

Tavaratalokaupan automaattitäydennyksellä tehoa ketjutoimintaan!

Kirjoittaja: Mikko Kärkkäinen

Toimitusjohtaja, TKT
mikko.karkkainen@relexsolutions.com

Tämä artikkeli keskittyy täydennystilaamiseen tavaratalokaupan näkökulmasta. Mikäli et ole vielä tutustunut RELEXin artikkeliin automaattitäydennyksestä yleisesti, suosittelemme sen lukemista:
<http://www.relexsolutions.com/fi/tietoja-relexista/arkisto/?id=554>

Toimipistekohtaisen tilaamisen tehostamisella ja tarkentamisella voidaan nostaa tulosta kaikessa vähittäiskaupassa. Tilaamisen tarkkuus ja tilauserät vaikuttavat hyllysaatavuuteen ja sitä kautta myyntiin. Tilaaminen vaikuttaa myös työkustannuksiin sekä varastointikustannuksiin. Tavaratalokaupassa korostuvat erityisesti varastoinnin hävikki- ja alennuskustannukset tuotteiden menettäessä arvoaan sesonkiherkissä tuoteryhmissä varsin nopeasti. Tehostamisen mahdollisuus onkin usein muunlaista vähittäiskauppaa suurempi, sillä ympäristö on aidosti haastava.

Tavaratalokaupassa korostuu tarjontalähtöisyys ja sesonkiluonteisuus

Automaattitäydennystä käsiteltäessä toimintaa verrataan usein päivittäistavarakauppaan. Tavaratalokauppa eroaa päivittäistavarakaupasta voimakkaasti tavara-alakohtaisten erojen ja toiminnan sesonkiluonteisuuden takia. Kun päivittäistavarakaupassa tarjontaa voidaan hienosäätää kysyntälähtöisesti, kaikessa erikoistavarakaupassa ja tavaratalokaupassa erityisesti tarjonnalla vaikutetaan merkittävästi kysyntään. Pitää kuitenkin muistaa, että osa tavaratalokaupan tavara-aloista on toimintamalliltaan hyvin päivittäistavarakauppamaisia.

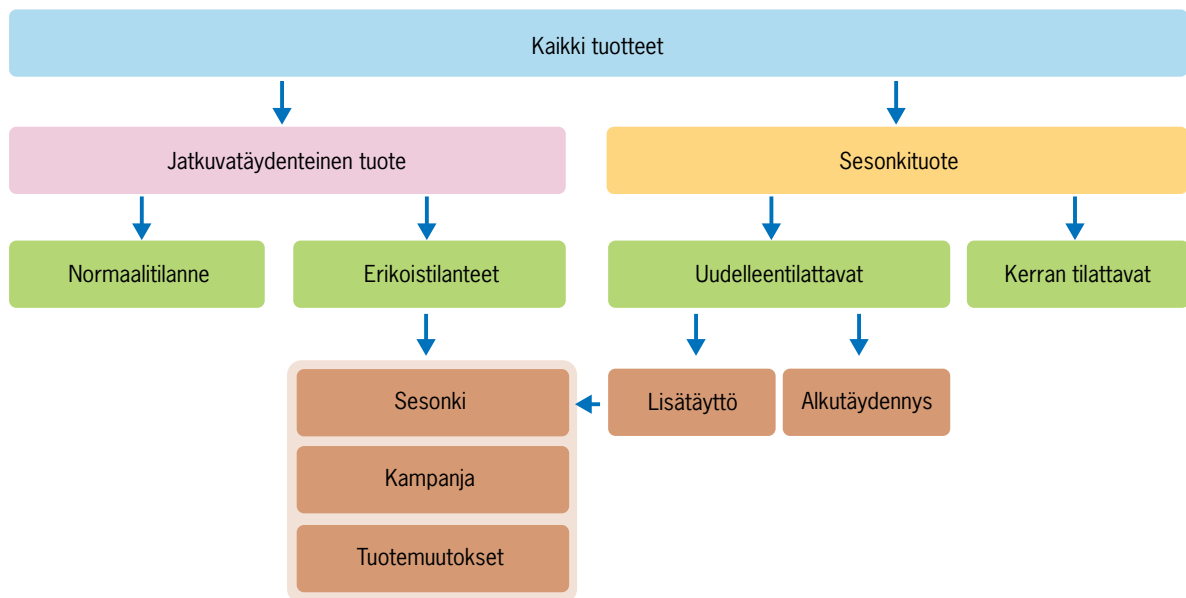
Tavaratalokaupan tuotetäydennykseen vaikuttavia erityispiirteitä ovat:

