

Strategische Preispolitik im Handel - SAP Price Lifecycle Management

Projektbericht: Abschriftenoptimierung bei
einem modischen Einzelhändler



Dr. André Claassen,
Business Transformation Consulting
März 2009

Inhaltsverzeichnis



▶ Einführung

Lösungsübersicht

Projekthintergrund

Projektrealisierung

Team wird aus erfahrenen Netzwerk von Handelsexperten Zusammengestellt



Team Struktur

- 8 % Associates
- 17% Business Consultants
- 37,5% Senior Consultants
- 37,5% Principal Consultants

Fakten

- Mehr als 240 Jahre Erfahrung im Handel und in der Konsumgüterindustrie, im Durchschnitt von 10 Jahren
- 75% mit internationaler Erfahrung
- 75% Prozent mit Management- und Linienenerfahrungen im Handel

Fachwissen

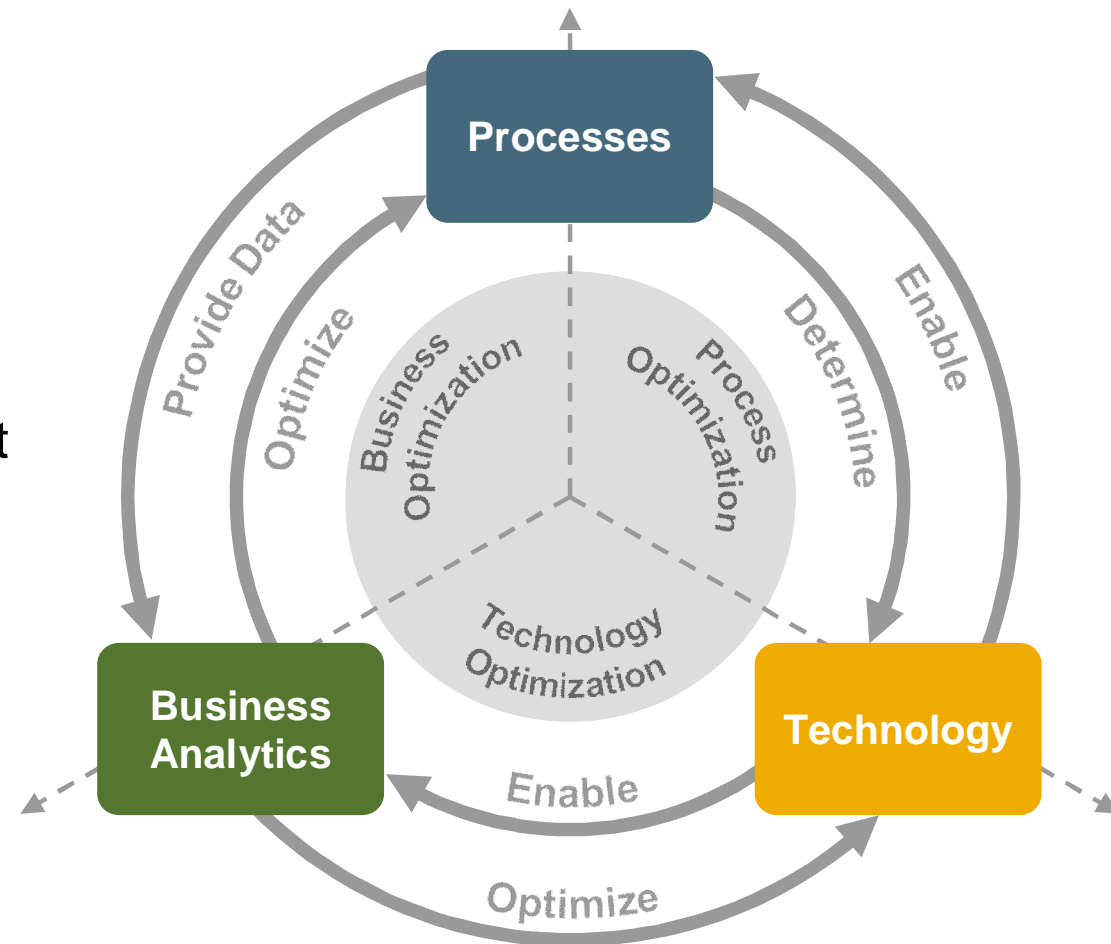
- Abdeckung aller Bereiche im Handel : Business Model Strategies, Multi Channel Retailing, Planning and Allocation, Supply Chain Management, Assortment & Price Optimization
- Professionelle Erfahrung bei : Nike, Puma, Metro, Ralph Lauren, Richmond Group, Media Markt, C&A, Orsay
- Derzeit Hauptrollen in Projekten bei : Metro, EDEKA, ESPRIT, adidas, Bonita
- Führende Industrieinitiativen wie : GS1 Apparel Working Group, GS1 Connecting Fashion Business, Metro Future Store





“Innovate Trade”

- Mehrwertorientierte Management Beratung
- Mit dem Anspruch der „Know-How“ Führerschaft
- Unterstützt durch SAP Technologie



Inhaltsverzeichnis



Einführung

▶ Lösungsübersicht

Projekthintergrund

Projektrealisierung

Prognose

Normalpreis

- Berechnung von Category- oder Unternehmensziel-optimalen Preisen
- Moderne Methoden zur Analyse der Nachfragemuster der eigenen Kunden

Aktionen

- Planen, Verifizieren, Realisieren von effektiveren und profitableren Aktionen
- Benutzer können Aktionsziele definieren, Aktionsartikel bestimmen, Aktionen planen und Werbekostenzuschüsse analysieren.

Abschriften

- Optimierung hinsichtlich Frequenz, Zeitpunkt und Höhe der Abschriften
- Maximierung der Marge und des Absatzes

Nachfragemodellierung

Kundennachfrage

- Analyse
- Modelle
 - Nachfragekurven beinhalten:
 - Menge & Preis
 - Elastizitäten / Preissensitivität
 - Saisonalität
 - Kannibalisierung / Affinität
 - Promotionen
 - Events ...

Business Strategie

- Marge
- Umsatz
- Price Image
- Abschriften
- Aktionsstrategien
-

Business Regeln

- Wettbewerb
- Eigenmarke
- Größenrelationen
- Preisfamilien
- Anzahl Preisänd.
- Histor. Hochs/ Tiefs
- Eckpreise
- ...

Forecasting & Optimization Engine

$$f(x + h, y + k) = f(x, y) + \left\{ \frac{\partial f(x, y)}{\partial x} h + \frac{\partial f(x, y)}{\partial y} k \right\}$$

Optimale Preise (Was-wäre-wenn Szenarien)

