

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ



Пять этапов пилотного проекта по внедрению RFID-технологии для обеспечения беспрецедентно полной картины о товарных запасах

НОВЫЙ ПОДХОД В ОБЕСПЕЧЕНИИ ТОЧНОСТИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ

Для успешного противостояния конкурентам в розничной торговле необходимо иметь практически безупречную систему контроля за товарными запасами, что позволит добиться повышения качества обслуживания клиентов. По данным Лаборатории по исследованию RFID-технологий в Обернском университете, сегодня точность учёта запасов во всех сегментах розничной торговли, включая универсамы, специализированные магазины, супермаркеты, сетевые гипермаркеты, компании по продаже одежды и потребительской электроники составляет примерно 60%.¹ Такая неточность учёта товаров приводит к потере клиентов и негативно сказывается на лояльности покупателей. Как ритейлеры справляются с этой проблемой? Применение технологий радиочастотной идентификации (RFID) повышает точность учёта товаров в 10 раз. Эти технологии способны обеспечить точность учёта товарных запасов до уровня в 99,5%, что в свою очередь позволит компаниям розничной торговли успешно конкурировать в условиях многоканальной структуры продаж.

¹ Обернский университет, Лаборатория по исследованиям RFID-технологий, "Актуальные вопросы пилотных проектов по внедрению RFID-систем".

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ

ПОВЫШЕНИЕ ТОЧНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЁТА ТОВАРОВ

Продажи через интернет составляют внушительные 427 млрд долларов США, и это значительно осложняет жизнь традиционных розничных магазинов.² Для эффективной конкуренции в условиях многоканальной структуры продаж, когда покупатели могут пользоваться услугами как обычных магазинов, так и средств продажи через интернет, необходимо обеспечить фактически идеальный учёт товаров на всех этапах, начиная со склада и заканчивая полками в торговых залах магазинов.

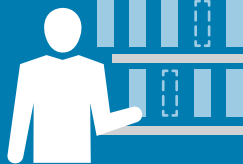
RFID-технологии позволяют контролировать товарные запасы, требуя на это значительно меньше времени. Они ориентированы на ожидания современных клиентов, которые рассчитывают на безупречный уровень услуг независимо от того, совершают они покупки при помощи своих смартфонов, ноутбуков или непосредственно в магазине. Эти технологии наделяют продавцов инструментами для точного выполнения услуги Click & Collect, когда покупатели заказывают товары через интернет и забирают готовые заказы в магазине. Более того, применение этих технологий позволяет сократить потери.

Если вы планируете разместить RFID-решение, необходимо сначала разработать программу пилотного внедрения RFID-технологии в нескольких магазинах или отделах, что позволит правильно оценить параметры окупаемости новой технологии. На основании полученных результатов можно производить внедрение RFID-технологии во всех магазинах компании. Предлагаемое руководство описывает пять наиболее важных этапов для успешной реализации пилотного проекта по внедрению RFID-решения.

ПЯТЬ ЭТАПОВ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПИЛОТНОГО RFID-РЕШЕНИЯ



**1 ЭТАП:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ С УЧЁТОМ
КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ (КПЭ)**



**2 ЭТАП:
ОЦЕНКА МЕР, НЕОБХОДИМЫХ
ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРЕ**



**3 ЭТАП:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ
УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА**



**4 ЭТАП:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ДЛЯ
RFID-МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ**



**5 ЭТАП:
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ,
РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА И
МОНИТОРИНГ**

²По оценкам Национальной федерации розничной торговли в 2017 году рост online-торговли в США составит 8-12%, Business Insider.

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ

1 ЭТАП:

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ С УЧЁТОМ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КПЭ)



3 ОСНОВНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВА RFID-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УСПЕХА БИЗНЕСА:

- 1 Сокращение случаев дефицита требуемого товара
- 2 Повышение процента реализации покупок
- 3 Повышение продаж

Для компаний розничной торговли важно определить окупаемость RFID-решения. Это первый шаг, позволяющий оценить полный потенциал внедрения технологии для их бизнеса. Повышение точности учёта товаров – это общая задача и главное основание для внедрения RFID-решения в сфере розничной торговли. Необходимо сосредоточиться на трёх основных задачах, которые способна решить эта технология: сокращение случаев отсутствия требуемого товара, повышение процента реализации покупок и повышение продаж. Дополнительные выгоды, такие как предотвращение потерь, могут быть учтены в качестве второстепенных преимуществ внедрения технологии, однако важно оценить успешность пилотного проекта по ключевым показателям.

