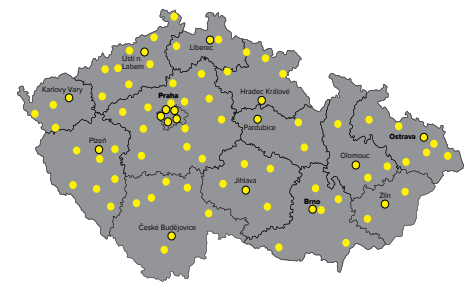


### Linda Michaličková

Category & merchandising manager

Die Firma Auto Kelly hat ursprünglich nur Filialen betrieben die ausschließlich Ersatzteile an Kfz-Werkstätten verkauft haben. Die Ausrichtung war auf Großhandelskunden gerichtet. Im Jahr 2000 haben wir angefangen, die ersten Filialen auch für Einzelhandelskunden zu öffnen.

2014 hat sich die Gesellschaft entschieden, diesen Kunden eine größere Aufmerksamkeit zu widmen, weil sie hier ein Geschäftspotenzial gesehen hat. Die Ziele waren klar: ein optimales Umfeld für neue Kunden zu schaffen, das Warenangebot auf der Verkaufsfläche zu standardisieren und die Wahrnehmung der Marke Auto Kelly im Einzelhandelsumfeld zu stärken.



- Netz von mehr als 80 Filialen
- über 300 Vertragswerkstätten im Netz Auto Kelly Autoservis
- fast 11 Millionen Stück Waren auf Lager
- Kfz-Teile von mehr als 500 Markenherstellern
- Technische- und Service-Daten online



Schrittweise sind Regeln für das Merchandising sowie Planogramme (Planogramme für die Platzierung von Waren) entstanden. Es entstand ein Bedarf für die Planung der Platzierung der einzelnen Kategorien auf der Verkaufsfläche. Die ersten Planogramme sind mit Hilfe von MS PowerPoint und MS Excel entstanden. Wir haben alles manuell für die verschiedenen Display-Typen und die verschiedenen Größen der Filialen erstellt. Die komplette Vorbereitung jedes Projekts (Eröffnung, Umzug oder Umbau einer Filiale) wurde zuerst auf dem Wege „Trial – Error“ auf dem Papier erstellt, dann digitalisiert und anschließend per E-Mail an die einzelnen Mitglieder des Arbeitsteams versandt.

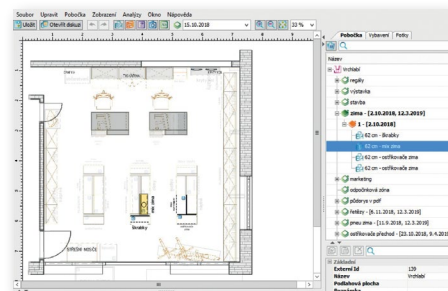
Diese Form war aus folgenden Gesichtspunkten ungenügend:

- Unpraktische Aktualisierungen des Grundplans der Filiale.
- Langwierige und aufwendige Aktualisierungen der platzierten Waren.
- Komplizierte Implementierungen von Marketing-Aktionen.
- Keine Verknüpfung mit dem Supply Chain System.
- Komplizierte Verwaltung des Drucks von Preisetiketten.
- Keine Kontrolle der Gestaltung der Filiale sowie der ausgestellten Waren.

## Ilona Koloničná

Retail Country manager

„Praktisch sofort nach der Einführung des Programms wurde für uns spezifisch das sog. Photofeedback erstellt, das uns eine effiziente visuelle Kontrolle des Geschehens in der Filiale ermöglicht. Die Fotodokumentation ist mit dem konkreten Grundplan der Filiale und ihrer Ausstattung verknüpft, speichert die Historie der Fotos und ist für alle Benutzer online zugänglich.“



The screenshot shows the Quant software interface. On the left, there's a sidebar with navigation options: 'Přidat fotku', 'Planogramy', 'Připravený', 'Čekající', 'Implementovaný', 'Produkty', and 'Blog'. The main area displays a planogram for 'SEZÓNÍ NABÍDKA' (Seasonal Offer) with dimensions and a list of products. A photo of the actual store display is shown on the right.

Im Frühling 2016 haben wir zum ersten Mal die Software Quant kennengelernt. Diese hat uns neben der effizienten Gestaltung von Grundplänen und Planogrammen auch die Verteilung und Kontrolle ihrer Implementierung geboten. Ein großer Vorteil ist die Webapplikation für die interne Kommunikation mit den Filialen. Quant bot auch die Möglichkeit, das Category Management zu analysieren, das wir längerfristig vorbereiteten. Später hat sich gezeigt, dass Quant uns auch hilft, unseren wunden Punkt – die Verwaltung von Preisetiketten zu lösen.