Inhaltsverzeichnis



Einführung

Lösungsübersicht



Projekthintergrund

Projektrealisierung

Optimierungsansätze in unterschiedlichen Formaten



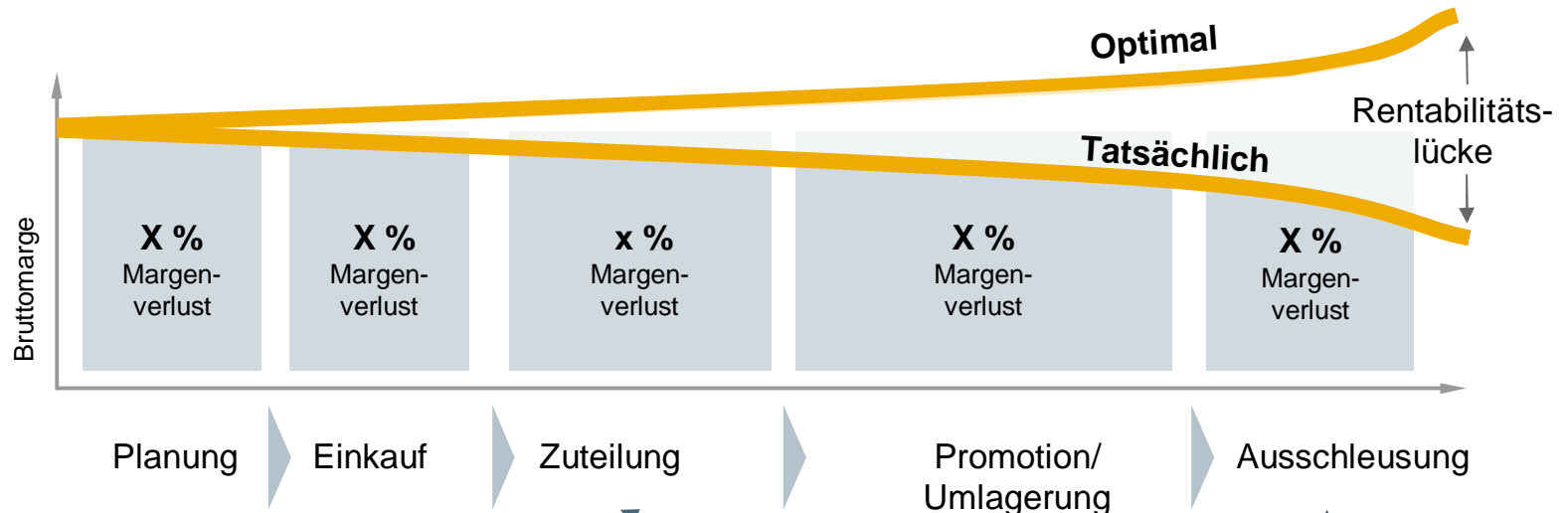
Unterschiedliche Optimierung für unterschiedliche Sortimente

	Lebensmittel	Bau/ Drogeriemärkte	Bekleidung
Regulärpreisoptimierung/ Image			
Aktionsoptimierung			
Regaloptimierung			
Sortimentsoptimierung			
Nachschuboptimierung			
Standortoptimierung			
Abschriftenoptimierung			
Größenoptimierung			

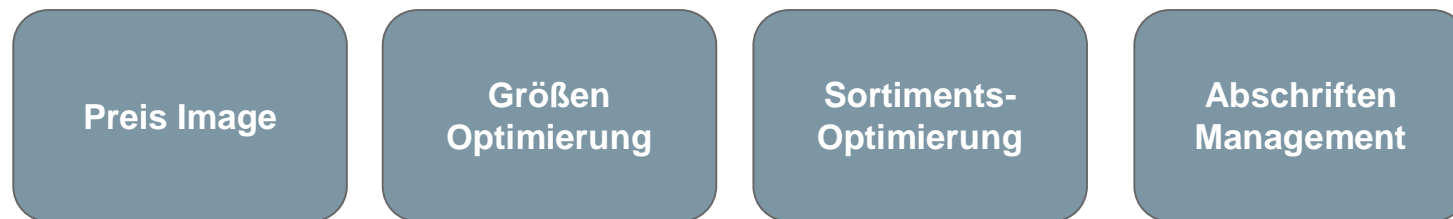
Optimierung bei modischen Sortimenten



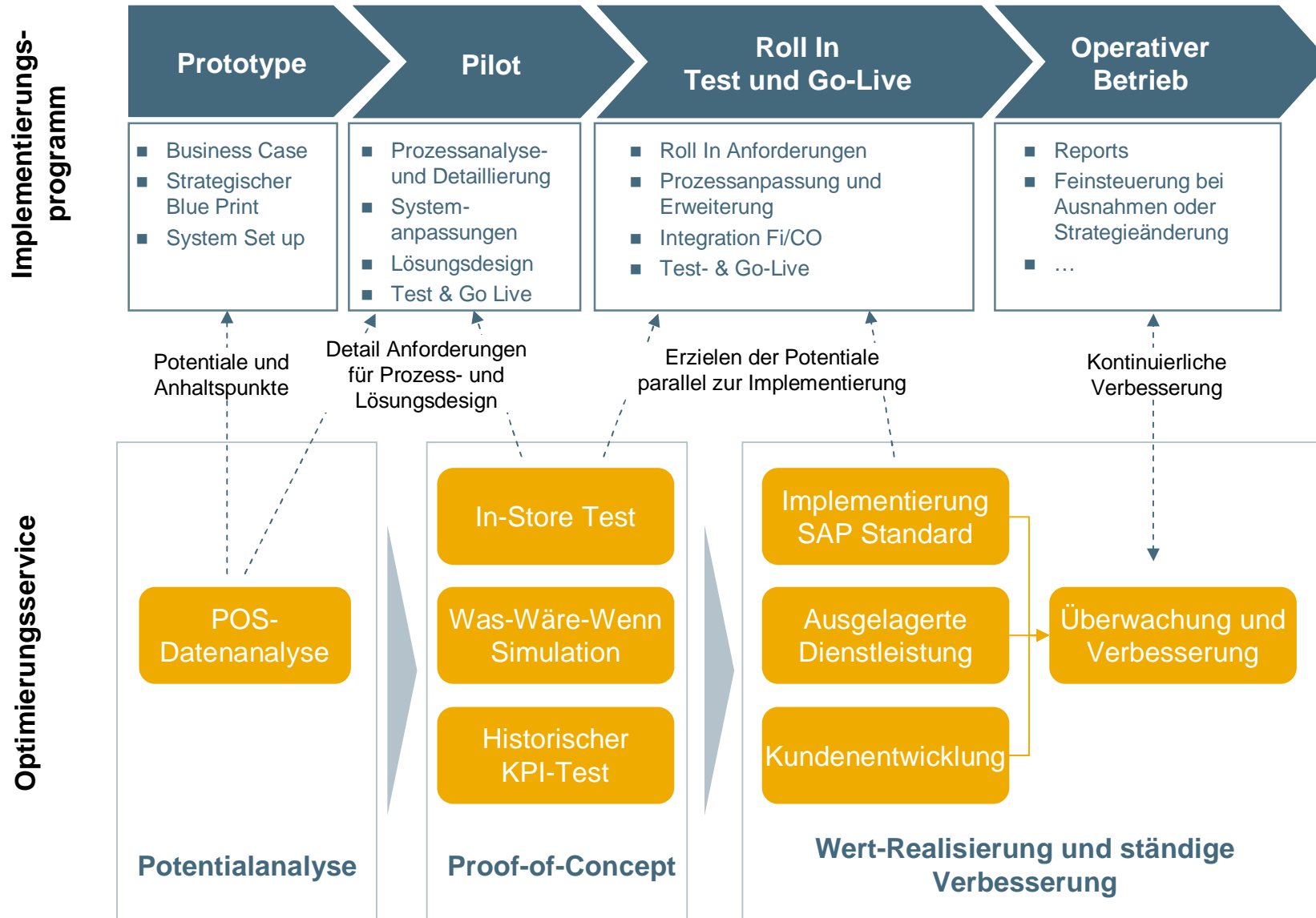
Jede Sortimentsentscheidung ist vital, um den Margenverlust zu vermeiden



SAP BTC bietet Services, um die wichtigen Entscheidungen am richtigen Moment treffen zu können



