

Come ridurre l'out-of-stock nei punti vendita

Optimal shelf availability è un servizio esclusivo di Iri. Ideato per prevenire l'assenza di referenze sugli scaffali.

Il fenomeno dell'out-of-stock (Oos) è un problema che coinvolge tutti gli anelli della supply chain, dal produttore al consumatore finale. La mancanza di un determinato prodotto nel momento in cui il cliente lo ricerca, infatti, è controproducente non solo per il retailer che lo distribuisce, ma anche per l'impresa che lo produce.

Infatti, secondo le stime di Iri, azienda internazionale specializzata nella fornitura di informazioni sui mercati del largo consumo, solo il 4% delle esperienze di acquisto viene portato a termine con totale successo e con la realizzazione delle aspettative espresse prima dell'ingresso nel punto vendita. Uno dei principali motivi per cui i consumatori sono costretti a rinunciare ad alcuni prodotti presenti nella lista della spesa è proprio perché questi non sono disponibili a scaffale: secondo Iri, questo avviene nel 41% dei casi. Una percentuale ancora troppo alta, che in Italia ha rappresentato una perdita di fatturato di oltre 500 milioni di euro per la distribuzione.

Infatti, nel caso in cui si trovi di fronte a uno scaffale vuoto, il cliente può decidere se acquistare lo stesso prodotto con un altro marchio, optare per una referenza sostitutiva dello stesso marchio, cercare lo stesso articolo in un altro punto vendita, rimandare o addirittura rinunciare all'acquisto. Strategie alternative che si rivelano dannose per le marche: si tratta di un rischio di

perdita della vendita nel 73% dei casi. Oltretutto, più la frequenza del fenomeno aumenta, più si mette a rischio la fedeltà (loyalty) dell'acquirente nei confronti della marca e del distributore.

Risulta quindi evidente che le aziende del largo consumo debbano considerare come prioritaria la riduzione degli stockout nel punto vendita, soprattutto in un contesto di mercato in freno come quello attuale. In questo senso, Iri propone alle organizzazioni commerciali la soluzione Osa - Optimal shelf availability. Si tratta di uno strumento in grado di intercettare il livello di out-of-stock nei punti di vendita della distribuzione italiana e ridurre le vendite perse con un effetto positivo fino a due o tre punti percentuali sul conto economico. Oltretutto senza dover intervenire con significative e costose variazioni nei sistemi e nei processi esistenti.

Nel dettaglio, Optimal shelf availability è il primo standard italiano per la misurazione continuativa delle rotture di stock nei punti di vendita, ad oggi l'unica metodologia condivisa fra industria e distribuzione. In collaborazione con Indicod-Ecr Italia (l'associazione che si occupa della diffusione degli standard adottati nel largo consumo a livello mondiale), Iri ha lavorato alla definizione di metriche condivise per misurare continuamente e secondo parametri oggettivi il fenomeno dell'Oos all'interno dei canali della distribuzione mo-

derna italiana. Il servizio si basa su un modello matematico che quantifica il livello di stockout attraverso l'analisi dei dati scanner giornalieri di un panel di punti di vendita (più di 2mila appartenenti a oltre 10 gruppi distributivi), e consente di intercettare le vendite irregolari, intese come nulle o "enormemente basse", rispetto alla loro serie storica di breve termine, oltre che fornire la quantificazione effettiva del fenomeno di fuori stock a partire dal livello delle categorie sino a quello delle singole referenze. L'accesso alle informazioni avviene tramite web: internet, dispositivi mobile (tablet), direct access (mail). Inoltre, l'Osa consente l'identificazione dei canali e delle insegne in cui la perdita del fatturato è più rilevante, per aiutare le aziende ad adottare in modo strutturato azioni e interventi mirati per prevenire il problema.

L'indicatore che misura il livello di servizio è il tasso di disponibilità (availability), ma il numero più frequentemente citato è il tasso di out-of-stock, che ne rappresenta il complemento a 100. La metrica che ne stima l'impatto economico è la % di vendite perse, ovvero l'incidenza delle vendite attese nei casi di stockout sul totale delle vendite. A determinare i livelli del fenomeno sono diversi fattori: i tassi di rotazione del prodotto, il format distributivo, la stagionalità, le attività promozionali, i potenziali distributivi, l'efficienza di filiera. Nella misurazione, tutte queste componenti devono essere con-

siderate come variabili di modello e come chiavi di rappresentazione.

Il servizio Osa si pone quindi come obiettivo la migliore gestione, da parte di produttori e distributori, della disponibilità dei prodotti a scaffale (detta On shelf availability), fornendo un supporto al piano d'azione per il recupero dell'efficienza e preser-

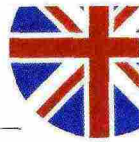
vando sia la brand loyalty sia la store loyalty.

I primi risultati del Barometro Osa hanno evidenziato che, nel 2014, il tasso medio di out-of-stock nella distribuzione moderna (Lcc) è stato del 3,5%, con valori più alti per i comparti bevande e fresco. Il rischio di mancanza di prodotti a lineare è più frequente in condizioni normali

(3,8%) piuttosto che in fase promozionale (1,4%) e più alto negli Iper (4,3%) rispetto che nei Super (3,4%).

Dati che rendono evidente la necessità di interventi mirati alla riduzione delle occorrenze degli stock out, soprattutto se si considera che, secondo IRI, il recupero di un solo punto di availability si traduce in circa due miliardi di euro di fatturato per il sistema distributivo.

How to reduce out-of-stock rates in shops



The phenomenon of out-of-stock is a problem affecting all levels of the supply chain, since the lack of a product when consumers are looking for it is counter-productive both for retailers and companies. According to estimates by IRI, international research institute specialized in the consumer goods market, only 4% of purchases are completed successfully.