In der ersten Etappe haben wir sämtliche bestehenden Varianten der Planogramme in Quant übertragen, danach haben wir schrittweise die Grundpläne der Filialen digitalisiert. Im Januar 2017 haben wir Quant produktiv gestartet, und zwar in Form der Webapplikation. Bis Ende 2017 haben alle damaligen 75 Filialen Quant (mindestens als Kommunikationsweg) verwendet.

## Bei der Webapplikation schätzen wir vor allem Folgendes:

- Alle mit der Verkaufsfläche verbundenen Informationen sind an einer Stelle verfügbar.
- Die Informationen sind online.
- Intuitive Arbeit in der Webapplikation.
- Die Visualisierung der Grundpläne und Planogramme gibt den Verkäufern einen perfekten Überblick darüber, welches Produkt/Material wo zu platzieren ist.
- Der Blog, der sämtliche Mitteilungen zum Merchandising und zu Marketingaktionen enthält, speichert die Kommunikationshistorie und unterscheidet die Relevanz der Mitteilungen für die konkrete Filiale.
- Vermeidung der Versendung großer Datenvolumen via E-Mail.
- Online Chat zwischen dem Hauptverwaltungs Team und dem Merchandising Teams, die sich mit operativen Sachen beschäftigen.
- Umfragen, dank denen wir Informationen und Feedback vom gesamten Team erhalten.

Die größte Arbeitserleichterung der Merchandiser bei der Erstellung von Planogrammen in Quant ergibt sich aus der Möglichkeit ihrer Realisierung im Modus „Filialspezifisch“. Der Merchandiser erstellt eine Schablone des Planogramms, indem das gesamte Produktportfolio der jeweiligen Kategorie platziert wird. Quant berechnet dann aufgrund der Abverkaufsdaten jeder konkreten Filiale ob ein Produkt platziert wird und die Anzahl der platzierten Produkte. Dies führte zu positiven Auswirkungen auf das Lagerbestandsmanagement.

## Die Verknüpfung von Quant mit „Planning Wizard“ bringt folgende Vorteile:

- Zentrale und effiziente Steuerung bei Änderungen in den Planogrammen.
- „Planning Wizard“ erhält von Quant die konkrete Information, ob und in welcher Menge das jeweilige Produkt in der Filiale platziert ist.
- Rechtzeitige Reaktion auf den Bedarf der Filialen (z.B. neue Waren an die betroffenen Filialen zu senden und im Gegenzug die Waren, die im Planogramm nicht mehr vorkommen von den Filialen zurückzuziehen oder den Lagerbestand für diese Waren nur in der zwingend notwendigen Menge zu halten).

## Quant bietet einen einfachen Datenexport:

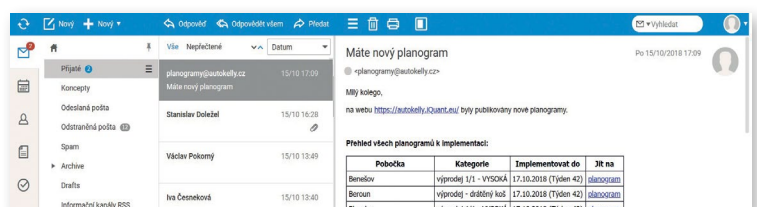
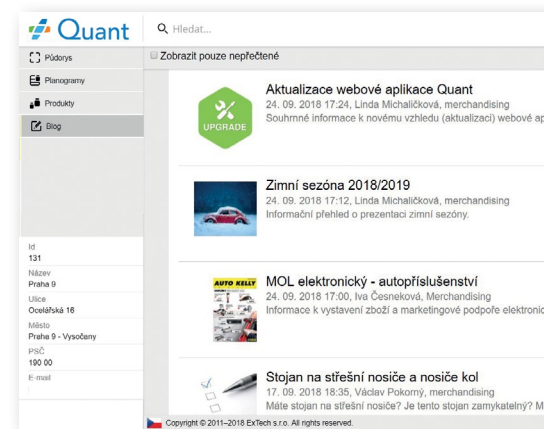
- Übersicht der in der Filiale platzierten Produkte. Dies hilft den Produktmanagern bei der Verwaltung des Produktportfolios der einzelnen Lieferanten.
- Übersicht über die Ausstattung der Filialen. Dies hilft bei der implementierung von Ausstattungen in neuen Filialen oder der Reorganisation existierender Filialen.

