

Vratislava Klapušová

Specialista di Category Management Česká Lékárna Holding a.s.

L'inizio dello sforzo per l'esposizione controllata dei prodotti in Dr.Max Repubblica Ceca risale al 2010. Si trattava di fogli di calcolo Excel con un elenco di marche per scaffale, non di prodotti specifici. Questa classificazione era soprattutto una sorta di gestione del marchio: una guida approssimativa alla visibilità di prodotti e fornitori nell'ambito di accordi commerciali.

A quel tempo, l'ufficio tecnico decideva sulle aree della farmacia secondo indicazioni che avevano nove gruppi di prodotti assegnati ai moduli in farmacia secondo le priorità date dal punto vendita.

La gestione delle categorie è iniziata nel 2010 con una vera e propria categorizzazione della gamma sotto la guida dell'agenzia di consulenza RolandBerger.

A quel tempo, si è deciso di utilizzare il 3D SW per il controllo CM. Tra quelli disponibili sul mercato, Spaceman è stato selezionato come il più vantaggioso.

Nel periodo 2011-2012 lo spazio per categorie è stato gestito sulla base dei dati medi di vendita e l'esposizione dei prodotti è stata gestita in modo più efficace tramite planogrammi.



Con circa 400
filiali, il Dr.Max è
la più grande rete
di farmacie nella
Repubblica Ceca.

Nel 2013 siamo stati introdotti a Quant, che combinava la gestione dello spazio e del prodotto nell'unico modulo di utente, a differenza di Spaceman utilizzato fino ad allora.

Dopo la conoscenza iniziale e la considerazione di tutti i **PRO** (chiaro potenziale di spazio efficace + gestione dell'assortimento, facile accesso agli output – esportazioni) e **CONTRO** (zero riferimenti da utenti nella Repubblica Ceca, manuale inesistente ...) abbiamo scelto Quant.

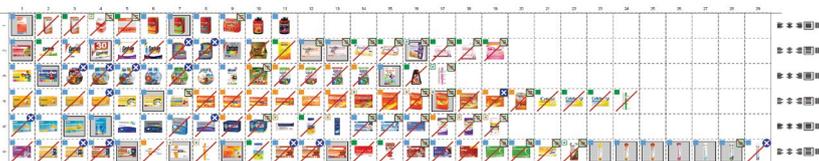
Dopo la migrazione dei planogrammi esistenti a Quant e il cambiamento iniziale di mentalità nella disposizione delle categorie, abbiamo presto iniziato ad utilizzare una gestione semplice ed efficace.

Semplificazione, accelerazione, che apprezziamo:

- Preparazione del layout dei piani utilizzando l'analisi «Spazio alle vendite» rapidamente disponibile.
- Aggiornamento rapido e conveniente dell'assortimento – scambi di massa nell'intera categoria.
- Soluzione di larghezze dei moduli non standard e pianificazione di assortimenti complessi secondo varie dimensioni.
- Facile comunicazione con le farmacie tramite chat e blog integrati.

La svolta è arrivata nel 2015 con l'introduzione dei planogrammi specifici di filiale. Con questo passaggio, abbiamo risolto le scorte «morte» a lungo discusse.

Un altro vantaggio è l'eliminazione degli errori di assortimento: l'assortimento è impostato per planogrammi di tutte le dimensioni secondo la regola di Pareto e gli impegni commerciali, a cui ora viene assegnata automaticamente la priorità. Le priorità vengono assegnate in base alle informazioni nel data warehouse, da dove vengono automaticamente trasferite a Quant in base allo scopo dell'evento. Questo garantisce il giusto assortimento per ogni mese in esposizione, compresi gli articoli promozionali.



Nela Bartošová

Responsabile marketing
Česká Lékařna Holding a.s.

Usiamo il sistema Quant già a lungo termine al progetto di marketing Album. L'obiettivo è rivedere e sviluppare un concetto unificato di comunicazione di marketing dentro e fuori la farmacia.

