



GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

Cosa succede alle casse?

Pierluigi Carlini

*Business and Consumer Insight
Vice President*

10 Ottobre 2007



Agenda

- Premessa, obiettivi, metodologia e confronto
- Parte 1: Misurazione dei problemi di lettura in-store
- Parte 2: Origine dei problemi
- Parte 3: Tipo di problemi
- Parte 4: Reazioni
- Conclusioni

Premessa

INDICOD-ECR ha manifestato l'esigenza di **valutare quanto avviene in barriera casse**. L'attenzione è stata tutta focalizzata sulla **comprensione dei problemi di lettura del codice a barre**.



IRI ha disegnato insieme ad **INDICOD-ECR** un progetto d'analisi centrato sulla **comprensione e misurazione dei problemi di lettura del codice a barre ed il loro conseguente impatto**. Il progetto ha preso avvio da un'indagine precedentemente realizzata nel corso del 2006, sullo stesso obiettivo, da GS1 in Francia e di cui l'indagine italiana si pone in ottica di continuità e confronto.

Obiettivi della ricerca

Gli obiettivi generali esplorati nella ricerca sono stati:

- **Misurazione e valutazione degli articoli che pongono problema nella lettura del codice a barre** (*tipologia di prodotto problematico*)
- **Identificazione e classificazione dei problemi di lettura per “tipologia”** (*lato produttore e lato rivenditore*)
- **Valutazione degli impatti di queste problematiche in termini di:**
 - **Tempi** (riduzione dell'efficienza) → *impatto sullo shopper e sul rivenditore*
 - **Costi** (vendite perse) → *impatto sul distributore e sul produttore*

Questo per:

- **Sviluppare e diffondere conoscenza intorno a questa problematicità.**
- **Valutare azioni strategiche e soluzioni per contenere al minimo i problemi collegati alla lettura del codice a barre.**
- **Contestualizzare il fenomeno rilevato in ottica di introduzione del sistema di “Self Scanning” e Self check-out.**



per



Osservazioni e registrazione delle transazioni in barriera casse

Periodo	Durata	Canali/Insegne/Punti vendita
16-28 luglio 2007	<ul style="list-style-type: none">-36 giorni- tutti i gg della settimana (<i>lun-sab</i>)- 2 gg di rilevazione x pdv	<ul style="list-style-type: none">- 2 canali distributivi (<i>Ipermercati e Supermercati</i>)- Auchan, Carrefour, Leclerc, Iperstanda, Conad, PAM, Decò, Esselunga, Aliper e Coop- 18 pdv (<i>8 Ipermercati + 10 Supermercati</i>)- GD & DO



GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

PARTE 1: Misurazione dei problemi di lettura in-store



Misurazione dei problemi in barriera casse: transazioni e articoli



	CARRELLI	=	ARTICOLI
Osservazioni	5.463*		101.940
N° problemi di lettura rilevati	1.089 **		1.260
% problemi di lettura rilevati	20% ***		1,2%

* 1 CARRELLO = 1 TRANSAZIONE

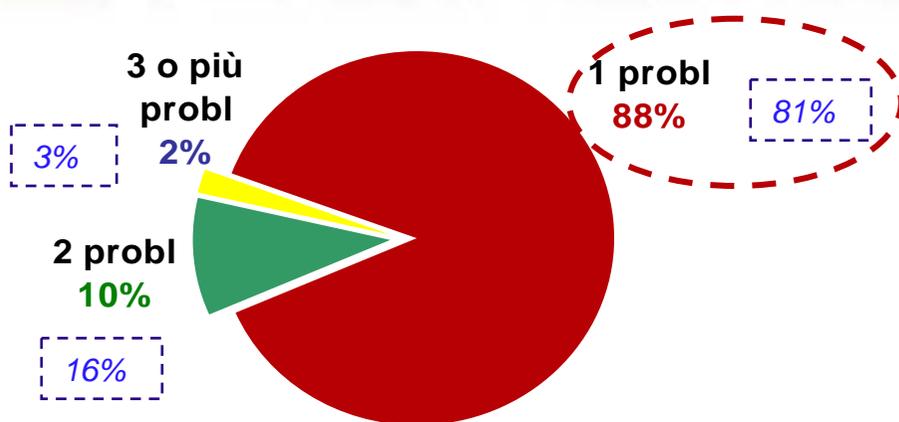
** Carrelli con ALMENO 1 prodotto critico

*** 18% carrelli con 1 prodotto critico, 2% con 2 prodotti critici

Un solo articolo problematico per carrello

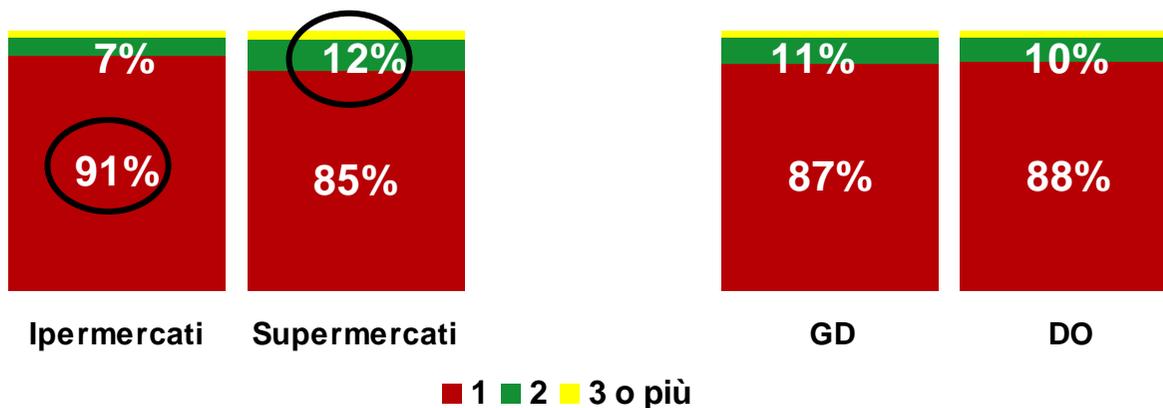


N° di problemi per carrello



Maggiore contenimento dei problemi di lettura ad un unico prodotto per carrello (88% vs 81% Francia). In Francia, infatti, il 16% dei carrelli con problemi ha interessati 2 prodotti (10% in Italia).