Optimierung parallel zur Implementierung



Inhaltsverzeichnis



Einführung

Lösungsübersicht

Projekthintergrund



Projektrealisierung

Ziele

- Prüfung, Untersuchung und Validierung der wissenschaftlich basierten Methoden und Prozesse, die von SAP für die Modebranche entwickelt wurden
- Bestimmung des Einsparungspotentials durch die Reduzierungsoptimierung in einem Pilotprojekt in einer oder mehreren Filialen
- Maximierung der Vorteile während einer Reduzierungsperiode betr. Zeitpunkt und Höhe

Pilot mit 2 Abteilungen und 11 Klassifikationen

- Modische Damenabteilung (T-Shirt, Sweater, Hosen, Jeans, Sweatshirts, Outdoor Jacken (im Falle von Reduzierungen
- Accessoires (Taschen, Gürtel, Schals/Tücher, Kopfbedeckung, sonst. Accessoires)

Test in Filialen

- Einpflegen der Geschäftsregeln und -prozesse, Implementierung der Reduzierungsempfehlung für ausgewählte Filialen und Produktklassen über einen Zeitraum von 12 Wochen
- Verkaufsergebnisse werden wöchentlich überprüft und mit einer Gruppe von Kontrollfilialen verglichen
- Preisempfehlungen werden wöchentlich angewendet
- Preise werden bei Bedarf auf Basis des wöchentlichen Transaktionslogs angepasst

Erfolgsbewertung

- Vergleich der Ergebnisse in Filialen mit Optimierung in SAP und Filialen mit herkömmlicher Methode (Zeitraum 1. Oktober 2008 bis 15. Januar 2009
- der Vergleich ist auf die beiden Abteilungen und elf Klassifikation beschränkt, die mit SAP optimiert wurden

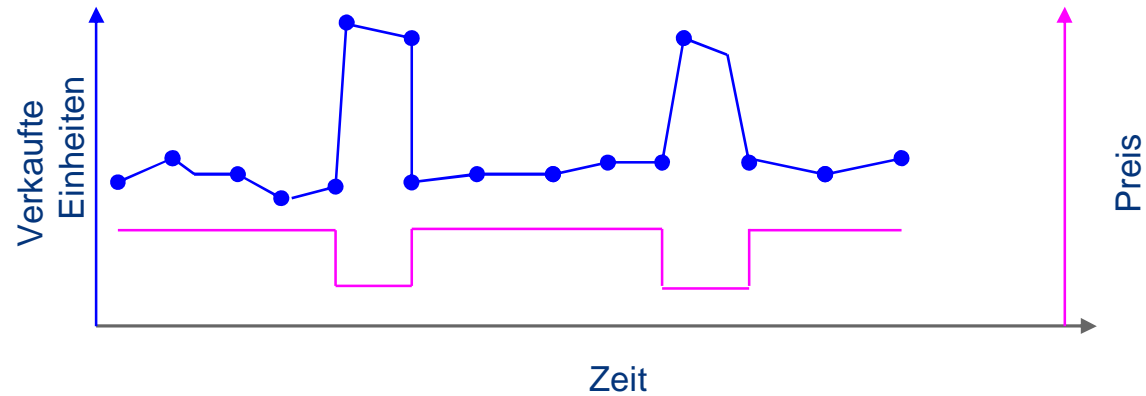
Modellierung eines langen Produktlebenszyklus: Zeitreihendarstellung



Innovationsgrad

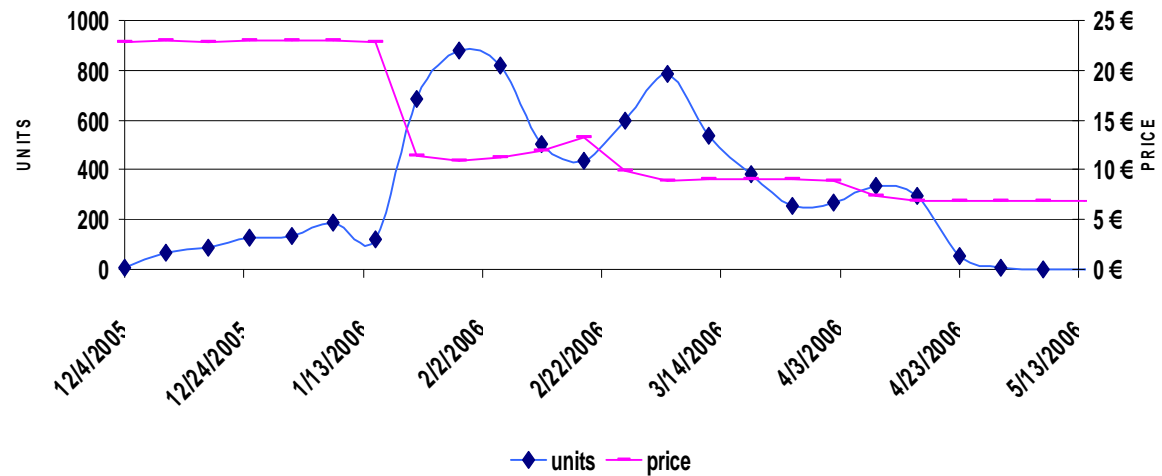
Funktionale Artikel

In einem langen Produktlebenszyklus, bleibt der Preis und Absatz relativ konstant mit einigen Höhen durch Werbemaßnahmen



Modische Artikel

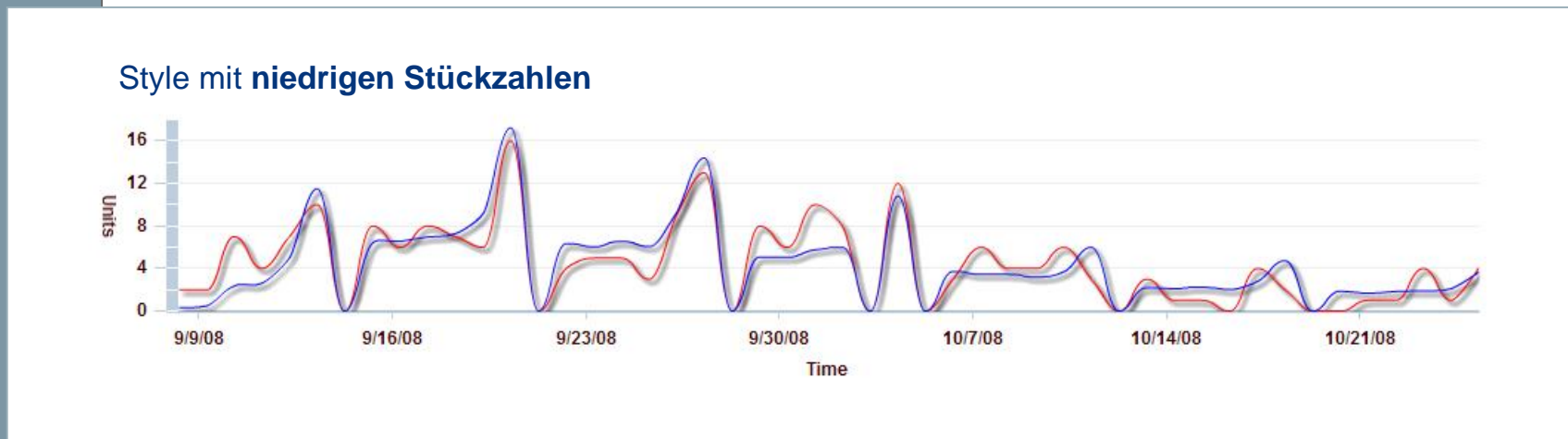
In einem kurzen Produktlebenszyklus beeinflussen viele Variablen den Absatz



