



Cinco pasos para realizar proyectos piloto de RFID y obtener una visibilidad de inventario sin precedentes

NUEVAS COTAS DE PRECISIÓN EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO

Competir en la revolución de retail exige una visibilidad del inventario casi perfecta para transformar la experiencia del cliente. En la actualidad, la precisión del inventario en el conjunto del sector de retail, ya sean grandes almacenes, retail especializado, grandes superficies, tiendas de ropa o tiendas de electrónica de gran consumo, ronda el 60 %, según Auburn University RFID Lab.¹ Este déficit de visibilidad provoca que los comercios minoristas pierdan ventas potenciales y que se ponga en peligro la fidelidad de los clientes. ¿Cómo pueden resolver este problema los comercios minoristas? La tecnología RFID o de identificación por radiofrecuencia es 10 veces más eficiente para los recuentos de ciclos y permite aumentar la precisión del inventario en toda la cadena de suministro hasta el 99,5 %, lo que ayuda a los comercios a competir de verdad en un entorno multicanal.

¹ Auburn University RFID Lab, *Key Considerations for RFID Pilots and Deployments*.

IMPULSO A LA PRECISIÓN Y LA EFICIENCIA DEL INVENTARIO

Los 427.000 millones de facturación del comercio electrónico complican como nunca el futuro del retail.² Competir de manera eficiente en un panorama multicanal que integra la actividad física y digital del consumidor exige una visibilidad del inventario casi perfecta desde el almacén hasta las tiendas.

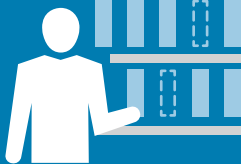
La tecnología RFID permite hacer un seguimiento del inventario en mucho menos tiempo y está diseñada para atender las necesidades del consumidor actual, que espera disfrutar de una experiencia armonizada con independencia de si compra mediante smartphone, portátil o en una tienda. La tecnología también dota a los comercios minoristas de lo necesario para atender la creciente demanda de recogida en tienda de productos comprados online, además de reducir la pérdida de mercancía.

A la hora de implementar tecnología RFID, la puesta en marcha de un programa piloto en tiendas y departamentos puede ayudar a los comercios minoristas a cuantificar los beneficios y la rentabilidad de la inversión en RFID antes de su lanzamiento a gran escala. En esta guía se describen los cinco pasos esenciales para poner en marcha un programa piloto de RFID exitoso.

CINCO PASOS PARA LOGRAR UN PROGRAMA PILOTO DE RFID EXITOSO



1ER PASO:
ESTABLECER LOS OBJETIVOS
MEDIANTE UNA LISTA DE
INDICADORES CLAVE DE
RENDIMIENTO (KPI)



2º PASO:
EVALUAR LAS
NECESIDADES DE
VISIBILIDAD DEL
INVENTARIO



3ER PASO:
LOGRAR EL APOYO DE LOS
INTERLOCUTORES CLAVE



4º PASO:
DEFINIR LOS REQUISITOS DE
IDENTIFICACIÓN



5º PASO:
ESTABLECER ESTRATEGIAS,
EJECUTARLAS Y
SUPERVISARLAS

²Business Insider, National Retail Federation estima un crecimiento del comercio electrónico en EE UU en 2017 de entre el 8 y el 12 %.

1^{ER} PASO:

ESTABLECER LOS OBJETIVOS MEDIANTE UNA LISTA DE INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)



LOS 3 FACTORES PRINCIPALES QUE MOTIVAN EL USO DE RFID EN LAS EMPRESAS:

- 1 Reducir las situaciones de stock agotado
- 2 Mejorar el índice de conversión de visitantes en compradores
- 3 Aumentar las ventas

Para los comercios minoristas, resulta crucial determinar la rentabilidad de la tecnología RFID como primer paso para comprender el verdadero potencial que tiene para el negocio. La mejora de la precisión del inventario es un objetivo universal y una de las principales razones para adoptar RFID. Céntrese en los tres factores principales que motivan a las empresas a adoptar la tecnología: la reducción de las situaciones de stock agotado, la mejora del índice de conversión de visitantes en compradores y el aumento de las ventas. Aunque existen otros factores que pueden medirse como ventajas secundarias, como la prevención de las pérdidas, es importante medir el éxito del proyecto piloto en función de las métricas clave identificadas.