N° di problemi per carrello / per canale



Ipermercati con un numero più elevato di carrelli **meno** problematici (un solo prodotto critico).

Fonte IRI France 2006

(Base: carrelli con problemi 1.089)



per



Misurazione dei problemi in barriera casse: un primo confronto Italia-Francia

CARRELLI = ARTICOLI



Osservazioni

5.463

2.370

101.940

33.041

N° di problemi di lettura osservati

1.089

504

1.089

623

% di problemi di lettura osservati

20%

21,2%

1,2%

1,9%

Dal confronto con la Francia emerge un migliore posizionamento dell'Italia sia come percentuale di Carrelli sia come percentuale di Articoli.

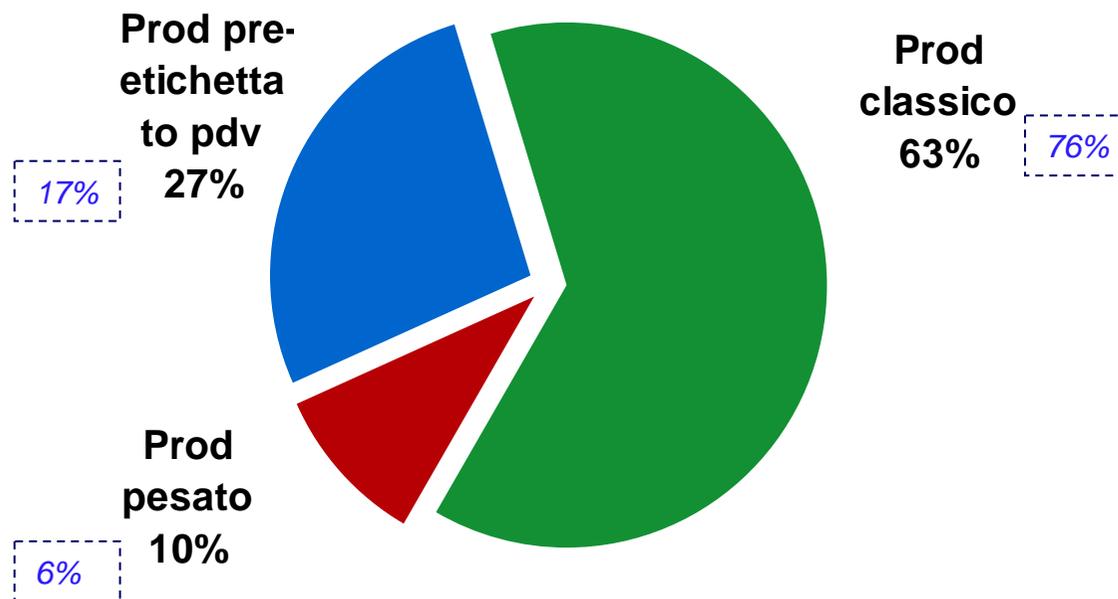


GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

PARTE 2: Origine dei problemi



Origine del problema di lettura: lato produttore e lato rivenditore



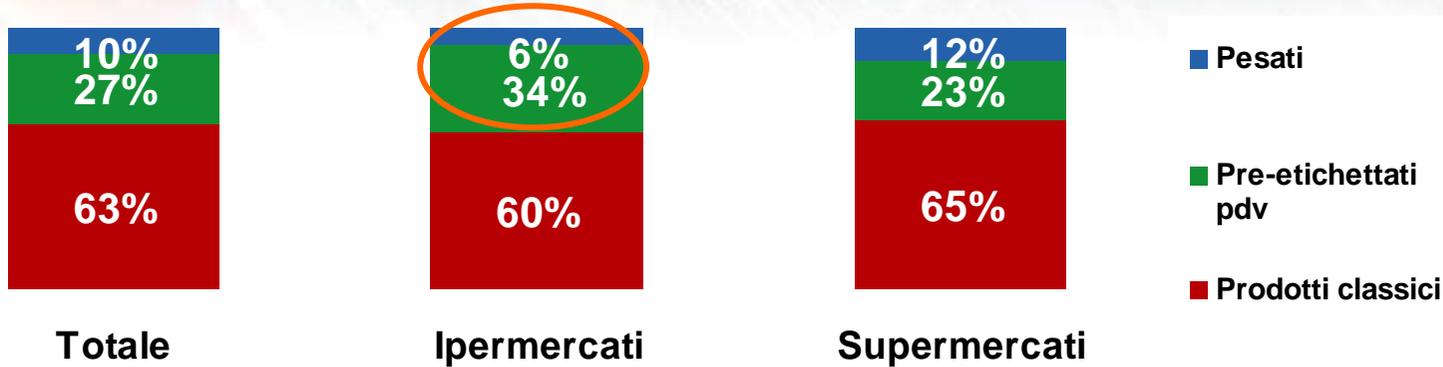
*Considerando gli articoli critici, circa il 37% diventa tale nel punto vendita mentre la parte restante arriva in punto vendita con già un problema.
Nel mercato francese è maggiore il peso dei problemi tra i prodotti manufacturer classici (76% vs 63%) e, parallelamente minore, quello afferente all'area rivenditore (pre-etichettato e pesato).*

(Base: articoli con problemi 1.260)

