



Symphony RetailAI IT IZZIV

03.05.2020



Kazalo:

1. PREDSTAVITEV PODJETJA
2. PREDSTAVITEV SYMPHONY IT IZZIVA
3. OPIS NALOGE
4. PODATKI ZA PRIPRAVO ANALIZE
5. KONTAKTNE INFORMACIJE

PREDSTAVITEV PODJETJA



Z bogatimi, več kot 25-letnimi izkušnjami na področju informacijske podpore trgovinske dejavnosti in logistike, je Symphony RetailAI vodilni svetovni ponudnik programskih rešitev in storitev za optimizacijo poslovnih in logističnih procesov v celotni oskrbovalni verigi.

Več o podjetju: <https://www.symphonyretailai.com/>

Symphony RetailAI, skozi poenoteno programsko opremo GOLD, nudi napredne storitve za analizo obnašanja kupcev. Širok nabor rešitev in storitev podjetja SymphonyEYC omogoča strankam: natančno usmerjene asortimane prek vseh prodajnih kanalov, podporo pri zanesljivem in odzivnem poslovanju v prodaji na drobno in debelo ter izvajanju procesov v oskrbovalni verigi in hitre rezultate pri pospeševanju donosnosti naložbe.

PREDSTAVITEV SYMPHONY IZZIVA

Izziv tega „hackathona“ je najti rešitev oziroma predlagati idejno rešitev za trgovce z živili. Izziv obravnava problematiko, s katero se redno spopada večina trgovcev.

Pri blagu z omejenim rokom uporabe lahko pride do situacije, da rok uporabe nekaterim izdelkom poteče pred njihovo prodajo. Za trgovsko podjetje artikli s pretečenim rokom posledično pomenijo:

- Dodatno delo znotraj trgovine:
 - ✓ premikanje blaga,
 - ✓ štetje kosov,
 - ✓ tisk in nanašanje novih kod za skeniranje,
 - ✓ organiziranje zniževanja cene.
- Dodaten strošek za uničenje in odpis blaga.
- Negativen vpliv na okolje.

Zaradi vseh zgoraj navedenih negativnih posledic, ki jih predstavljajo izdelki s pretečenim rokom, trgovci ves čas iščejo načine in metode, da se takim situacijam izognejo v čim večji meri ter s tem stremijo k pravočasni prodaji izdelkov iz polic.

Trgovci v okviru vzdrževanja svojih matičnih podatkov upravljajo podatke o skupnem roku trajanju artikla (RTA). Skupno število dni trajanja artikla, z namenom planiranja in učinkovitega sledenja med različnimi udeleženci znotraj oskrbne verige, delijo na spodnje časovne segmente:

- Število dni, ki lahko preteče od dneva proizvodnje izdelka pa do dobave do trgovca.
- Število dni, ki definira maksimalno število dni, ko je izdelek lahko v skladišču / trgovini (na polici).
- Število dni, ki je namenjeno potrošniku za uporabo (nihče ne želi kupiti izdelka, kateremu bo jutri potekel rok).

Primer definicije „ROK TRAJANJA ARTIKLA“:

1. Jogurt ima končni rok uporabe 04/04/20.
2. Skupno število dni za uporabo je npr. 30 dni, kar pomeni, da je bil izdelek proizveden 03/03/20.
3. V primeru, da imamo distribucijo 5, 15, 10, pomeni, da je bil končni datum za dobavo v trgovino 08/03/20.
4. Končni rok za prodajo iz polic v trgovini je 23/03/20.

V kolikor poteče evidentirani rok za prodajo iz trgovine, se lahko izdelek še vedno prodaja na polici trgovine. Vendar pa to zmanjšanje pomeni, da bo imel potrošnik na voljo za uporabo izdelka manj dni, kot je bilo predvideno.



CILJI IZZIVA

Vsak trgovec želi zmanjšati število izdelkov, ki jih je potrebno odpisati zaradi pretečenega roka trajanja. V zadnjih letih je trend trgovcev vedno bolj usmerjen v napovedovanje prodaje, da na osnovi prodajne zgodovine artikla in poznavanja okoliščin lahko predvidijo čim natančnejšo napoved prodaje. S tem posledično zmanjšujejo potrebo po RTC (»reduce to clear«). Seveda prihaja občasno do vpliva nepričakovanih zunanjih dejavnikov, ki posledično povzročijo upad prodaje (primer: spremenljivo vreme – žar meso za piknik in kratko deževno obdobje), vendar se zavedajo, da 100% napovedi niti v najbolj optimalnih okoliščinah v trgovinski dejavnosti ni mogoče razviti.

