Quant

Plataforma inteligente para el comercio minorista

SKLIZENO

Una cadena de tiendas de alimentos para una vida sana

Estudio de caso

Invierno 2018

Martina Pokorná / Gestor de adquisiciones

- 25 tiendas en la República Checa y Eslovaquia con una superficie de entre 70 y 250 m^2
- 424 productores
- 15 236 productos en la base de datos, de los cuales 7 117 para planogramas

¿Cuándo apareció Myfoodmarket y cuál era su visión? ¿Cuáles eran los tipos de tiendas iniciales y qué los hizo buscar un sistema para la elaboración de planogramas?

La primera tienda del mercado My FOOD se abrió en mayo de 2013 en Brno con el objetivo de establecer un concepto checo de tiendas de tamaño mediano que ofrecieran una gama completa de productos alimenticios de alta calidad acentuando su calidad, frescura y composición que combinara la experiencia de compra y el excelente servicio prestado a los clientes.

Sin embargo, en aquel momento existían varios conceptos similares en el mercado. En 2010 abrimos nuestro primer “Náš Grunt” en Praga y en 2011, el primer “Sklizeno” en Brno. Tres conceptos similares, tres empresarios diferentes, tres motivos principales similares: calidad, frescura, equidad, apoyo a los productos y agricultores locales y atención al cliente. Por otro lado, había una serie de problemas menores: surtido incompleto, precios elevados, suministros, ineficacia en muchos ámbitos, necesidad de un mejor fondo y requisitos espaciales. Por ello, estos tres conceptos se fusionaron bajo una sola marca, Sklizeno, durante los años 2016 y 2017.

En 2016, los problemas mencionados nos hicieron empezar a buscar una herramienta que nos permitiera hacer más eficaz una parte de las operaciones. Esa fue la razón por la que empezamos a buscar un sistema para la elaboración de planogramas. En aquel momento no teníamos ni idea de la cantidad de aspectos en los que Quant demostraría su eficacia, además de en los planogramas.

Empezaron a utilizar Quant en marzo de 2016. ¿Recuerda sus expectativas de entonces? ¿Cuáles fueron los peores obstáculos? ¿Cómo consiguieron superarlos y cuáles fueron los primeros beneficios que obtuvieron?

Lo que más nos entusiasmó al principio fue que las operaciones de trabajo relacionadas con el surtido y la planificación del espacio de las tiendas se hicieron definitivamente más eficaces. En el transcurso de los tres primeros meses, Quant se llenó de datos y se dibujaron las tres tiendas MY FOOD. Las tiendas estaban equipadas con tabletas y trabajaban con planogramas a través de una interfaz web directamente en las instalaciones de la tienda.

Recuerdo claramente el momento en que abrimos nuestra cuarta tienda en Hradec Králové. Fue la primera tienda que abrió ya con Quant. Cuando llegué a Hradec Králové, había 7 palés de mercancía esperando delante de nuestra minitienda. Realmente dudaba de si la mercancía de los 7 palés cabría en el pequeño espacio de la tienda. Cabían. No sobró espacio. Y el tiempo necesario para gestionar los inventarios se redujo de una jornada media de cuatro o cinco días estresantes y exigentes a un agradable día y medio.

No recuerdo que tuviéramos que hacer frente a ningún problema en aquella época. Al principio, por supuesto, tuvimos que trabajar mucho para hacer frente a la preparación de datos, medir todos los productos, obtener y recortar cifras, establecer puentes para la transferencia de datos, pero nada de esto se percibía como un obstáculo.

En septiembre de 2016 actualizamos el sistema ERP, sustituimos Sofix por WinShop y el cambio requirió nuevas importaciones automáticas de datos de productos, ventas e inventario, que se completaron a finales de 2016. Desde el principio planeamos utilizar los planogramas también para determinar los niveles mínimos y máximos de productos para los pedidos de compra automáticos. Hasta entonces, el responsable de la tienda tenía que comprobar varias veces a la semana si faltaban productos, hacer una lista de dichos productos e introducirlos manualmente en el pedido de compra en el sistema ERP.