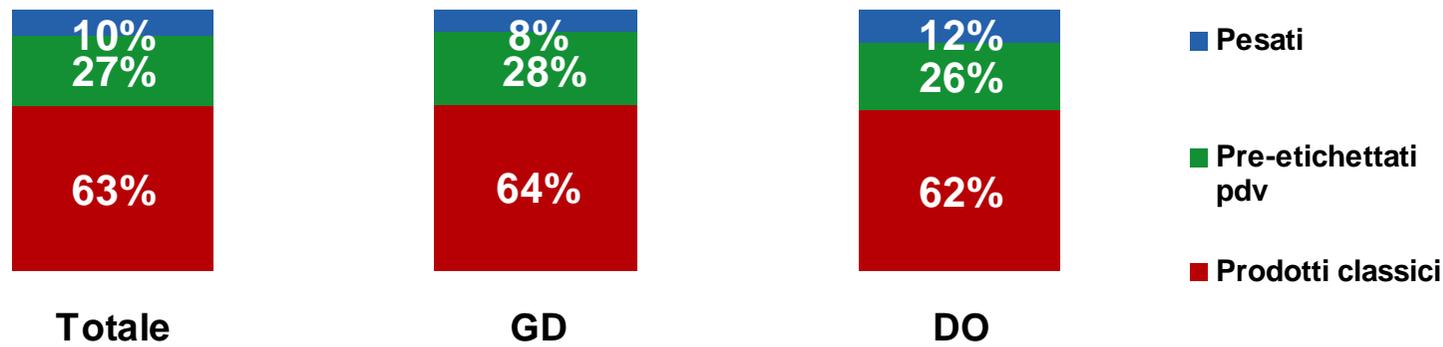




Lato produttore e lato rivenditore: il peso dei problemi all'interno dei canali



Negli Ipermercati le criticità generate nel punto vendita raggiungono il 40%.

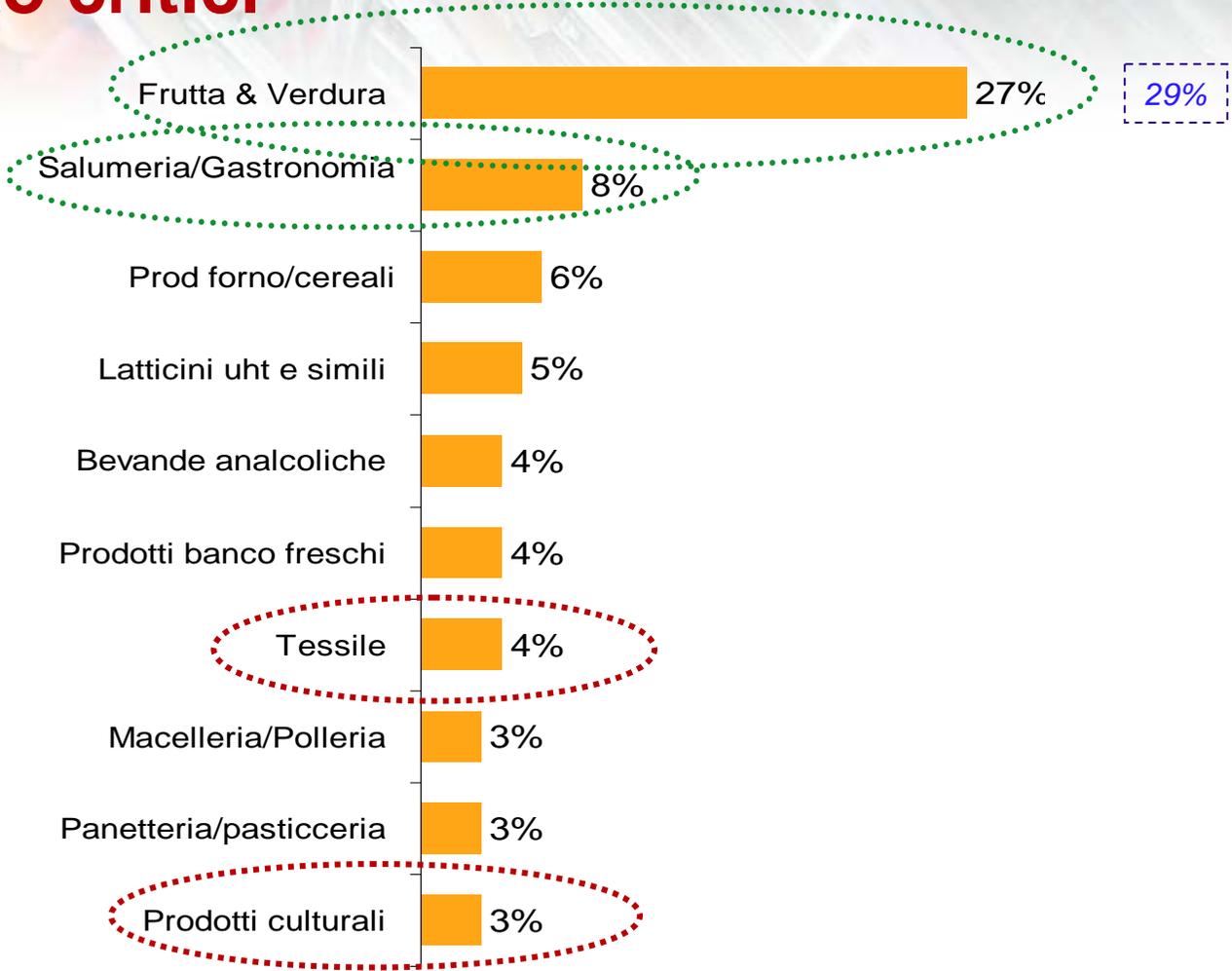


Il confronto tra GD e DO non evidenzia particolari differenze nel rapporto tra articoli "critici" che nascono nel punto vendita o quelli che arrivano già con problemi.

(Base: articoli con problemi 1.260)



Origine del problema di lettura: Top 10 tipi di prodotto critici



Tra i reparti con maggiori problemi quelli dove interviene il cliente, seguiti da quelli dove storicamente non c'è una copertura completa nell'assegnazione dei codici.