- Tuotteiden määrä ja tuotevaihtuvuus on erittäin suurta
- Paljon yhden sesongin valikoimassa olevia sesonkituotteita
- Toimittajia runsaasti vähittäistoimipistetasolle asti ja jakelutiet ovat usein hajanaisia
- Tuotteiden esillepanot vaihtelevat
- Takavarastointi merkittävässä roolissa

Eri tarjontamallien huomioiminen tärkeää tavarataloympäristössä

Tavaratalokauppa on siis toimintamallien kirjon ja tarjonnan kausittaisuuden takia monessa mielessä erittäin hankala ympäristö tuotetäydennykselle. Tuote-alueiden ja tarpeiden monimuotoisuuden vuoksi tavaratalokaupassa tehokkaaseen täydennykseen tarvitaankin useampia toimintamalleja – yhdellä mallilla ei koko toimintaa voida menestyksellisesti automatisoida.

Tuotetäydennyksen näkökulmasta tuotteet voidaan jakaa kahteen pääsääntöiseen tarjontamalliin: sesonkituotteisiin ja jatkuvatäydenteisiin tuotteisiin. Jälkimmäiset ovat myymälän valikoimassa yli yhden sesongin ja tyypillisesti niitä myös täydennetään elinkaarensa aikana useampaan otteeseen. Jatkuvasti täydennettävillä tuotteilla voi kuitenkin olla erikoistilanteita, eli niiden menekissä voi olla esim. kampanjan, sesongin tai kauden takia merkittävää heilahtelua. Sesonkituotteet taas ovat myymälän valikoimassa tietyn sesongin ja ne tilataan monesti kerralla ainakin keskusvarastoon (tavarataloa täydennetään osin useammin).



● Kuva 1: Tuotevirrat eri tarjontamallin tuotteille

Tavaratalon täydennyksen kannalta on olennaista rakentaa tarpeen mukaiset ratkaisut molempiin vaihtoehtoihin. Jatkuvatäydenteisen tuotteen tilaaminen on helpommin automatisoitavissa kokonaisuudessaan, kun taas sesonkituotteen osalta voidaan kysyntäpohjaisella täydennyksellä tuoda tukea alkutäydennyksen jälkeiseen aikaan. Mikäli sesonkituote on uudelleentilattava, hyvänä vaihtoehtona on käyttää PUSH-PULL-PUSH-ohjauslogiikkaa, jossa:

- Ensimmäinen erä allokoidaan kaappoihin ennusteen tai kokonaisostomäärän perusteella (=PUSH)
- Myynnin alkaessa siirrytään automaattisesti kysyntäpohjaiseen täydennykseen, jossa keskusvarastosta tilataan tarpeen mukaan (=PULL)
- Sesongin loppuessa mahdollinen ylijäämä allokoidaan niihin tavarataloihin, joissa se ennustetusti myy kaikkein parhaiten (=PUSH)

Sesonkituotteiden alkutäydennyksessä itse täydentämisen rooli on pieni – pääosan alkutäydennysmäärää määriteltäessä muodostavat valikoimanhallinta, hinnoittelu, ostaminen ja jopa kampanjointi. Näin itse täydennyslaskennan automatisoinnilla on saavutettavissa suhteellisen vähän hyötyä.