Establezca como referencia de sus objetivos estratégicos una lista completa de los KPI de la tecnología, como por ejemplo los indicados en las conclusiones de Auburn University RFID Lab³:

- Reducir las situaciones de stock agotado en un 60 % y un 80 %
- Aumentar el índice de conversión de visitantes en compradores hasta el 92 %
- Aumentar las ventas entre un 4 % y un 21 %
- Reducir el tiempo dedicado a la recepción de inventario hasta un 91 %
- Reducir el tiempo dedicado al recuento de ciclos entre un 75 % y un 92 %
- Reducir los costes del transporte de inventario entre un 30 % y un 59 %
- Aumentar las unidades y el importe por transacción un 19 % y un 6 % respectivamente

ASPECTO IMPORTANTE



Mantenga el proyecto piloto circunscrito a los factores establecidos.

Elija un máximo de tres objetivos estratégicos clave y sus correspondientes indicadores de rendimiento.

³Auburn University RFID Lab Studies, RFID.auburn.edu.

2º PASO:

EVALUAR LAS NECESIDADES DE VISIBILIDAD DEL INVENTARIO



IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS POR:



TIENDA



DEPARTAMENTO



ARTÍCULO

El primer paso para poner en marcha un proyecto piloto de RFID consiste en identificar los problemas para determinar las soluciones de visibilidad, que diferirán en función del comercio minorista de que se trate.

MANTENGA ACTUALIZADOS LOS EXPOSITORES: ¿Hay algún artículo de la tienda cuyo nivel de inventario sea sistemáticamente bajo? ¿La mesa de jerséis de un comercio de ropa está siempre desordenada, faltan en ella tallas, colores y estilos e incumple el planograma acordado con el proveedor? En estos casos, el comercio minorista podría contemplar el establecimiento de un proyecto piloto de RFID diseñado para mejorar los estándares de comercialización para categorías de productos que requieren mucho personal.

OPTIMICE LAS COMPRAS ONLINE CON RECOGIDA EN TIENDA (CLICK & COLLECT): ¿Ofrece la opción de compra online con recogida en tienda (click & collect)? En la actualidad, uno de cada tres consumidores recoge en una tienda sus compras online.⁴ Si la localización del stock en la tienda supone un proceso largo y arduo, la utilización de RFID podría reducir el tiempo de reposición que exige el traslado del inventario de la trastienda o de la tienda hasta el punto de recogida en tienda. La tecnología RFID es crucial para lograr el éxito de la ejecución de pedidos multicanal.

AHORRE EN COSTES DE EJECUCIÓN DE PEDIDOS: La tecnología RFID también genera ahorro de costes para los comercios minoristas al permitir a los dependientes ejecutar pedidos online. Ello se debe al principio general de que ejecutar pedidos online en tiendas resulta mucho más económico para el comercio minorista que ejecutarlos desde un centro de distribución.

PROPORCIONE INFORMACIÓN PRECISA SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE STOCK: Pese a que una de las principales demandas de los consumidores es poder comprobar online la disponibilidad de los artículos en una tienda determinada, solo el 28 % de los comercios minoristas pueden atenderla.⁵ Gracias a la tecnología RFID, ahora es posible contar con visibilidad en tiempo real de la disponibilidad de cada artículo en cada tienda.

⁴Estudio sobre consumidores 2017 de Zebra ⁵Accenture, Retail Customers are Shouting—Are You Adapting?

3ER PASO:

LOGRAR EL APOYO DE LOS INTERLOCUTORES CLAVE



INTERLOCUTORES CLAVE EN RETAIL:

Comercialización

Cadena de suministro

Ventas multicanal

Sistemas informáticos

Prevención de pérdidas

Compras

Dependientes

Dada la importancia de la visibilidad del inventario en numerosos aspectos de las operaciones de retail, la tecnología RFID atiende las necesidades de funciones clave en múltiples departamentos. Un proyecto piloto de RFID efectivo exige la comunicación con interlocutores de toda la organización, lo que obliga a colaborar a grupos que nunca han trabajado juntos.

La tecnología RFID afecta a las áreas de comercialización, cadena de suministro, ventas multicanal, sistemas informáticos, prevención de pérdidas y compras, entre otras. El liderazgo de un proyecto piloto de RFID pueden asumirlo los responsables de diversos departamentos, ya sea el director de sistemas informáticos, el director de operaciones o roles emergentes como el de director de venta multicanal. Con independencia del rol, es importante seleccionar un líder claro para el proyecto piloto.