Fonte IRI France 2006

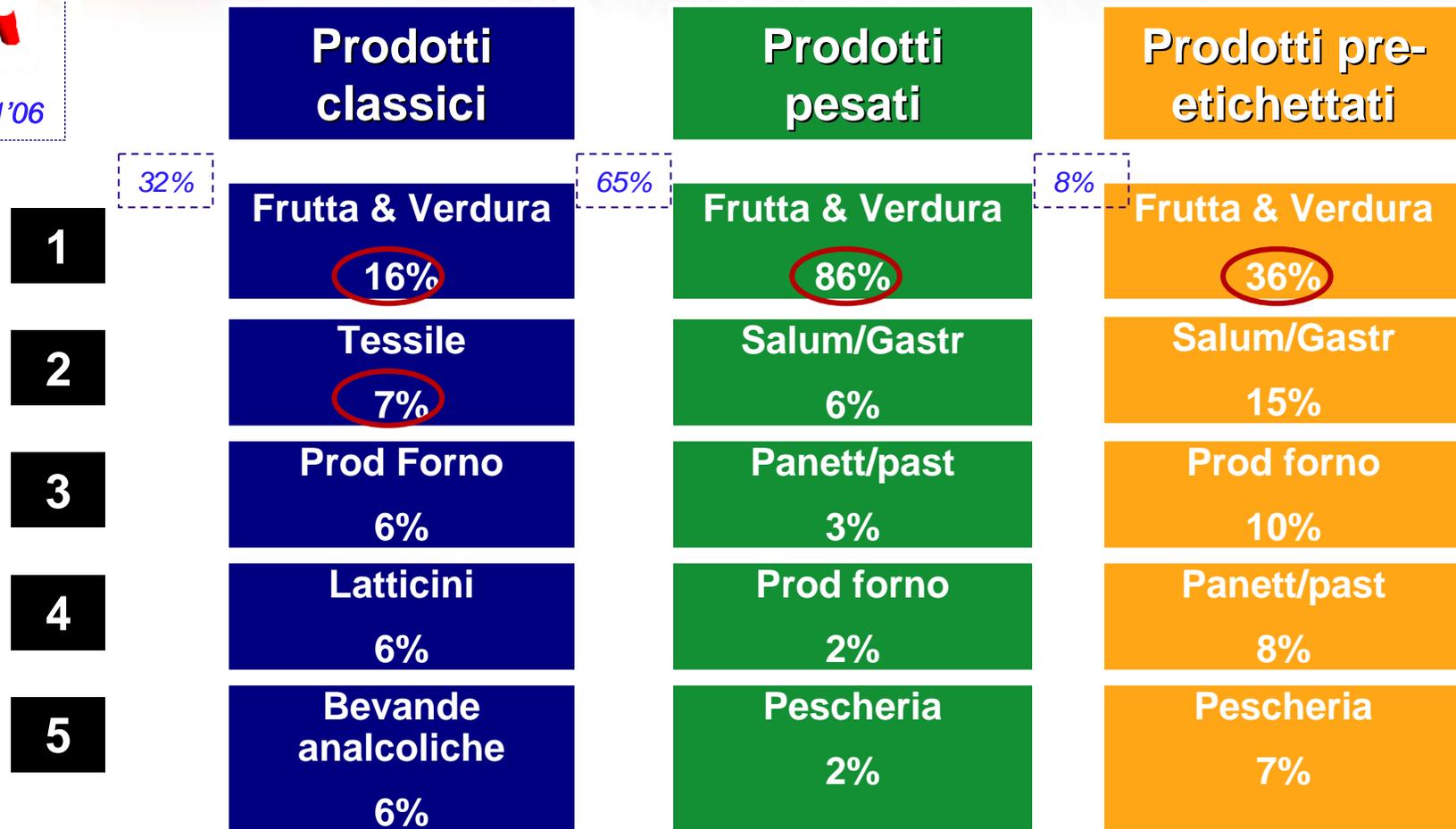
(Base: articoli con problemi 1.260)



per



Lato produttore e lato rivenditore: il contributo dei diversi reparti per tipologia di prodotto



(Base: articoli con problemi 1.260)

Si confermano ai primi posti i reparti critici per intervento umano, packaging articolato e mancata codifica.

Fonte IRI France 2006



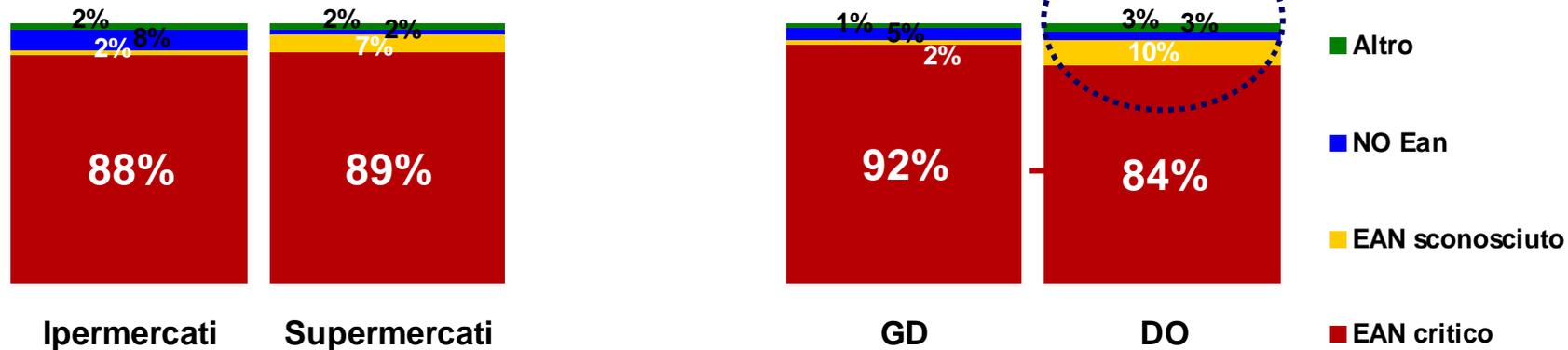
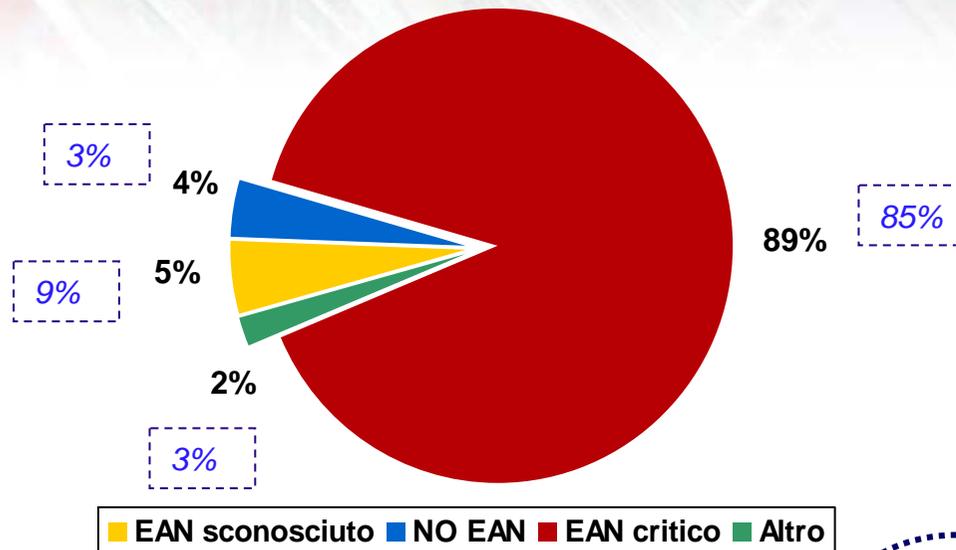
GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