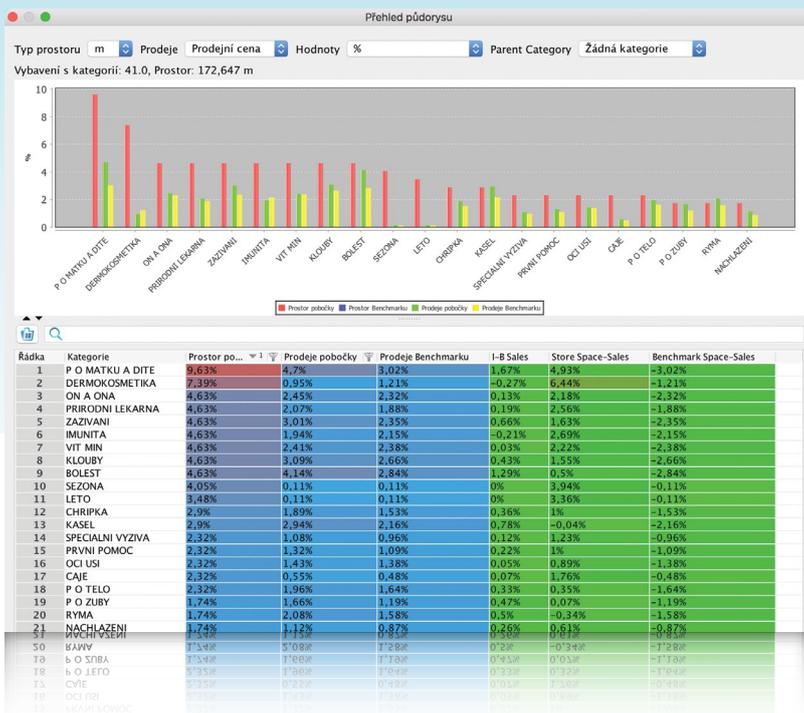
Nella prima fase, nel periodo da agosto a dicembre 2015, in collaborazione con l'agenzia Promotime, abbiamo mappato lo stato attuale delle singole filiali ed inserito le informazioni su tutte le attrezzature, compreso la documentazione fotografica dettagliata, negli strati di marketing delle planimetrie in Quant.

Tra le altre cose, abbiamo mappato le dimensioni, i tipi e i materiali di strisce di cartellini dei prezzi, vetrine, cornici per poster, adesivi per pavimenti ed espositori dei fornitori.

È stata creata una database viva e costantemente aggiornata, che ci aiuta a raggiungere i seguenti obiettivi:

1. Mappatura dell'esistenti e creazione di nuove aree di comunicazione, compresa l'unificazione dell'esposizione.
2. Determinare il concetto di messaggi di marketing (ovvero la loro posizione, formato, messaggio personale in relazione al percorso di acquisto del cliente / paziente).
3. Panoramica dei canali di comunicazione all'esterno e all'interno delle farmacie per l'Ufficio Marketing.
4. Ottimizzazione dei materiali e comunicazione mirata.
5. Gestione centralizzata della comunicazione – planogrammi di marketing con funzione di controllo.
6. Graduale unificazione della comunicazione in negozio e creazione del processo di gestione, registrazione e controllo del posizionamento dei materiali di marketing.

Il coinvolgimento delle farmacie è stato facile, in quanto abbiamo ampliato solo l'interfaccia web di Quant, a cui erano abituate da tempo, con la pubblicazione di planogrammi di marketing.



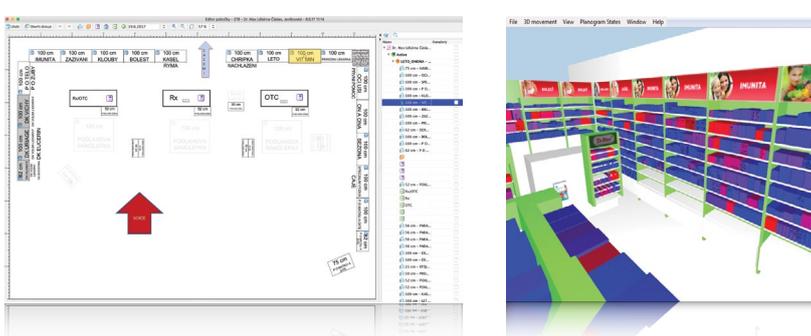
Si può dire che altri strumenti di Quant siano stati sviluppati direttamente per il Dr.Max. Che si tratti di altre analisi (TOP, sviluppo, spaziali, prodotti posizionati), nonché output per altri reparti e fornitori che collaborano.

Utilizziamo principalmente il semplice confronto e la visualizzazione automatica delle modifiche nei planogrammi per le farmacie, informazioni sui prodotti posizionati per i fornitori ed anche una variante della planimetria con un elenco di attrezzature speciali per l'ufficio tecnico.

L'accesso al Web consente ai fornitori di modificare i propri prodotti, ad esempio quando si cambia l'imballaggio. In questo approccio, è possibile ridurre la visibilità delle informazioni, inclusi i planogrammi generati automaticamente, senza prodotti di terze parti.

L'accesso di farmacie comunica i planogrammi aggiornati in modo semplice con l'evidenziazione delle modifiche e consente anche il controllo dell'implementazione sulla base della conferma della farmacia. Se questa conferma non viene ricevuta entro la data di implementazione richiesta, il sistema ci informerà automaticamente.

Un altro grande vantaggio di Quant è che raccoglie tutte le informazioni sulle farmacie: contatti per farmacie, indirizzi, telefoni, e-mail, regioni, cluster, superiori, documentazione fotografica ...



Marek Tichý

Analista dati senior
Česká Lékárna Holding a.s.