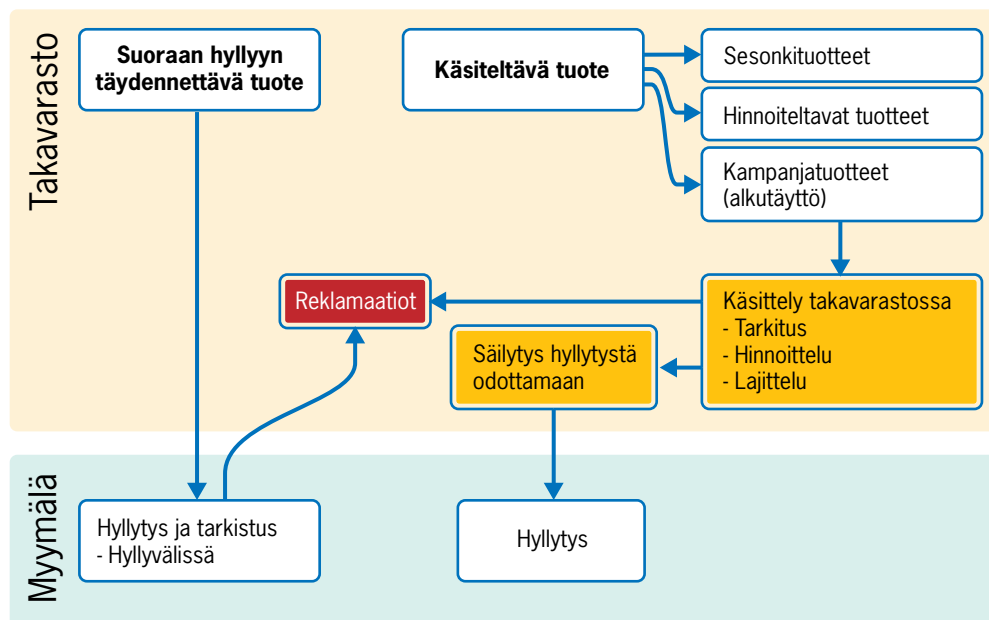
Tuotteiden myymäläkäsittelyn tulee tukea tilaamista

Tavaratalokaupassa tuotteiden tie hyllyyn asti on monesti melko mutkikas. Yksinkertainen on tässäkin asiassa kaunista, sillä jokainen tavaran käsittelykerta lisää merkittävästi kustannuksia.

Osa tavarataloissa tehtävästä käsittelytyöstä on pakollista. Hinnoittelut, hälytykset ja osittain tarkastukset ovat toimenpiteitä, jotka liittyvät tuotteiden ominaisuuksiin. Näitä toimintoja on tosin viimeisen kymmenen vuoden ajan siirretty suurelta osin toimitusketjussa taaksepäin joko teollisuuteen tai tukkuportaaseen.

Samalla tavalla kuin aiemmin kuvattu tilausvirtojen erottaminen, myös tuotteiden fyysisen käsittely on erotettava tuoteominaisuuksien mukaan. Mikäli käsittelyä vaativat tuotteet toimitetaan myymälään suoraan hyllyyn toimitettavien kanssa sekaisin, täytyy koko tavaramassa lajitella kooli kerrallaan. Käytännössä toimintatapa pakottaa jatkamaan kaikkien tuotteiden takavarastointia ja tuotetäydennyksen automatisoinnin hyödyt menetetään.

Tavaravirtojen erottaminen tarkoittaa sitä, että jatkuvatäydenteiset tuotteet tilataan kysynnän mukaan automaattisesti ja hyllytetään välittömästi saapumisen jälkeen mielellään siitä kuljetusyksiköstä, jossa ne ovat saapuneet. Käsittelyä vaativat tavarat puolestaan toimitetaan myymälään erillisenä huomioiden tuotteiden käsittelyn vaatima aika. Pääosa käsittelyä vaativista tuotteista on sesonkituotteita.