PARTE 3: **Tipo di problemi**



u1

Problemi di lettura incontrati: codici noti ma con problemi o codici inesistenti?



(Base: articoli con problemi 1.260)

Sono poco più del 11% gli articoli con EAN non presente o sconosciuto. Situazione simile tra Ipermercati e Supermercati ma più accentuata (16%) nella DO.

Fonte IRI France 2006

Diapositiva 16

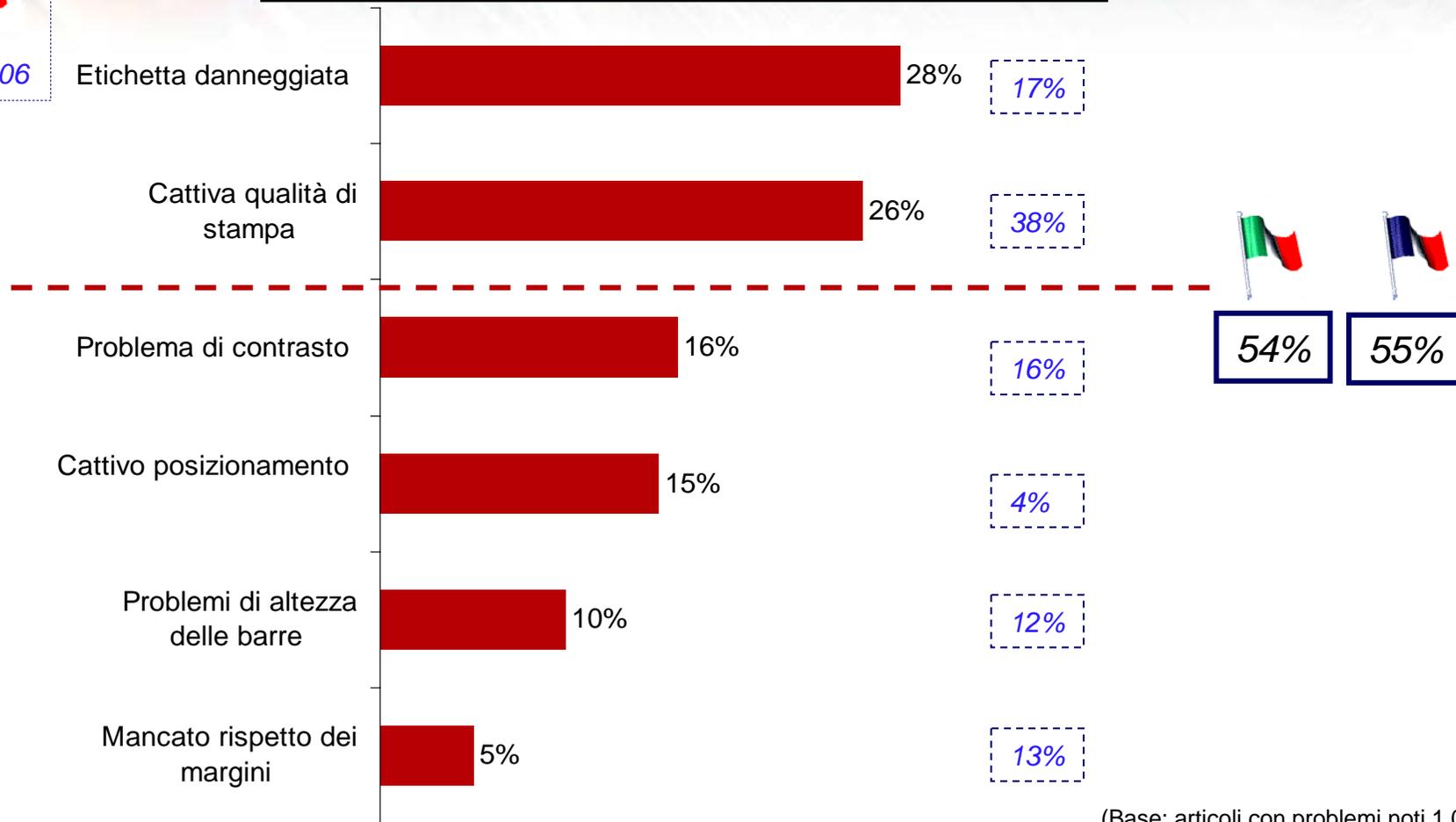
u1

uicssimg; 28/09/2007

EAN critici: i principali problemi



EAN conosciuto ma con problemi = 89%

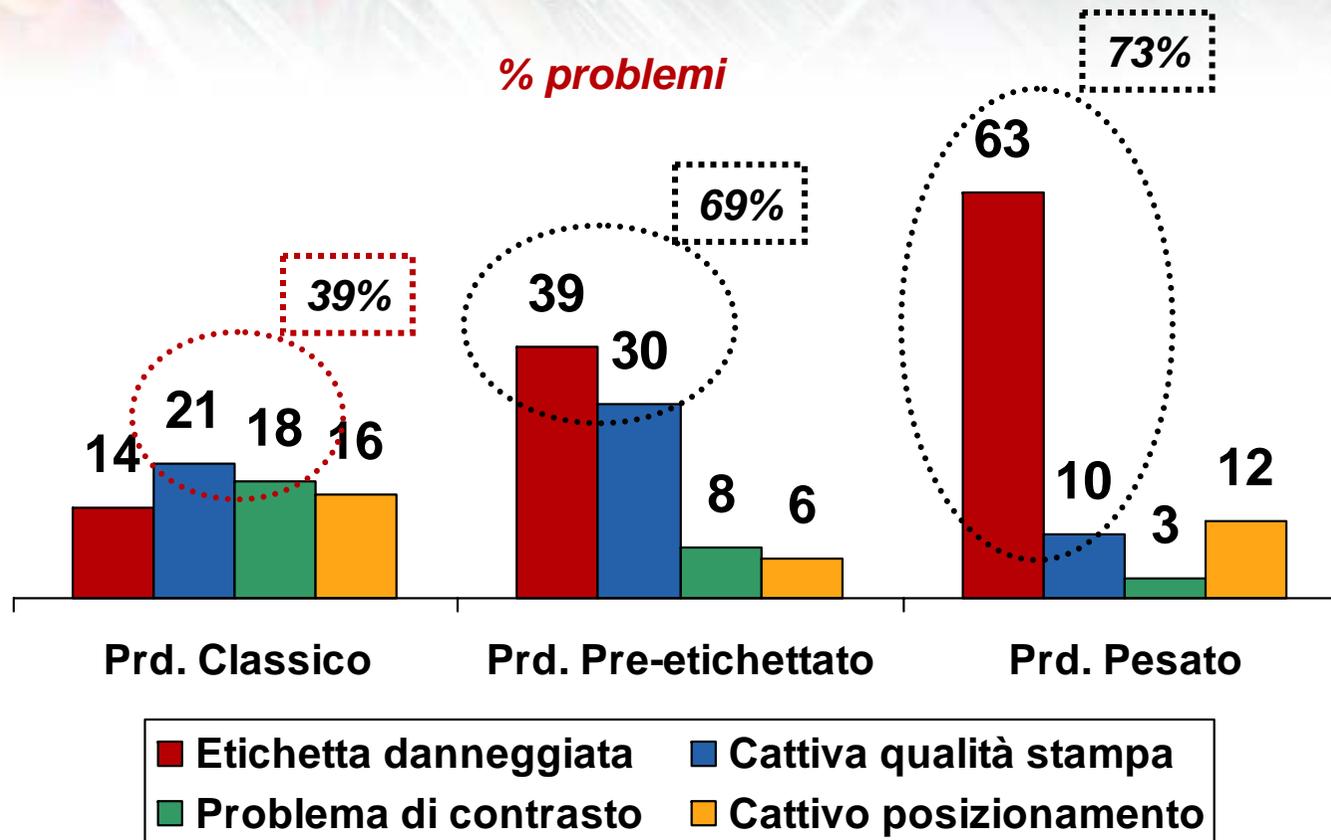


(Base: articoli con problemi noti 1.081)

Coerentemente con i reparti più “critici”, la tipologia di problemi più rilevati riguarda etichette danneggiate o di cattiva qualità. Sia in Italia sia in Francia circa il 55% dei problemi è dato da questo tipo di criticità.

Fonte IRI France 2006

Lato produttore e lato rivenditore: Top quattro problemi per tipologia di prodotto



(Base: articoli con problemi 1.260)

Per i prodotti classici i problemi più importanti riguardano più la “qualità” di stampa dell’etichetta mentre per le altre tipologie di prodotto la quasi totalità dei problemi è legata a etichette danneggiate (incollate male sul prodotto/con pieghe, ecc..).



per





GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

PARTE 4: Reazioni



Situazione in-store



101.940 prodotti passati a scanner
(19 c.a. prodotti in un carrello medio)



37,5€ la spesa media per carrello



1' 07'' il tempo di pagamento alla cassa
(4''ca tempo di "scanning" di ciascun prodotto)



per





Reazioni in caso di problemi

Se un prodotto ha problemi di lettura

OGGI

solo lo **0,7% RINUNCIA** all'acquisto

PERCHÈ?

la Cassiera risolve i problemi...

69%

*di casi risolti con
1 o 2 passaggi a
scanner aggiuntivi*

91%

*di casi risolti con
1 digitazione
manuale del
codice*

9%

*di casi risolti
con
manipolazione
del prodotto*

5%

*di casi risolti
con richiesta
informazioni ad
altro impiegato*

...minimizzando i tempi critici

- 1'56" il tempo complessivo di permanenza in cassa per un carrello con problemi



- 13" il tempo medio impiegato per risolvere il problema



Formazione e professionalità salvano gli acquisti.