Die Prognose Modelle haben auch bei wenig Stückzahlen eine geringe Fehlerquote



Stückzahlen



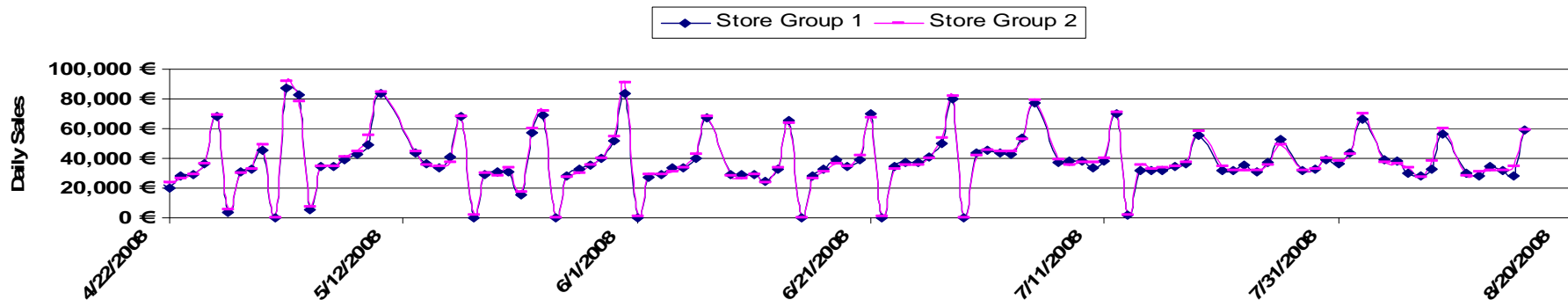
— Tatsächlicher Abverkauf
(in Einheiten)

— Modellierter Abverkauf
(in Einheiten)

Filialgruppierungen wurden aufgrund der Ähnlichkeit der Abverkäufe ausgewählt



Trend der Täglichen Abverkäufe für Gruppe 1 & 2



Focus Group of Stores Implementing SAP Markdown Recommendations

ID	Store Name	ID	Store Name
14	Braunschweig	156	Regensburg
21	Reutlingen	158	Hagen
36	Hamburg	164	Erfurt
53	Lübeck	172	Leipzig
61	Bocholt	176	Neuss
66	Augsburg	178	Chemnitz
68	Wiesbaden	180	Münster
73	Köln	185	Neumünster
77	Berlin 1	196	München 1
79	Berlin 2	801	München 2
81	München	807	Siegen
145	Hamm	817	Berlin 3
147	Braunschweig	818	Berlin 4

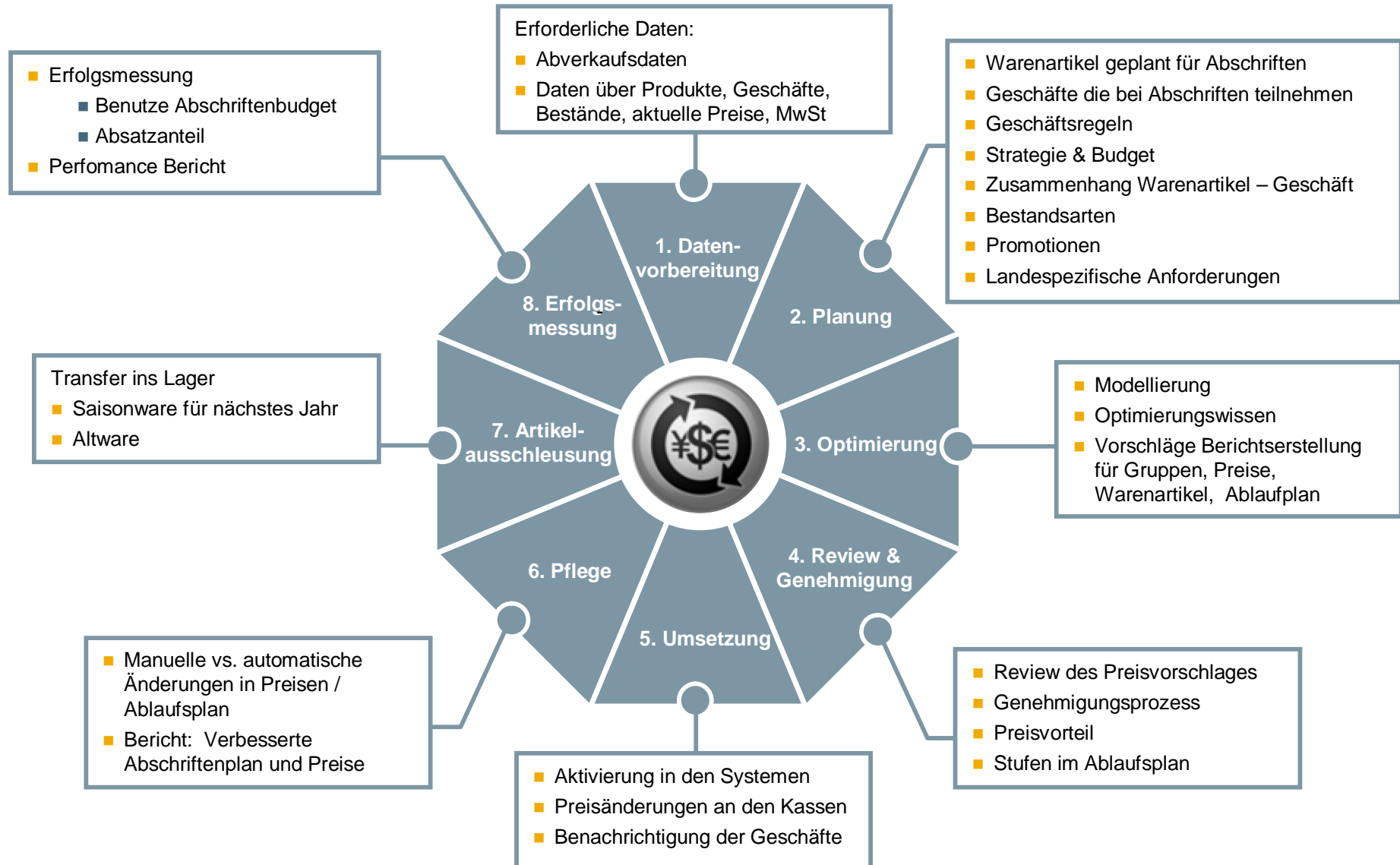
Fokusgruppe

Control Group of Stores Implementing Customer Markdown Recommendations

ID	Store Name	ID	Store Name
7	Wuppertal	165	München 5
8	Bochum	168	München 6
22	Mönchengladbach	170	Frankfurt
42	Minden	173	Dresden
48	Wesel	175	Berlin 10
51	Leonberg	177	Hamburg 3
56	Ludwigsburg	181	Berlin 12
62	Bochum	183	Remscheid
69	Koblenz	187	Karlsruhe
84	Stuttgart	191	Berlin 11
88	Darmstadt	193	Göttingen
152	Kiel	197	Lüneburg
163	Hamburg	802	Dinslaken