● Kuva 2: Tuotteen fyysinen käsittely tavaratalossa

Myymälän visuaalisuus huomioitava täydennyksessä

Automaattitäydennyksen tavoitteena on usein varastojen vähentyminen ja tehokkuus. Vähittäiskaupan tavoitteena on kuitenkin ensisijaisesti myydä, ei pienentää varastoja. Ei olekaan tavatonta, että täydennystoimintaa automatisoitaessa näkyvillä on enemmän peltiä ja myyntipöytää, kuin itse tuotteita. Tavaratalokaupassa ongelma korostuu, koska laajassa tuotevalikoimassa on paljon suhteellisen hidaskiertoisia nimikkeitä. Lisäksi tuotteiden houkuttava esillepano on myynnin kannalta tavaratalokonsepteille elintärkeää.

Mahdollinen ratkaisu on nostaa tuotteiden riittoja tai varmuusvarastoja, jolloin ulkonäköä saadaan parannettua. Menettelyssä ongelmana on kuitenkin se, että samalla nostetaan varastotasojä myös niillä tuotteilla, joilla tarvetta tähän ei ole – ja toisaalta ei välttämättä kuitenkaan nosteta riittävästi vähän tilaa vievien ja halpojen tuotteiden (kuten vaikkapa sukki) myyntiesittelyä. Toimivampana ratkaisuna ongelmaan on tuotekohtaisesti asetettavat visuaaliset hyllyminimit. Hyllyminimien avulla voidaan pitää varastossa juuri näyttävään esillepanoon vaadittava määrä tuotteita, vaikka tuotteiden menekki olisikin hyvin pientä. Toisaalta hyllyminimin käyttö ei mitenkään rajoita tuotteen kysyntäperusteista täydennystä. Hyllyminimit voidaan asettaa joko manuaalisesti kauppakohtaisesti (esim. PDA-laitteella) tai hyllykuvien ollessa käytössä automaattisesti face-tietojen perusteella.

Poikkeustenhallinnalla tehoa tuotelopetusten hoitoon

Tuotteiden elinkaaren loppuvaiheen hallinta on tavaratalokaupassa tuloksenteon kannalta ydinkysymys. Tuotteen kysynnän ennustaminen sesonkituotteissa riittävän tarkasti on kuitenkin erittäin hankalaa suuren tuotevaihtuvuuden sekä pitkän ennustehorisontin takia. Usein tuotteet joudutaan tilaamaan kerralla alkuennusteeseen perustuen. Vaikka ennusteen oikeellisuuteen kannattaa panostaa, on selvää, ettei pelkällä ennustamisella saavuteta riittäviä tuloksia.

Tuoteohjauksen elinkaaren loppuvaiheessa tulee perustua jatkuvaan seurantaan ja tarjonnan ohjaamiseen sinne, missä kysyntää on. Koko tuote-erää ei siis kannata työntää myymälöihin kerralla. Todennäköisesti tuotteen myynti käyttäytyy eri myymälöissä hieman eri tavalla, joten esimerkiksi 20% tuotteista kannattaa jättää keskusvarastoon ja täydentää myymälöihin tarpeen mukaan. Tämä luonnollisesti edellyttää sitä, että tuote on keskusvarastoitava tai sitä on saatavilla toimittajalta ilman rajoitteita. Perinteisesti ongelmana on ollut, että varastotilanteen valvonta on enemmän tai vähemmän manuaalisesti suoritettuna lähes mahdotonta. Automaattitäydennystä käytettäessä voidaan tämä työvaihe kuitenkin automatisoida. Lisäksi järjestelmäpohjaisen poikkeustenhallinnan avulla voidaan nostaa esille esimerkiksi ylivarastointiin liittyviä tilanteita ja jopa tehdä niihin automaattisia toimenpiteitä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tuotteen kotiinkutsusta vastaava henkilö saa vain sellaiset poikkeukset työstettäväkseen, joihin ajankäyttö todellisuudessa antaa mahdollisuuden. Näin varmistetaan niukkuustilanteessa tuotteiden olevan kysyntää vastaavassa paikassa automaattisesti ja toisaalta mahdollistetaan tehokas ja aikainen reagointi ylivarastotilanteissa. Lopputuloksena on pienemmät alaskirjaukset pakollisina sesonkialennuksina.