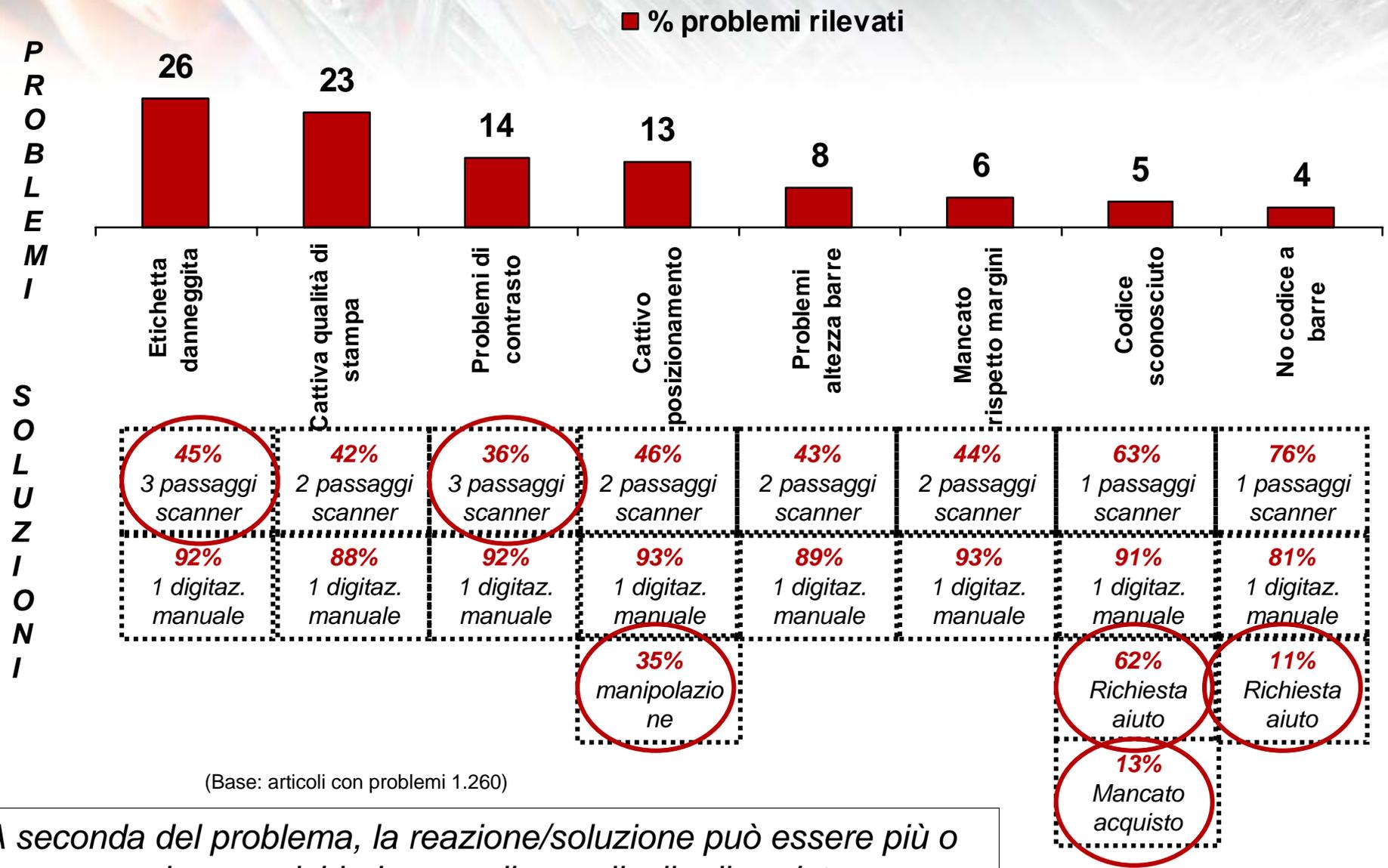


per





Reazioni in caso di problemi: diversi casi



(Base: articoli con problemi 1.260)

A seconda del problema, la reazione/soluzione può essere più o meno complessa e richiedere un diverso livello di assistenza qualificata.



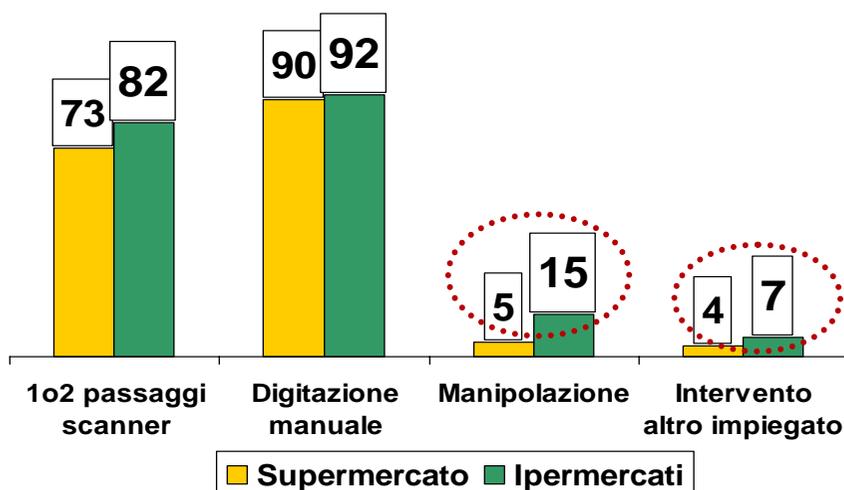
per



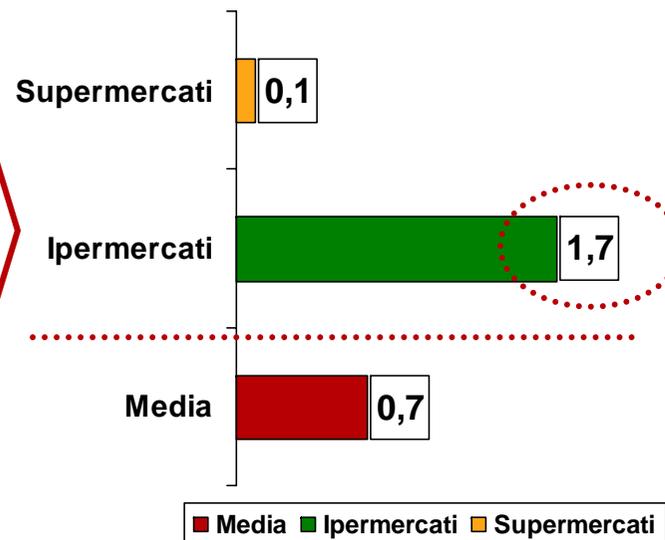
Reazioni in caso di problemi: Ipermercati più critici



% di interventi



%Rinunce



Più alta percentuale di rinunce per l'Ipermercato. Tra le cause: maggiore percentuale di interventi che richiedono il coinvolgimento manuale della cassiera o l'interazione con altro personale del punto vendita.