A la hora de comunicar las ventajas de precisión del inventario que aporta la tecnología RFID —ya sea la selección en la tienda para ejecutar pedidos click & collect, el aumento de las ventas o la localización rápida de stock para un cliente que está esperando— lograr el apoyo al proyecto piloto de RFID de los interlocutores clave es crucial para maximizar su éxito.

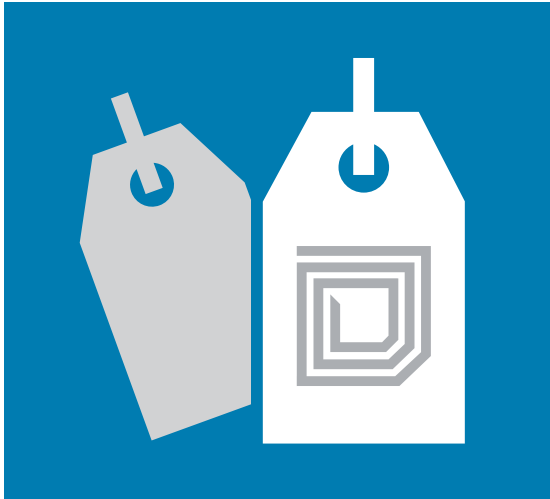
ASPECTO IMPORTANTE



Equipe adecuadamente a su personal y a sus partners.

La implementación de RFID afecta a múltiples departamentos, desde el de comercialización hasta el de operaciones de cadena de suministro. Asegúrese de que todos los departamentos de retail pertinentes se implican en el proyecto piloto y que su proveedor de software cuenta con todo lo necesario para resolver las diferencias existentes entre el código de barras tradicional y los datos RFID.

4º PASO: DEFINIR LOS REQUISITOS DE IDENTIFICACIÓN



ASPECTOS IMPORTANTES SOBRE LOS IDENTIFICADORES

¿Qué artículos deben llevar identificador?

¿Cuáles son la ubicación y orientación idóneas para fijar un identificador?

¿Dónde tendrá lugar la aplicación del identificador?

- En las instalaciones del fabricante
- En el centro de distribución
- En la tienda

¿Cómo se gestionarán las devoluciones?

La aplicación de identificadores al inventario de productos permite la visibilidad a nivel de artículos «desde el origen hasta la tienda», además de automatizar la verificación de productos y la selección de pedidos realizadas por los dependientes, procesos que anteriormente eran manuales y que son propensos al error humano. Trazar una estrategia de identificación de productos y determinar las necesidades de identificación son factores cruciales para lograr la efectividad del proyecto piloto de RFID.

La práctica idónea consiste en aplicar identificadores a todos los artículos del área del proyecto piloto. Por lo general, el comercio minorista experimenta un ahorro de costes superior cuando la aplicación del identificador RFID tiene lugar en origen —en el punto de manufactura. Cuanto más próximo al inicio de la cadena de suministro se encuentre el lugar en el que se aplique el identificador, mayor será la visibilidad que aporte el artículo. La aplicación de identificadores en el centro de distribución y en la tienda también es posible pero suele implicar mayores costes laborales y tecnológicos.

Evalúe a qué debe aplicarse identificador para optimizar el proyecto piloto:

¿Es necesario aplicar identificador a cada artículo de la tienda? ¿A los de un departamento concreto? ¿A una línea o marca determinada? Auburn University RFID Lab ofrece estas directrices clave:

- Si hay menos de 50.000 artículos en una tienda, aplique identificador a todos los artículos de unas cuentas tiendas.
- Si hay más de 100.000 artículos en una tienda, elija dos o más categorías de productos de varias tiendas.
- Si una tienda tiene entre 50.000 y 100.000 artículos, el proyecto piloto deberá contar con una estrategia de identificación que combine los dos escenarios anteriores.

Por ejemplo, aplique identificador a casi todos los artículos de una tienda o a varias categorías de varias tiendas.

ASPECTO IMPORTANTE



Céntrese en los productos adecuados.

Elija artículos de alto valor y alta rotación, así como los que tengan un aspecto similar pero referencias bien diferenciadas, como calzado y pantalones vaqueros. Es difícil cuantificar con precisión las ventajas potenciales de la tecnología RFID comprobando productos que plantean necesidades de reposición obvias.