Logistinen toimintamalli ei vaikuta myymälän automaattitäydennykseen

Tavaratalokaupassa on yleensä paljon toimittajia ja suoratoimitusten määrä on suuri. Monesti ajatellaan, että tuote pitää varastoida keskusvarastossa, jotta sen automaattitäydennys on mahdollista. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa. Mikäli toimittajalla on määritelty toimitusaika ja toimitusrytmi, voidaan se täydentää automaattisesti myös suoratoimittajalta. Tuotteiden tulouttaminen ja sitä kautta saldonhallinta on toki monesti haastavampaa suoratoimittajien osalta, millä on vaikutuksensa myös tilaustoimintaan.

RELEXin ratkaisut tavaratalokaupan täydennystoimintaan

RELEXin ratkaisuilla voidaan saavuttaa huomattavia hyötyjä. Tyypillisiä hyötyjä vähittäiskaupan täydennyksessä:

- Hyllysaatavuuden merkittävä parantaminen
- Tilaustoiminnan automaatioasteen nostaminen ja tilaamiseen kuluvan ajan vähentäminen
- Myymälöiden käsittelykustannusten pienentäminen tehokkailla tilauserillä ja toimitusten rytmittämisellä
- Haastavien tilanteiden, kuten sesonkien ja kampanjoiden ennusteiden tarkentaminen

Tavaratalokaupassa RELEXin ratkaisuilla keskitytään ensisijaisesti jatkuvatäydenteisten tuotteiden täydennykseen sekä sesonkituotteiden loppuerien myymälätäydennyksen hoitamiseen. Vaikka valikoimasta artikkeleittain mitattuna selvästi yli puolet on sesonkituotteita, niin tavaravirrasta tyypillisesti – ja samalla käytettävästä työmäärästä – 60–80 % on jatkuvatäydenteisiä tuotteita.

Keskeisimmät tavaratalokauppaa koskevat hyödyt RELEXin ratkaisuilla ovat:

- Tavaratalojen visuaalisen ilmeen ja varastotasojen pienentämisen yhdistäminen minimivarastojen ja automaattisesti päivittyvien ohjausparametrien avulla
- Omat kampanjoiden hallintaan sopivat ennuste- ja täydennysmallinsa ja kampanjamenekkien suodatus normaalimyynnin ennusteista
- Täydennystoiminnan optimointi käsittelyltään erilaisille tuotteille joustavaa kustannusparametrintia hyödyntäen (ml. keskusvaraston täydennys)
- Tuotteiden elinkaaren hallinta poikkeustenhallintaa hyväksikäyttäen
- Täydennystiheyden kasvattaminen tehokkaasti erityisesti tilaa vievissä tuoteryhmissä korkean automaation asteen kautta
- Tarkat ja tehokkaat sesonkiennusteet myös uutuustuotteille kysynnän mallinnuksen avulla

Miten tästä eteenpäin?

RELEXillä on kokemusta ja näyttöjä tuotetäydennyksen prosessilähtöisestä kehittämisestä vähittäiskaupassa. Jo tunnin tapaamisella voidaan käydä läpi yrityksesi tilanne ja määritellä ensiaskeleet kehitykselle. Ota rohkeasti yhteyttä: mikko.karkkainen@relexsolutions.com tai +358 50 596 2322.