(Base: articoli con problemi 1.260)



per



Reazioni in caso di problemi: confronto Italia-Francia

In ITALIA 

In FRANCIA 

RINUNCIA ALL'ACQUISTO

0,7%

1,0%

1 O 2 PASSAGGI A
SCANNER

69%

65%

DIGITAZ. MANUALI

91%

95%

MANIPOLAZIONI

9%

1%

RICHIESTA
INFORMAZIONI ALTRO
IMPIEGATO

5%

1%

TEMPO MEDIO PER
RISOLVERE CRITICITÀ

13"

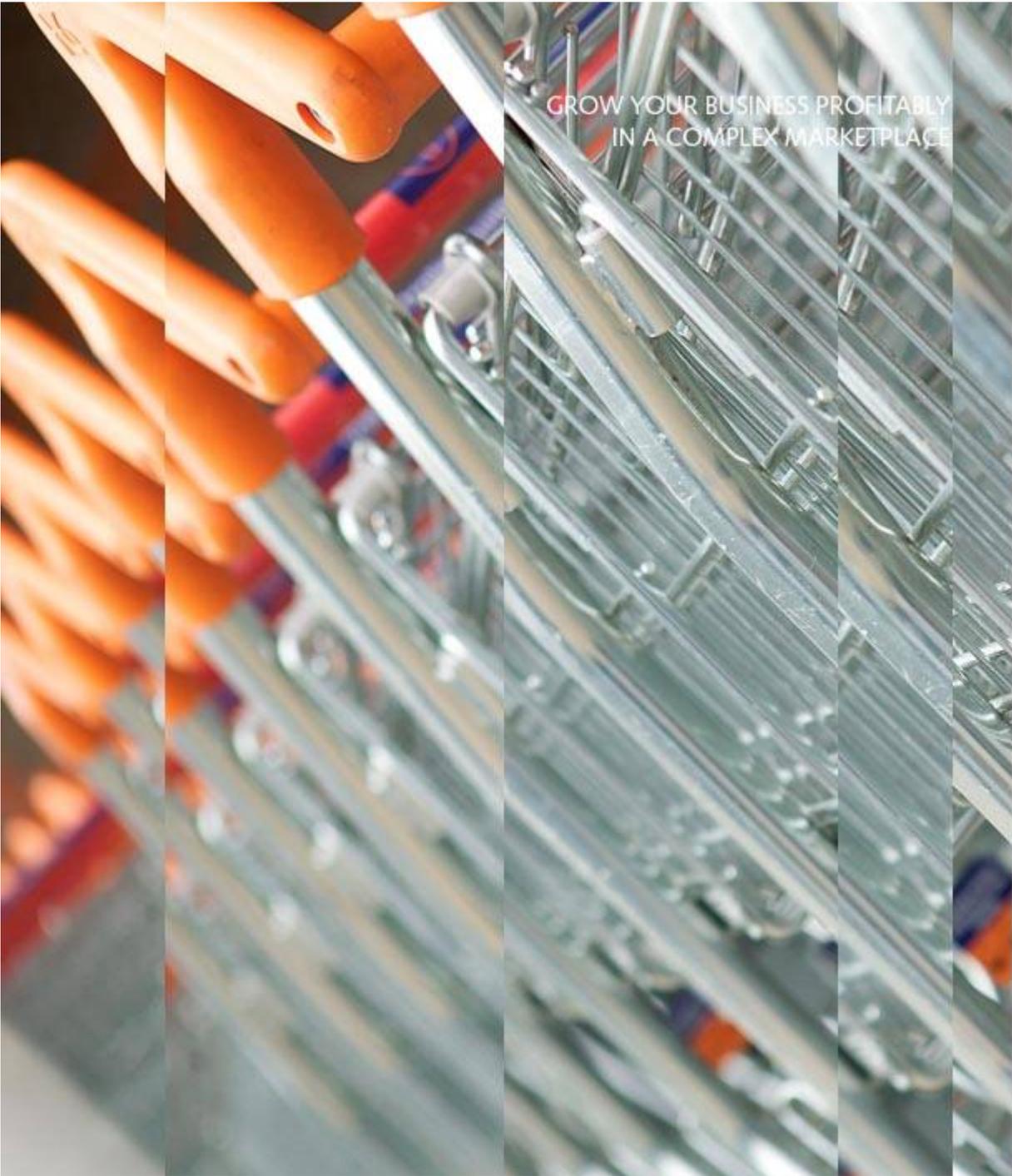
23"

Fonte IRI France 2006



per





GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

Conclusioni



Conclusioni

- ➔ I **problemi di lettura del codice a barre interessano il 20% delle transazioni** in cassa e, parallelamente l'**1,2% dei prodotti** che passano a scanner. Su 101.000 prodotti **1.250** sono problematici. Su 5.500 carrelli **1.100** hanno almeno un prodotto problematico.
- ➔ In termini relativi, i **problemi di lettura del codice a barre sono maggiormente concentrati nelle situazioni “demanding”** ovvero su tutti quei prodotti dove si “demanda” la gestione dell’etichetta del codice a barre al punto vendita (*prodotti pre-etichettati*) o direttamente al cliente (*prodotti pesati*).
In questo contesto **l’Ortofrutta è il reparto con il numero più alto di prodotti problematici.**
- ➔ I **problemi di lettura più frequentemente incontrati** attengono a “**etichetta danneggiata**” che ha un peso notevole per i prodotti pesati e pre-etichettati, e “**cattiva qualità di stampa**” che interessa, invece, maggiormente i prodotti industriali classici.
- ➔ Nella realtà distributiva attuale le “criticità” inerenti la lettura del codice a barre alle casse vengono minimizzate grazie alla **formazione e alla professionalità del personale**. Non sono da trascurare, però, anche altri impatti sulla logistica, la customer satisfaction, il category management e, non ultima, sulla ricerca di efficienza attraverso le nuove tecnologie di self-scanning e self check-out.



GROW YOUR BUSINESS PROFITABLY
IN A COMPLEX MARKETPLACE

Grazie !!!