Con la implantación de los pedidos de compra automáticos, el trabajo relacionado con la realización de pedidos se facilitó considerablemente. Tras haber puesto a punto todo el proceso, las tiendas de nuestro grupo han alcanzado un estado en el que se genera un pedido automático en la tienda varias veces a la semana, el responsable de la tienda lo confirma con un clic y lo envía al almacén, que recoge la mercancía y envía un albarán de vuelta a la tienda, donde el responsable de la tienda vuelve a confirmarlo con un clic de ratón al hacerse cargo de la mercancía, operación mediante la cual la mercancía se recibe como existencias.

¿Cuándo se adquirió la cadena de tiendas Sklizeno y cuándo se efectuó el cambio de marca? ¿Cómo se emplea a Quant para cambiar la marca de las tiendas adquiridas?

Mientras que las tiendas MY FOOD estaban conectadas desde el principio a un único sistema ERP central, las tiendas originales de Sklizeno y Náš Grunt funcionaban como unidades autónomas. Al cambiar la marca de las tiendas, no solo cambiamos su estilo visual, sino que también tuvimos que conectar la base de datos de las tiendas al sistema ERP central y crear los planogramas correspondientes. Fue aquí donde nos encontramos con las primeras complicaciones, ya que el surtido de las tiendas originales era bastante heterogéneo y el mobiliario de las tiendas podía calificarse de mezcolanza. A pesar de las amplias supresiones, el surtido, las variantes de categoría y la gestión de Quant se ampliaron gradualmente y se hicieron cada vez más exigentes.

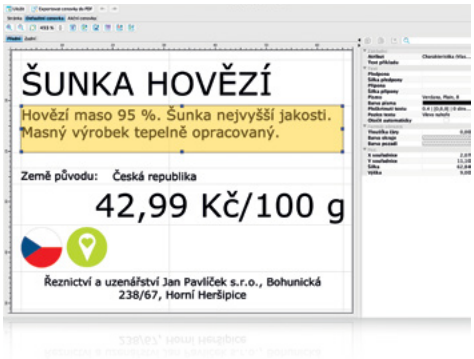
Actualmente, hemos completado más o menos las operaciones de cambio de marca. Quant incluye distintos tipos de tiendas, que difieren tanto en ubicación (conceptos shop&eat en centros comerciales frente a tiendas físicas locales) como en mobiliario y, por último, pero no por ello menos importante, en tamaño (de 70 a 250 m^2). Ahora nuestra prioridad es volver a utilizar Quant para optimizar el surtido y el espacio en las tiendas, para crear planogramas que sean más específicos para cada tienda y respondan mejor a un concepto determinado y a las expectativas de los clientes, y para buscar oportunidades relacionadas con productos locales de éxito y su distribución por toda la cadena.

En diciembre de 2016 los informamos de que estábamos trabajando en los SEL de Quant. En febrero empezamos a trabajar intensamente en el tema. ¿Cuál fue la principal motivación por su parte? ¿Cómo se desarrolló la implementación? ¿Cuándo lograron desplegar los SEL?

¡Nos ha salvado literalmente! Hasta entonces solo teníamos cuatro tiendas pertenecientes a nuestro grupo que tenían los mismos precios de venta y preparábamos los SEL manualmente en una hoja de Excel. A principios de 2017 empezamos a preparar nuestra primera tienda franquiciada. Entre las especificidades de las tiendas franquiciadas está que pueden cambiar el precio de venta recomendado dentro de ciertos límites, que es como tratamos las diferentes ubicaciones de nuestras tiendas.

Al preparar los SEL, me sorprendieron mucho los dos hechos siguientes. En primer lugar, lo fácil y rápido que fue rellenar Quant con datos y cifras gracias a la importación por lotes y a las propiedades ajustables de los productos, y en segundo lugar, lo fácil que fue crear la versión visual requerida del SEL basándose en su diseño gráfico en el editor.