Cilj izziva je torej pomagati trgovcu, da pravočasno identificira izdelke, katerim bo končni rok uporabe potekel pred prodajo.

Na podlagi ustrezne identifikacije izdelkov lahko pravočasno ukrepajo in organizirajo hitrejšo prodajo problematičnih artiklov. Najbolj pogosti ukrepi, ki jih trgovci izvajajo za pospeševanje prodaje artiklov pred iztekom roka so:

- Znižanje cene izdelka pred potekom končnega roka uporabe.
- Boljša izpostavitve izdelka pred potekom končnega roka uporabe.
- Sprememba in popravki bodočih dobav izdelkov.

Nižanje cene izdelka pred potekom končnega roka uporabe trgovci izvajajo postopno ali enkratno, odvisno od cilja, ki ga želijo doseči, kot na primer:

- Odprodajo vseh artiklov, brez potrebnega odpisa ali
- minimalno izgubo realizirane razlike v ceni zaradi postavitve nižjih cen artiklov.

Bolj, ko se izdelek približuje izteku končnega roka uporabe, večja je potreba po izvedbi ukrepov.

Namig:

Izdelki imajo homogeno identifikacijsko EAN kodo, ki ob prodaji ne zagotavlja informacije o predvidenem roku trajanja. Police se praviloma polnijo po FIFO („first in, first out“) metodi, pri čemer pa je potrebno upoštevati, da kupci pogosto temu principu ne sledijo in posegajo po izdelkih z daljšim rokom trajanja.



NALOGA #1

- **Identifikacija izdelkov s kritičnim rokom trajanja oz. identifikacija artiklov, za katere je potrebno izvesti ustrezne ukrepe.**

Pri tem upoštevajte različne **vrste indikacij**:

- Indikacija, da bo glede na predvideno prodajo in zalogo, izdelkom potekel rok za prodajo iz police, vendar še nismo na kritični točki (predlagaj izpostavitve izdelka).
- Indikacija, da je izdelkom pretekel predviden minimalen rok trajanja na polici (predlagaj akcijsko maloprodajno ceno (MPC) in količino zaloge, ki jo je potrebno znižati).
- Indikacija, da je izdelkom že pretekel predviden minimalni rok trajanja na polici, kot tudi končni rok uporabe (predlagaj akcijsko MPC).

PRILOGA K NALOGI

- Seznam problematičnih izdelkov glede na vrsto indikacije.
- Razložite, kako ste izračunali/sklepali rok uporabe izdelka v prodaji; upoštevajte, da stranke ne kupujejo vedno po FIFO principu, temveč nekateri pri nakupovanju posegajo po »boljših« datumih.
- Predložite algoritem za identificiranje kritičnih izdelkov (definirajte »kritično«).
- Opišite vaš miselni proces.



NALOGA #2

- **Za identificirane izdelke pripravite predlog vrste ukrepov** (izpostavitve, znižanje itn.).
- Za izdelke, za katere predlagate znižanje, upoštevajte cenovno elastičnost tako, da bo znižanje zagotavljalo tako prodajo željene količine, kot minimalno izgubo marže prodajalca zaradi znižanja cene.

PRILOGA K NALOGI

- Predložite algoritem za izbor vrste ukrepa, ki bo zagotovil prodajo vseh kosov brez odpisa;
- Predložite algoritem za izračun postavljanja znižane cene izdelka;
- Opišite vaš miselni proces.

PODATKI ZA PRIPRAVO ANALIZE

Za vašo analizo boste prejeli sledeče podatke:

- Šifrant artiklov iz blagovne skupne mlečni izdelki.
- Informacijo o redni prodajni ceni artiklov.
- Podatke o artiklu glede časovne omejitve (koliko dni je predvidenih, da se lahko izdelek nahaja na policah pred potekom končnega roka uporabe).
- Prodajne ter druge relevantne podatke (prevzemi, odpisi, korekcije zaloge,...).
- Stroškovno ter maloprodajno ceno iz izbranega segmenta za 452 poslovalnic skandinavskega trgovca za zadnji dve leti.
- Stanje zaloge na dan izvoza.



Za dodatne informacije, ki jih potrebujete za vašo analizo in vam niso nikjer drugje na voljo, se lahko obrnete pisno na ana.sinkovec@symphonyretailai.com

**USPEŠNO REŠEVANJE VAM
ŽELI
EKIPA SYMPHONY RETAILAI**

www.symphonyretailai.com/