Kontrollgruppe

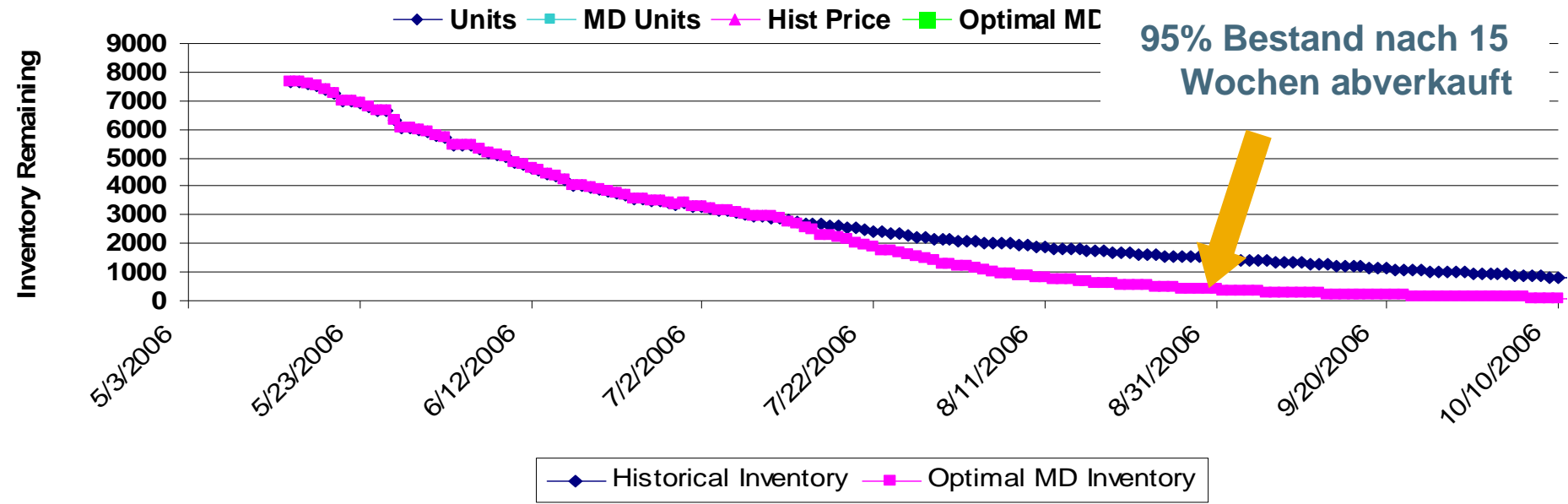
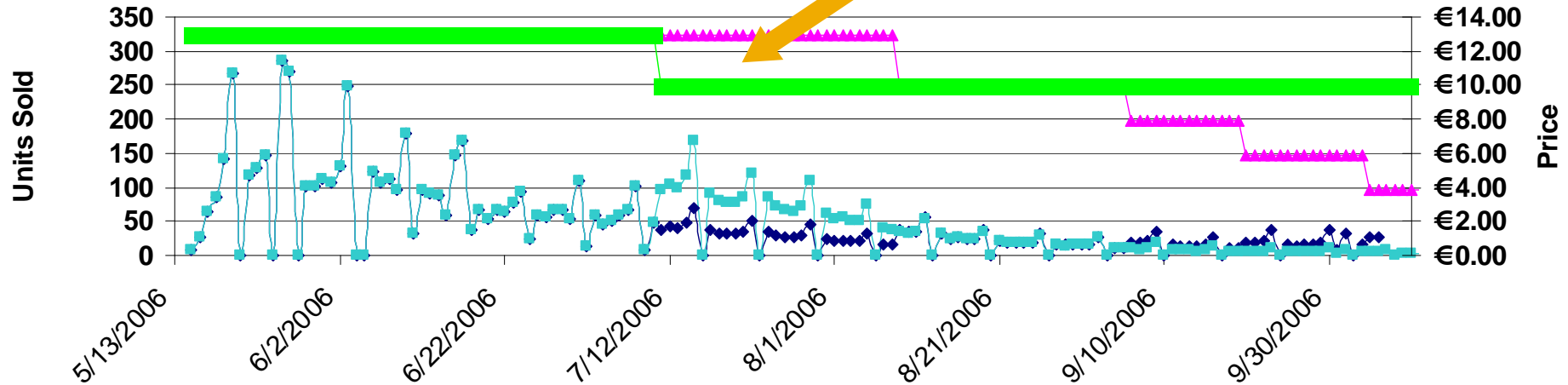
Optimierung der Abschriftenprozesses



Optimierungsbeispiel



Einzelne Abschrift

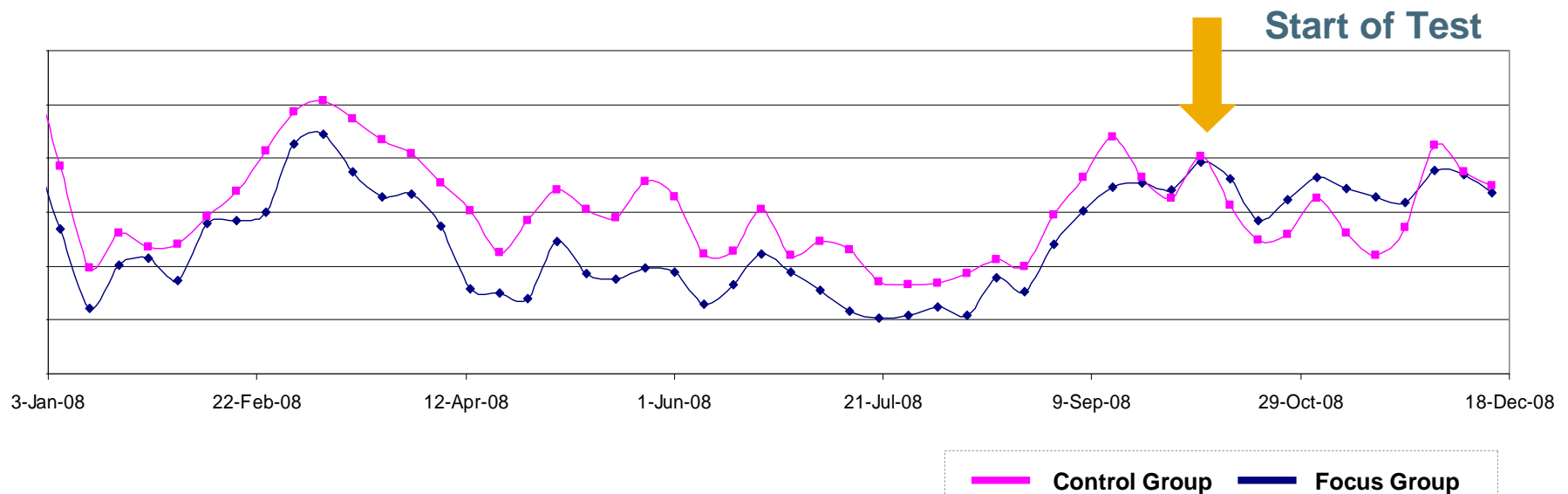


Percentage of Baskets that contain at least one product from the test 11 classifications

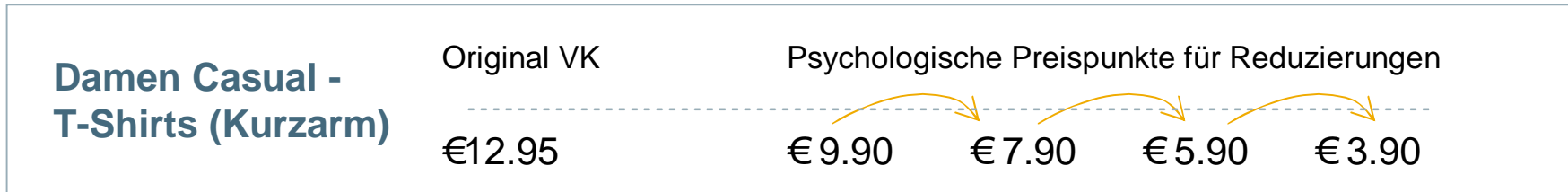


This graph shows that before the test, the customers in the control stores were more likely to buy from the 11 classifications in the test.