Das System verfügt auch über eine sehr flexible Verwaltung von Benutzerkonten und über die Möglichkeit der Versendung von Benachrichtigungen. Die Form sowie die Frequenz der Benachrichtigungs-E-Mails können wir nach konkreten Bedürfnissen selbst operativ steuern.

## Petr Holeček

Supply Chain director

„Die Verknüpfung von Quant mit dem System Planning Wizard hat für uns das Management des Lagerbestands sehr vereinfacht. Dank der genauen Definition der ausgestellten Produkte/Stücke in den Filialen vermeiden wir das Halten von totem Bestand. Gleichzeitig sind wir in der Lage, die Waren im Vorlauf so zu bestellen, dass sie bei der regelmäßigen Aktualisierung der Planogramme, dem Umbau oder der Eröffnung einer neuen Filiale physisch auf Lager und in der im Voraus angeforderten Menge vorliegen.“

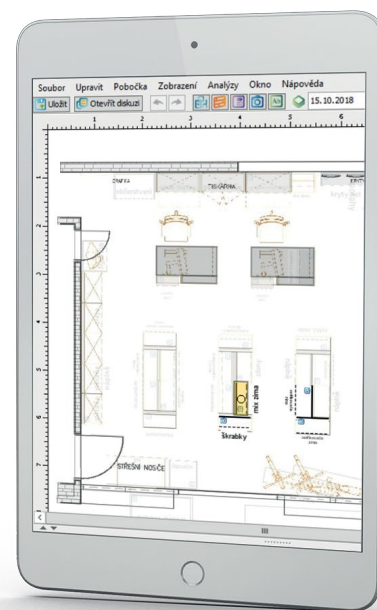


Im Januar 2018 haben wir eine für uns revolutionäre Funktion in Betrieb genommen – den Druck von Preisetiketten direkt aus der Quant Webapplikation. Diese Funktion ist mit den publizierten Planogrammen voll verknüpft.



### Die Hauptvorteile sind:

- Möglichkeit des Drucks von Preisetiketten direkt aus dem Planogramm.
- Automatische Meldung der Änderung von Verkaufspreisen.
- Benachrichtigungs-E-Mails mit der Information, dass ein Preis bei einem konkreten Produkt angepasst werden soll.
- Automatisches Generieren von neuen oder aktualisierten Preisetiketten.
- Steigerung der Effizienz des Verkaufsteams bei den regelmäßigen Preisanpassungen.
- Verwaltung des Preisetikett Designs.
- Publizierung der Preisetiketten vor dem Start einer Verkaufsaktion (beispielsweise vor dem Inkrafttreten der Aktionspreise).
- Anzeige des Verkaufspreises und Cash Backs direkt auf dem Preisetikett.



Die Einführung des Software Quant war vor allem im Bereich der Verknüpfung von internen Datenbanken von Auto Kelly, die primär für den Großhandel gestaltet wurden, herausfordernd. Die Datenverwaltung ist schon durch das Volumen aufwendig (500 Tausend einzelne Positionen, die täglich in Quant verarbeitet werden). In den Importdateien sind nicht nur die Daten für die Identifizierung der Waren, sondern auch die Verkaufs- und Lagerdaten enthalten. Nicht zuletzt musste sich das Unternehmen der Angst vor Veränderungen stellen und die Filialen sorgfältig für die Webapplikation vorbereiten. Um Komplikationen bei der realen Umsetzung des Systems im gesamten Filialnetz zu verhindern, haben wir die jeweilige Funktion immer zuerst in einer Pilotfiliale getestet, das Feedback ausgewertet und erst danach im gesamten Vertriebsnetz angewandt. Wir haben jeweils detaillierte Handbücher erstellt, die den Sinn und den Vorteil der neuen Funktionen, als auch ihre praktische Bedienung verständlich erklärt haben. Wir haben viel Zeit in die interne Kommunikation des Vertriebsnetzes, sowie in die kooperierenden Bereiche der Hauptverwaltung investiert.

Künftig planen wir die Nutzung einer weiteren Funktionalität von Quant – der Analyse für das effiziente Management von Raum und Waren in der Filiale. Ein weiterer geplanter Schritt ist auch die Verwaltung von Marketingmaterialien über Quant und ihre Kommunikation über das Weblog.

Wir würden uns freuen, Ihnen eine persönliche Präsentation von Quant mit allen Möglichkeiten zu zeigen, die Ihren Kategoriemanagementansatz unterstützt.

[www.quantretail.com](http://www.quantretail.com)

Für mehr Informationen kontaktieren Sie uns, bitte über:

E-Mail: [sales@quantretail.com](mailto:sales@quantretail.com)