El único momento un poco complicado fue cuando la base de datos de la tienda se conectó a Quant para importar los precios de venta modificados a Quant en tiempo real. En caso de cambio, el sistema ERP envía el precio de venta al servidor que es comprobado por Quant cada 5 minutos. Por lo tanto, cuando la tienda decide cambiar el precio, Quant tiene el SEL listo para imprimir en 5 minutos. El despliegue y la preparación de los SEL pudieron llevarse a cabo en el brevísimo plazo de un mes gracias a la gran ayuda prestada por Quant.



¿Y los planogramas de marketing?

Empezamos a gestionar el espacio de marketing de las tiendas en planogramas hace más de un año y medio. Almacenamos los materiales de marketing para las tiendas en un repositorio de datos compartido desde el que pueden descargarlos e imprimirlos. Gracias a los planogramas saben exactamente dónde debe colocarse el cartel/folleto y cuándo debe sustituirse por uno nuevo.

Creo que a partir de junio de 2018 empezaron a utilizar un blog en Quant. ¿Cómo ha resistido esta actividad el paso del tiempo?

La verdad es que muy bien. Hasta entonces, cualquier cambio en los planogramas era percibido por las tiendas de forma bastante negativa. En junio de 2018, introdujimos la publicación periódica de planogramas y también escribimos un blog para cada planograma publicado. En el blog describimos los cambios que realizamos en los planogramas junto con las razones que nos llevaron a implementarlos. Desde entonces, los planogramas se perciben de forma muy diferente. El personal ya no ve el planograma como un mal necesario inventado por el jefe de categoría en la comodidad de su despacho para molestar al personal de la tienda. Ahora, enfocan el planograma como cambios que pueden ayudar a aumentar la facturación de la tienda y también la satisfacción de los clientes.

“El despliegue y la preparación de los SEL pudieron llevarse a cabo en el brevísimo plazo de un mes gracias a la gran ayuda prestada por Quant.”

En diciembre de 2018, abrieron la primera tienda en Eslovaquia, en Bratislava. ¿Cómo se preparó Quant para un nuevo país?

Al principio pensamos que construiríamos un nuevo Quant y lo conectaríamos al sistema ERP eslovaco. Al final, teniendo en cuenta que el sistema ERP eslovaco se basa en el checo, decidimos implementar una solución más sencilla y utilizar un solo Quant para la preparación de los planogramas tanto eslovacos como checos.

Por parte de Quant, fue necesario implementar pequeños cambios que nos permitieron establecer, por ejemplo, órdenes de compra automáticas específicas para cada tienda o una moneda diferente en los SEL. Gracias a las propiedades opcionales de los productos, establecimos entonces los atributos que necesitábamos localizar para el mercado eslovaco, es decir, en particular los textos en los SEL. A continuación, la conexión con el sistema ERP y la detección continua de cambios en los precios utilizaron los mismos puentes que en la República Checa.

¿Cuáles fueron los obstáculos de todo el proyecto?

Para mí, como persona con conocimientos de informática a nivel de usuario medio, lo peor era entender las transferencias de datos, en particular de las tiendas franquiciadas que tienen bases de datos independientes. La herramienta Tareas automáticas añadida por Quant hace unos meses ayudó mucho: ahora también puedo rastrear una transferencia de datos a posteriori, pero en general, las transferencias de datos siguen siendo una incógnita para mí.

¿Qué planes tiene para el futuro?

- Despliegue de pedidos de compra de productos frescos no incluidos en los pedidos de compra automáticos.
- Mejora de la indicación de los artículos de venta y mejora de la gestión de los artículos de venta en los planogramas.
- Racionalización de las variantes de categoría y reducción del surtido.

¿Le interesa conocer más?

Estaremos encantados de presentar personalmente Quant con todas las características que puedan ser relevantes para su empresa.

www.quantretail.com

Para más información, diríjase a:

E-mail: sales@quantretail.com