After the test began we see a definite shift as the shoppers in the focus stores were more likely to buy an item from the 11 classifications than were the control store shoppers.



Beispiel Preisvorgaben



	Anzahl Reduzierungen	Umsatz während Reduzierungsphase	% Zuwachs während Reduzierungsphase	Endbestand	Anzahl Wochen Verkauf
Original Reduzierungen Beispielfirma	3	€ 60103	-----	174	19
Optimierte Reduzierungen zum höchsten Preis	3 (€ 11.22, € 10.24, € 9.39)	€ 70674	17.6%	25	19
Optimierte Reduzierung mit Preislimit	1 (€ 9.90)	€ 63855	6.2%	0	15
Optimierte Reduzierung mit strat. Preispunkten	3 (€ 10.90, € 9.90, € 8.90)	€ 69542	15.7%	0	19



Anzahl
Reduzierungen

	# Styles	%
Verfügbar zur Reduzierung	390	
Reduzierung in Testgruppe	301	77%
Reduzierung in Kontrollgruppe	253	65%
Reduzierung in Test- und Kontrollgruppe	171	44%
Keine Reduzierung in Test- oder Kontrollgruppe	82	21%

Vergleich
der

	# Styles	%
Reduzierung in Test- und Kontrollgruppe	171	44%
Reduzierungen in Testgruppe niedriger als in Kontrollgruppe	87	51%
Reduzierung in Testgruppe niedriger als in Kontrollgruppe	63	37%
Reduzierung in Testgruppe vergleichbar zu Kontrollgruppe	21	12%

Ergebnisse der Untersuchung: Harte Fakten und Weitere Resultate



Vielen Dank!



Dr. André Claassen

Beratungsleiter Handel

Business Transformation Consulting

SAP Deutschland AG & Co. KG

Germany

E-mail: andre.claassen@sap.com



Lösung auf Basis von beobachtetem Kaufverhalten



1

Simulation von Kaufverhalten mit allen Produkten, Filialen und Kundengruppen.



2

Businessregeln können eingerichtet & das **Zusammenspiel von Umsatz, Gewinn und Preisimage** aufgezeigt und analysiert werden.



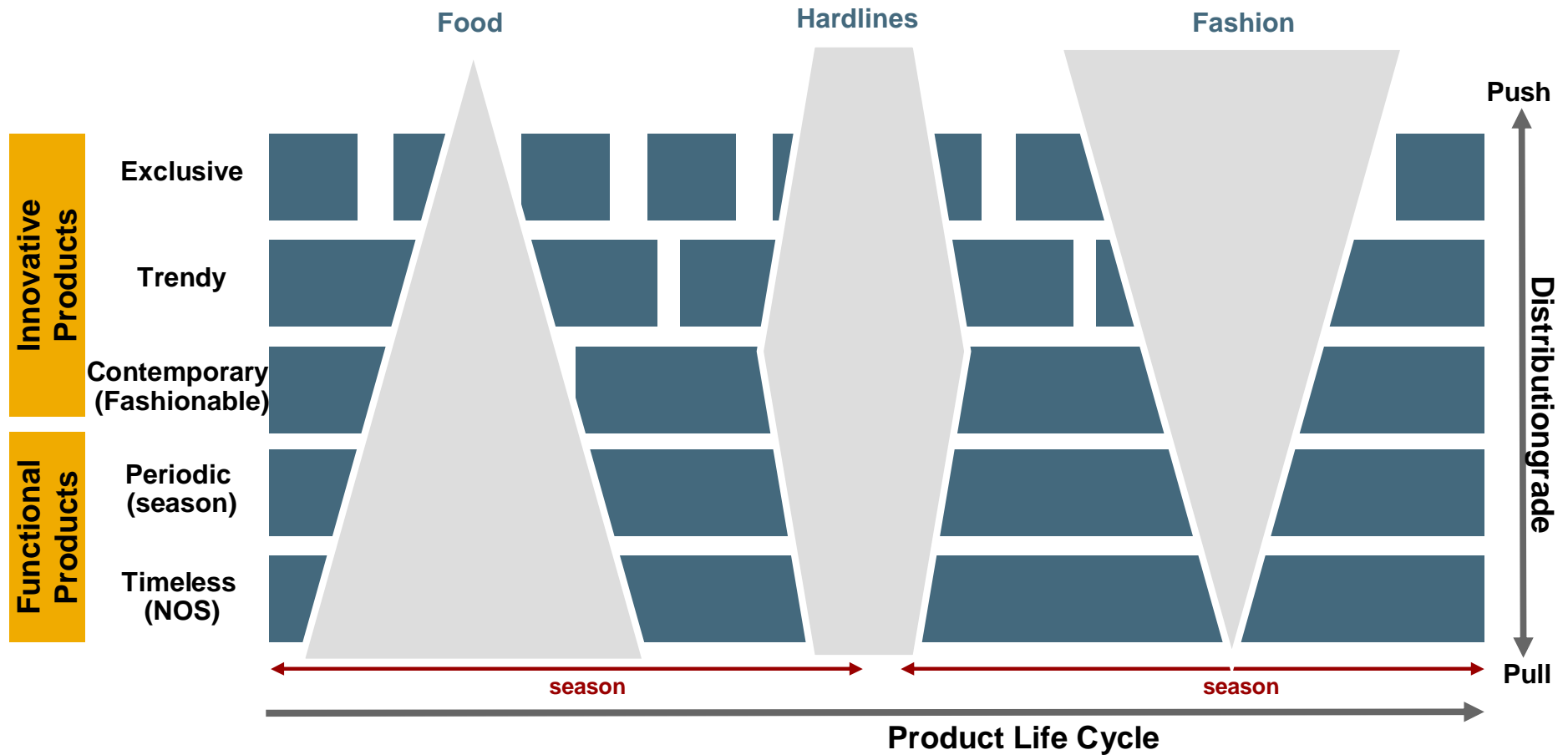
3

Optimierung von Normalpreisen
Optimierung von Aktionen
Optimierung von Abschriften