5º PASO: ESTABLECER ESTRATEGIAS, EJECUTARLAS Y SUPERVISARLAS



Documente la estrategia de ejecución del proyecto piloto, incluidos la tecnología, la formación, los puntos de control, los principios y el alcance.

TECNOLOGÍA: Asegúrese de que es el caso de utilización el que justifica la tecnología y no a la inversa. Por ejemplo, mientras que los lectores RFID de mano son aptos para recuento de ciclos, los sensores montados en los techos de las salidas son más adecuados para detección de pérdidas.

FORMACIÓN: Imparta formación práctica sobre RFID en cada tienda para garantizar el éxito de la implementación. Todos los dependientes deben conocer con claridad su función y responsabilidad, así como la importancia de su esfuerzo para el éxito global del proyecto.

PUNTOS DE CONTROL: Establezca los puntos de control del proyecto piloto de RFID comparando los resultados con una tienda de control.

ALCANCE: Recuerde que un proyecto piloto de RFID no solo implica lectores e identificadores. También incluye ordenadores móviles que funcionan conjuntamente con los sistemas RFID y envían mensajes en tiempo real al personal para que reponga la mercancía.

ASPECTOS SOBRE LA EJECUCIÓN:

Tecnología

Puntos de control

Formación

Tamaño y alcance

ASPECTO IMPORTANTE



Realice pruebas durante el proceso.

Evalúe su proyecto piloto de RFID a lo largo del proceso y realice los ajustes necesarios para garantizar una implementación sólida y una cuantificación precisa de la rentabilidad de la inversión en el caso de uso correspondiente.

DEL PROYECTO PILOTO A LA IMPLEMENTACIÓN

Conviene recordar que, para el comercio minorista, un proyecto piloto de RFID es un medio para conseguir un fin. El objetivo es evaluar la rentabilidad de la inversión en una tecnología y determinar las ventajas de su implementación a gran escala.



La duración media de los proyectos piloto es de 90 a 120 días, periodo suficiente para que el comercio minorista obtenga rentabilidad de su inversión.



Los comercios minoristas deberán medir el progreso cada 30 días para asegurarse de que los resultados obtenidos coinciden con las expectativas y poder realizar ajustes en caso de ser necesarios. Dichos ajustes pueden ser, entre otros, mayor formación del personal, cambios en la aplicación de los identificadores o cambios en el entorno.



Los puntos clave que deben capturarse son los recuentos de inventario, las situaciones de stock agotado, la conversión en ventas, los tiempos de permanencia, las unidades por transacción, el importe por transacción y los tiempos de búsqueda de artículos en la trastienda.



Compare el coste de implementación con el ahorro obtenido gracias la tecnología RFID durante el proyecto piloto.



Contemple la posibilidad de ampliar el proyecto piloto a más artículos, departamentos y tiendas, si es preciso, para contrastar aún más la rentabilidad de la inversión.

Al finalizar el proyecto piloto, revise exhaustivamente las conclusiones e incorpórelas en el plan de implementación a gran escala. Recuerde que la tecnología RFID es el factor habilitador, no la solución total. Cada proyecto piloto constituye una experiencia marcadamente individual que depende de los productos, el entorno y las capacidades de los sistemas. Es crucial acudir a proveedores de RFID con un sólido historial de productos y servicios contrastados en implementaciones reales. La experiencia de estos «asesores de confianza» puede ser determinante para el éxito de su proyecto piloto y de la implementación a gran escala.



LOGRAR EL ÉXITO EN LA ERA MULTICANAL

La necesidad de contar con visibilidad del inventario nunca ha sido tan crucial como en el actual panorama de retail, transformado por el auge de las compras online. Con la tecnología RFID, los comercios minoristas pueden supervisar la ubicación precisa de la mercancía en toda la cadena de suministro, desde el centro de distribución hasta el espacio comercial, para reducir drásticamente el número de situaciones de stock agotado y de exceso de stock, aumentando al mismo tiempo las ventas y la satisfacción del cliente.

Para obtener más información sobre la gama RFID de Zebra, visítenos en www.zebra.com/RFID o póngase en contacto con nosotros en www.zebra.com/contact



Sede en NA y corporativa
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Sede en Asia-Pacífico
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Sede en EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Sede en Latinoamérica
+1 847 955 2283
la.contactme@zebra.com