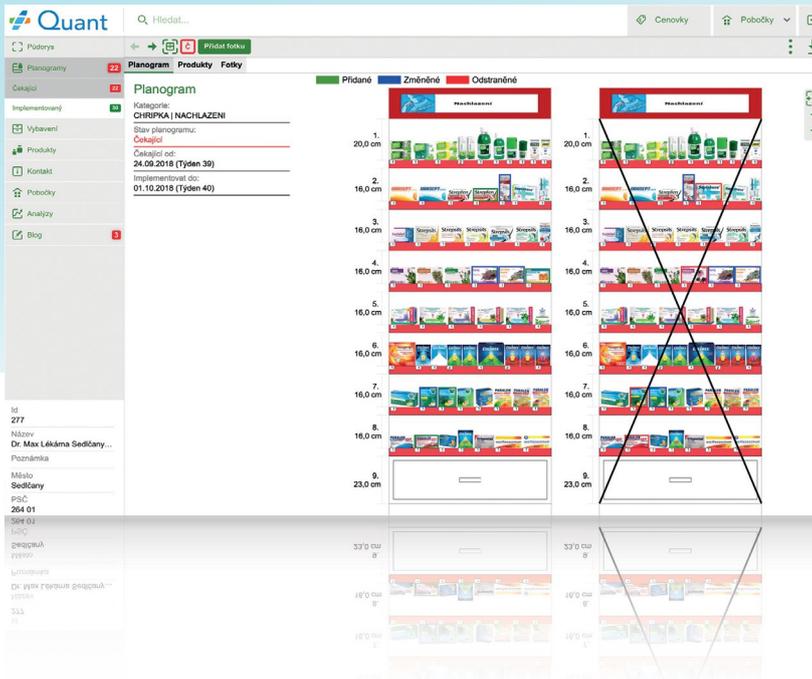
Durante la fase pilota, abbiamo impostato correttamente le importazioni automatiche di dati su prodotti, filiali, vendite ed inventario in Quant.

Nel corso del 2014 è avvenuta l'integrazione con il sistema Planning Wizard e la connessione degli ordini automatici ai dati di Quant. I principali vantaggi sono:

- Ottimizzazione dell'inventario.
- Calcolo del numero di prodotti esposti secondo propri algoritmi.
- Informazioni sulle capacità minime, ottimali e massime utilizzate negli ordini automatici.
- Possibilità di diverse modalità di fornitura.

Oltre agli ordini automatici, utilizziamo esportazioni automatiche di dati da Quant per data warehouse, BI e POS (Farmis). Questi sono in particolare i seguenti:

- Pubblicazione di planogrammi (ciclo di vita preparato, in attesa e implementato).
- Elenco delle categorie in Quant.
- Relazione prodotto x categoria.
- Elenco dei prodotti esposti (larghezza massima anche a base di filiale) in Quant con tabelle di contingenza.
- Dopo la pubblicazione dei planogrammi, verranno caricate automaticamente le notizie necessarie per l'esposizione.
- La pubblicazione di planogrammi aumenterà lo Stock Assicurativo Necessario per il numero di Face in esposizione.
- Dopo la pubblicazione dei planogrammi, la scorta assicurativa necessaria per i prodotti che non sono più esposti viene automaticamente ridotta.
- Dopo la pubblicazione dei planogrammi, i prodotti verranno automaticamente inclusi nelle stampe delle etichette.
- Dopo la pubblicazione dei planogrammi, i cambiamenti nell'esposizione vengono contrassegnati automaticamente per facilitare l'orientamento e il recupero.



Il privilegio di Quant è che raccoglie tutte le informazioni sulle farmacie.

Include anche il supporto per la gestione delle versioni stagionali delle planimetrie e la loro rotazione automatica secondo la data specificata, uno strato speciale della planimetria con attrezzature di marketing, informazioni su dimensioni, materiali e numero di strutture di marketing, documentazione fotografica delle farmacie e un piano tecnico.

In Quant è possibile inserire i sintomi nelle farmacie e quindi classificarli in gruppi, ad esempio, in base alle strutture situate, all'assortimento. I gruppi possono quindi essere utilizzati per semplici comunicazioni di massa e anche per analisi.

L'applicazione web Quant ha dimostrato di essere uno strumento ideale per noi. La sua semplicità e comprensibilità ci consente di lavorare senza una formazione complicata da qualsiasi luogo con solo una connessione Internet per tutti i livelli di utenti.

In futuro, prevediamo principalmente un uso più ampio di Quant per la produzione e distribuzione di materiali di marketing (POS, volantini, cartellini dei prezzi).

Il prossimo passo è preparare una farmacia digitale.



Siete interessati ad una presentazione?

Saremmo lieti di offrirvi una presentazione personale di Quant con l'intera gamma di funzionalità che potrebbe essere interessante per la vostra azienda.

www.quantretail.com

Per ulteriori informazioni, contattare per favore:

E-mail: sales@quantretail.com