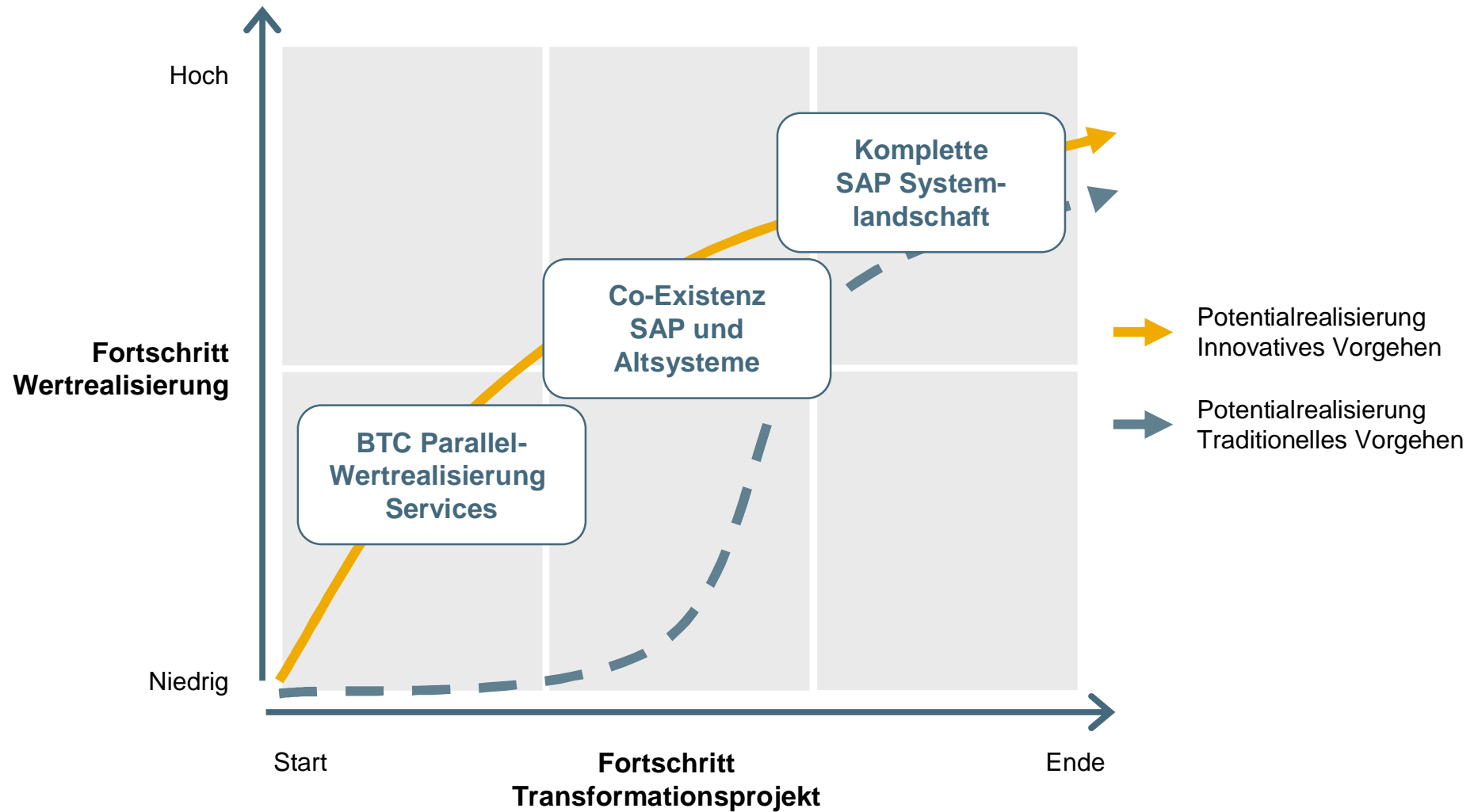


The different segments will have a different footprint

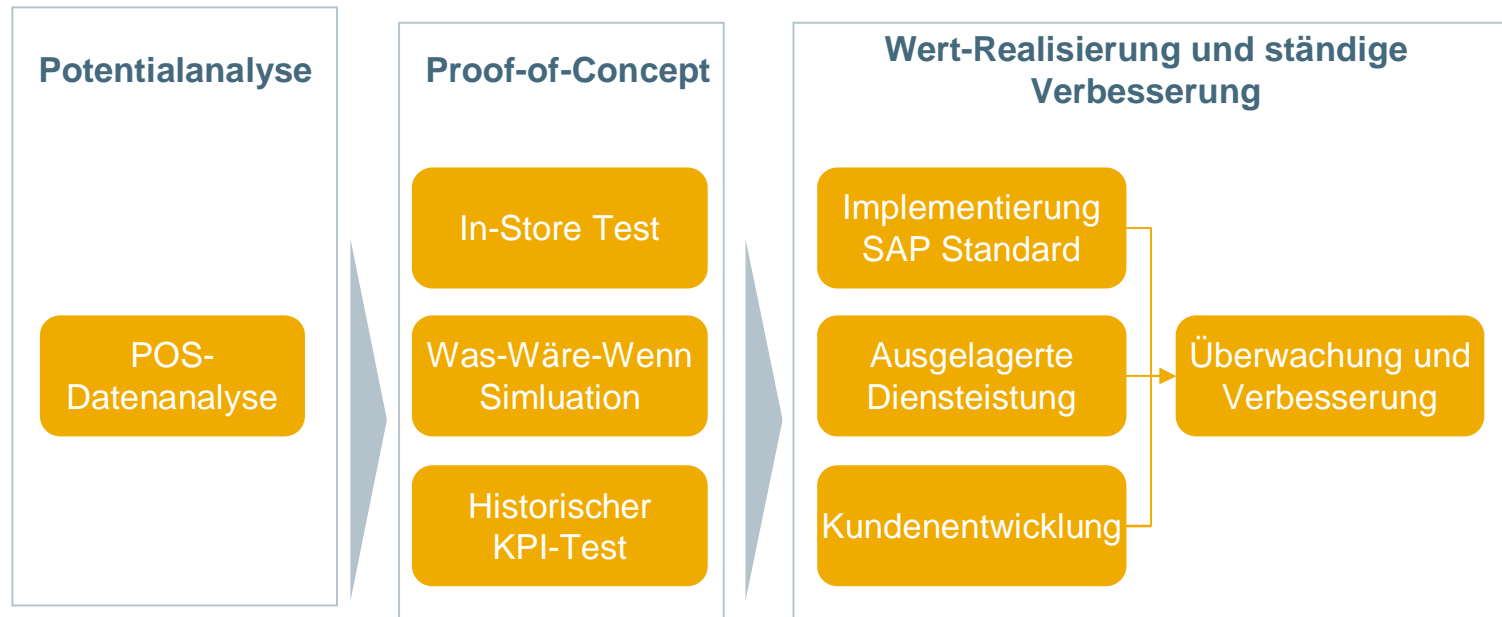
Product characteristics



Potential-Realisierung von Beginn an mit SAP Optimierungsdienstleistungen



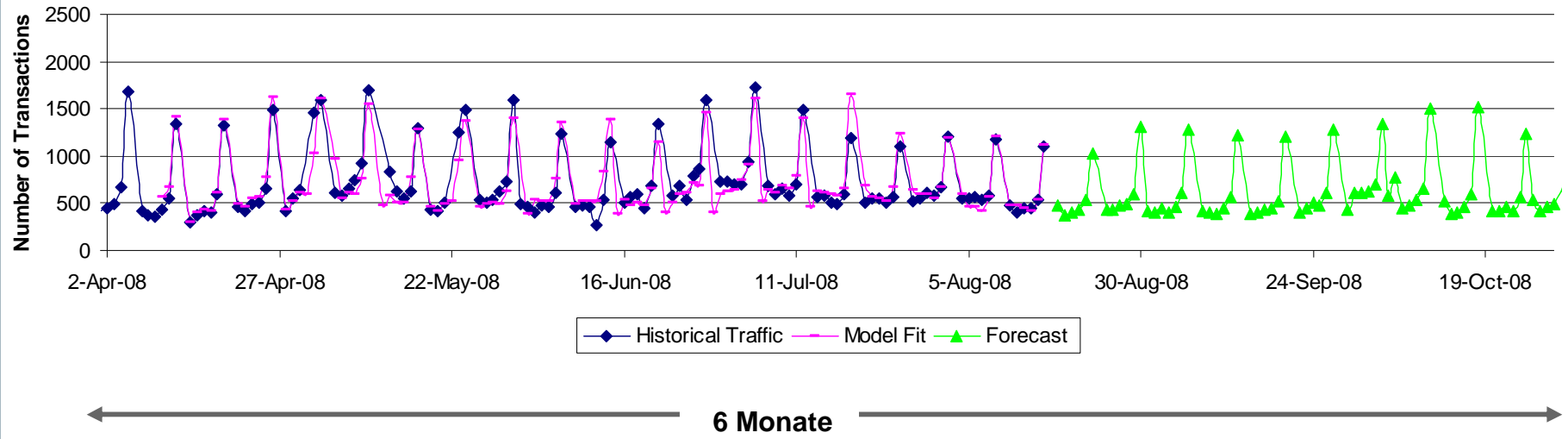
Optimierungsservice



“Traffic” auf Filialebene



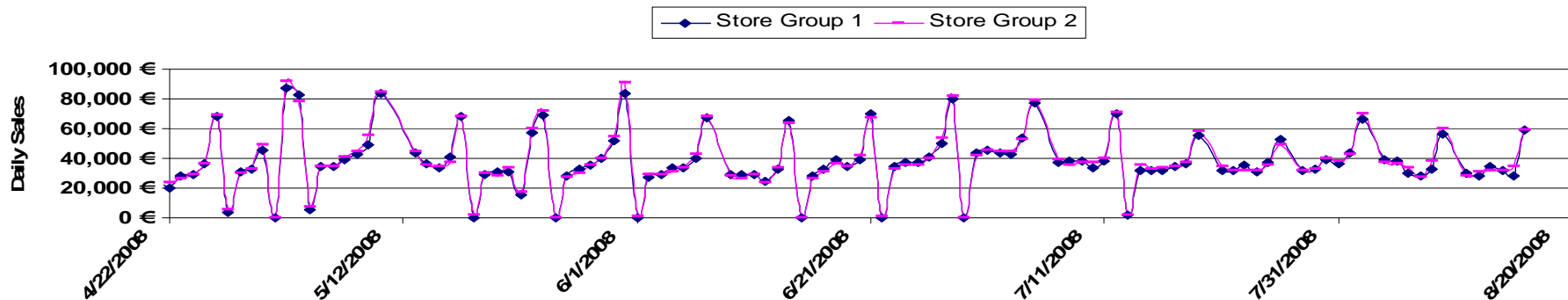
Anzahl Kunden (Bons) auf Filialeben



Filialgruppierungen wurden aufgrund der Ähnlichkeit der Abverkäufe ausgewählt



Trend der Täglichen Abverkäufe für Gruppe 1 & 2



Focus Group of Stores Implementing SAP Markdown Recommendations

ID	Store Name	ID	Store Name
14	Braunschweig Citypoint	156	Regensburg Koenigstrass
21	Reutlingen	158	Hagen
36	Hamburg ElbeEZ	164	Erfurt
53	Lübeck	172	Leipzig Grimmaischestra
61	Bocholt Neutorplatz	176	Neuss
66	Augsburg City-Galerie	178	Chemnitz
68	Wiesbaden	180	Münster Arkaden
73	Köln-Hürth	185	Neumünster
77	Berlin Spandau Arkaden	196	München Theatiner
79	Berlin Gropius	801	München Hohenzollernstr
81	München PEP	807	Siegen EDC
145	Hamm Allee-Center	817	Berlin GesundbrunnenEDC
147	Braunschweig Kohlmarkt	818	Berlin Wilmersdorfer Wo

Fokusgruppe

Control Group of Stores Implementing

ID	Store Name	ID	Store Name
7	Wuppertal	165	Munchen Riem
8	Bochum	168	Munchen Riem EDC
22	Monchengladbach	170	Frankfurt Nord-West
42	Minden	173	Dresden Prager Strasse
48	Wesel	175	Berlin Gropius EDC
51	Leonberg	177	Hamburg Harburg
56	Ludwigsburg (Men)	181	Berlin Tegel
62	Bochum Citypoint EDC	183	Remscheid
69	Koblenz Edc	187	Karlsruhe EttlingerTor
84	Stuttgart Peek-und-Clop	191	Berlin Lindencenter
88	Darmstadt	193	Gottingen GronerStrasse
152	Kiel	197	Luneburg
163	Hamburg Norderstedt	802	Dinslaken

Kontrollgruppe



No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of SAP AG. The information contained herein may be changed without prior notice.

Some software products marketed by SAP AG and its distributors contain proprietary software components of other software vendors.

SAP, R/3, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, SAP Business ByDesign, ByDesign, PartnerEdge and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP AG in Germany and in several other countries all over the world. All other product and service names mentioned and associated logos displayed are the trademarks of their respective companies. Data contained in this document serves informational purposes only. National product specifications may vary.

The information in this document is proprietary to SAP. This document is a preliminary version and not subject to your license agreement or any other agreement with SAP. This document contains only intended strategies, developments, and functionalities of the SAP® product and is not intended to be binding upon SAP to any particular course of business, product strategy, and/or development. SAP assumes no responsibility for errors or omissions in this document. SAP does not warrant the accuracy or completeness of the information, text, graphics, links, or other items contained within this material. This document is provided without a warranty of any kind, either express or implied, including but not limited to the implied warranties of merchantability, fitness for a particular purpose, or non-infringement.

