

Pressmeddelande 2008-11-17

Tröghet i svensk handel leder till stora förluster SAS Institute varnar handel och industri för effekterna av bristande efterfrågeanalys

Den svenska detaljhandeln har inte lyckats lösa problemet med tomma hyllor i butikerna och förlorar stora summor på bristande efterfrågeanalys. Enligt branschorganisationen ECR kostar ”slut i hyllan” detaljhandeln i Norden och Storbritannien totalt 1,3 miljarder euro per år i uteblivna intäkter. SAS Institute, ledande på lösningar för beslutstöd där avancerad analys är en integrerad del, menar att de som tar hjälp av prognostisering för att förutse efterfrågan för sina produkter och planerar sin tillverkning och försäljning efter denna prognos nu har stora chanser att springa om sina konkurrenter.

Möjligheten att förutse kundernas efterfrågan är en avgörande framgångsfaktor, såväl för handeln som för tillverkarna. Att den önskade produkten är slut i hyllan är en av de saker som konsumenterna irriterar sig på mest. Detta ger allvarliga följder både för butikerna och för leverantörerna av produkterna, då det påverkar varumärkena.

Undersökningar från ECR (Efficient Consumer Response) visar att 30 procent av konsumenterna avstår från köp eller byter butik om en vara är slut i hyllan, vilket innebär minskad försäljning för butikerna.

För leverantörerna är det mer allvarligt att 37 procent av konsumenterna väljer att köpa ett annat varumärke. Denna procentsiffra ökar för varje gång produkten är slut i hyllan.

– Konsumenterna saknar konstant mellan 7 och 15 procent av varorna i en butik och procenttalen är speciellt höga för kampanjvaror och säsongvaror. Produktbristen beror till 53 procent på brister i butikernas prognoser, säger Anders Carlzon, som är seniorkonsult på Fusion Retail Development AB.

Enligt Anders Carlzon har det knappast skett några förbättringar på detta område sedan McKinseys CocaCola-rapport ”the Awful Truth”, som presenterades redan 1984 och som setts som en bibel inom detaljhandeln.

– Den svenska handeln ligger här efter länder som till exempel Storbritannien, där detaljhandeln har använt sig av systematisk prognostisering av efterfrågan ända sedan 80-talet, säger han.

Anders Carlzon menar att det hänger ihop med svenskarnas förkärlek för demokratiskt och decentraliserat beslutsfattande, vilket leder till att många beslut fattas i de enskilda butikerna. Enligt Anders gäller detsamma även i de andra skandinaviska länderna, men en maktförskjutning är på gång.

Matas är ett exempel på en dansk butikskedja som har gått från en decentraliserat till en centraliserad styrning och i samband med detta, nått stora framgångar med hjälp av en lösning för prognostisering och lageroptimering från SAS Institute Under ett pilotprojekt har kosmetikkedjan lyckats minska sin lagerhållning med 40 procent.

Samtidigt har Matas ökat omsättningen med cirka 10 procent, tack vare att alla produkter har funnits på plats på hyllorna i butiken. Dessutom räknar de med att kunna halvera den tid som de lägger på administration tack vare det nya systemet.

– Genom att arbeta systematiskt med prognostisering kan man med betydligt högre träffsäkerhet förutspå kundernas efterfrågan. För att få en så korrekt bild som möjligt bör data användas från alla relevanta informationskällor, såväl interna som externa, säger Pia Tormalm, som är områdesexpert på SAS Institute.

Sådan prognostisering ger en stabil grund för efterfråge- och lagerplanering, budgetering, planering av försäljning, marknadskampanjer och upphandlingar och påverkar därigenom hela företaget och dess lönsamhet. Tillförlitliga prognoser eliminerar tomma hyllor och onödig lagerbindning, samt sparar tid och pengar för företaget.

– Samtidigt möjliggör prognoserna för företagen att erbjuda kunderna precis de varor och tjänster som de kommer att vilja ha. De här frågorna är extra viktiga att ta tag i under den pågående konjunkturnedgången. De som först inser värdet av att arbeta med prognostisering av efterfrågan kan få ett rejält försprång på marknaden, säger Pia.

SAS Institute är ledande på lösningar för beslutstöd där avancerad analys är en integrerad del. SAS Institute, även världens största privatägda mjukvaruföretag, omsätter årligen runt 10 miljarder kronor i 105 länder och har sedan 1976 erfarenhet av att utveckla verktyg och metoder som låter stora organisationer lära av sin historia, mäta och kommunicera pågående aktiviteter och inte minst att skapa insikt om framtiden. Världen runt har SAS Institute totalt gjort 45 000 kundinstallationer, bland annat i 91 procent av Fortune 500-företagen. I Sverige startade SAS Institute AB år 1986 och har idag drygt 100 anställda på kontoret i Stockholm samt en marknadsandel på 40,1 procent, enligt Gartner. Bland de svenska kunderna finns landets mest betydande företag och organisationer. För mer information besök: www.sas.com/sweden

Vill du veta mer så kontakta gärna:

Pia Tormalm, områdesexpert

SAS Institute

Tel: 08 5221 70 88

Mobil: 070 449 89 08

E-post: pia.bergendorff.tormalm@swe.sas.com

Anders Carlzon, seniorkonsult

Fusion Retail Development AB

Tel: 08 559 12 493

Mobil: 070 567 15 40

E-post: anders.carlzon@redev.se