SAP shall have no liability for damages of any kind including without limitation direct, special, indirect, or consequential damages that may result from the use of these materials. This limitation shall not apply in cases of intent or gross negligence.

The statutory liability for personal injury and defective products is not affected. SAP has no control over the information that you may access through the use of hot links contained in these materials and does not endorse your use of third-party Web pages nor provide any warranty whatsoever relating to third-party Web pages

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch SAP AG nicht gestattet. In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Einige von der SAP AG und deren Vertriebspartnern vertriebene Softwareprodukte können Softwarekomponenten umfassen, die Eigentum anderer Softwarehersteller sind.

SAP, R/3, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, SAP Business ByDesign, ByDesign, PartnerEdge und andere in diesem Dokument erwähnte SAP-Produkte und Services sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und in mehreren anderen Ländern weltweit. Alle anderen in diesem Dokument erwähnten Namen von Produkten und Services sowie die damit verbundenen Firmenlogos sind Marken der jeweiligen Unternehmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen sind Eigentum von SAP. Dieses Dokument ist eine Vorabversion und unterliegt nicht Ihrer Lizenzvereinbarung oder einer anderen Vereinbarung mit SAP. Dieses Dokument enthält nur vorgesehene Strategien, Entwicklungen und Funktionen des SAP®-Produkts und ist für SAP nicht bindend, einen bestimmten Geschäftsweg, eine Produktstrategie bzw. -entwicklung einzuschlagen. SAP übernimmt keine Verantwortung für Fehler oder Auslassungen in diesen Materialien. SAP garantiert nicht die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen, Texte, Grafiken, Links oder anderer in diesen Materialien enthaltenen Elemente. Diese Publikation wird ohne jegliche Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend, bereitgestellt. Dies gilt u. a., aber nicht ausschließlich, hinsichtlich der Gewährleistung der Marktgängigkeit und der Eignung für einen bestimmten Zweck sowie für die Gewährleistung der Nichtverletzung geltenden Rechts.

SAP übernimmt keine Haftung für Schäden jeglicher Art, einschließlich und ohne Einschränkung für direkte, spezielle, indirekte oder Folgeschäden im Zusammenhang mit der Verwendung dieser Unterlagen. Diese Einschränkung gilt nicht bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

Die gesetzliche Haftung bei Personenschäden oder die Produkthaftung bleibt unberührt. Die Informationen, auf die Sie möglicherweise über die in diesem Material enthaltenen Hotlinks zugreifen, unterliegen nicht dem Einfluss von SAP, und SAP unterstützt nicht die Nutzung von Internetseiten Dritter durch Sie und gibt keinerlei Gewährleistungen oder Zusagen über Internetseiten Dritter ab.

Alle Rechte vorbehalten.