Вы можете оценить выполнение стратегических целей в соответствии с полным списком КПЭ. Для этого вы можете воспользоваться рекомендациями Лаборатории по исследованиям RFID-технологий Обернского университета³:

- Сокращение случаев дефицита требуемого товара на 60% - 80%
- Повышение процента реализации покупок до 92%
- Увеличение продаж на 4% - 21%
- Сокращение времени получения товара до 91%
- Сокращение времени на учёт товаров на 75% - 92%
- Сокращение расходов на хранение товара на 30% - 59%
- Увеличение количества наименований и веса из расчёта на одну транзакцию покупки на 19% и 6%, соответственно

ВАЖНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Необходимо сосредоточиться на основных аспектах проекта.

Выделите максимум три ключевых стратегических цели и ориентируйтесь на соответствующие показатели их выполнения.

³Обернский университет, Лаборатория по исследованиям RFID-технологий, RFID.auburn.edu.

2 ЭТАП:

ОЦЕНКА МЕР, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРЕ



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ
ЗВЕНЬЕВ ЦЕПИ:



МАГАЗИН



ОТДЕЛ



ТОВАР

Приступая к пилотному проекту по внедрению RFID-технологии, необходимо определить главные задачи в обеспечении оперативной информации. В каждом конкретном случае может потребоваться своё уникальное решение.

НАДЛЕЖАЩАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ ТОВАРОВ. Существует ли такое особое наименование товара, которого постоянно не хватает? Например, в магазине одежды свитеры постоянно выставлены в неприглядном виде, нередко отсутствуют нужные размеры, цвета и стили. Магазин не может обеспечить выполнение требований поставщика о демонстрации товара. В таких случаях компания розничной торговли может рассмотреть пилотный проект по внедрению RFID-решения с целью обеспечения соблюдения стандартов мерчендайзинга по категориям товаров, которые требуют значительных трудозатрат персонала.

ОПТИМИЗАЦИЯ УСЛУГИ CLICK & COLLECT. Вы предлагаете услугу размещения заказа через интернет и получения заказа в магазине (услуга Click & Collect)? Сегодня треть покупателей предпочитают забирать заказанные через интернет товары непосредственно в магазине.⁴ Если поиск товаров и комплектование заказов в магазине представляет собой сложную процедуру, применение RFID-технологий поможет сократить время, необходимое на перемещение товаров со склада магазина или из торгового зала для комплектования заказа, размещённого через интернет. RFID-технологии играют важную роль в достижении успеха при использовании многоканальной структуры продаж.

СОКРАЩЕНИЕ РАСХОДОВ НА ПРОЦЕДУРУ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАКАЗОВ. RFID-технологии также позволяют компаниям розничной торговли сократить расходы, наделив персонал решениями для выполнения online-заказов. Это объясняется тем, что в целом выполнение online-заказов в магазине обходится компаниям дешевле по сравнению с реализацией таких заказов в центрах дистрибуции.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ О НАЛИЧИИ ТОВАРОВ. Одно из требований современных покупателей – это возможность проверки через интернет наличия интересующего товара в конкретном магазине. Лишь 28% компаний в сфере розничной торговли могут выполнить такое требование.⁵ RFID-технологии предоставляют возможность обеспечить доступность такой информации в режиме реального времени для конкретного магазина.

⁴Исследование Zebra 2017 года “Перспективы развития сферы розничных продаж” ⁵ Покупатели — розничным магазинам: вы планируете перестраиваться? Accenture

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ

3 ЭТАП:

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА



ОСНОВНЫЕ УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ:

Мерчендайзинг

Система поставок

Выполнение заказов
в многоканальной среде

Информационные технологии

Предотвращение потерь

Закупки

Продавцы магазина

RFID-технологии выполняют критически важные функции на уровне обмена информацией между отделами, потому что доступность оперативной информации о товарах актуальна на многих этапах в системе розничной торговли. Эффективный пилотный проект по внедрению RFID-решения предусматривает вовлечение основных участников организации. Это может потребовать обеспечить взаимодействие с группами участников, которые ранее не работали вместе.

RFID-решение охватывает процесс размещения товаров в торговых залах, систему поставки, выполнение заказов с использованием разных каналов продаж, информационные технологии, меры по предотвращению потерь и функции закупки товаров, а также ещё ряд других аспектов в деятельности компании розничной торговли. Пилотный проект по внедрению RFID-решения может возглавляться несколькими руководителями отделов, включая ИТ-директора или директора по производству, а также это могут быть специалисты совершенно новых структур, например директор по многоканальным продажам. Независимо от занимаемой должности главное – это назначить должностное лицо, ответственное за выполнение проекта.

RFID-решение призвано обеспечить точную информацию о товарных запасах, предлагая компании различные выгоды: быстрое комплектование заказов, размещённых с использованием услуги Click & Collect, повышение продаж или быстрый поиск нужного клиенту товара, чтобы сократить время ожидания клиента. Однако, независимо от поставленных целей, для максимального успеха внедрения RFID-решения необходимо обеспечить вовлечение основных участников проекта.

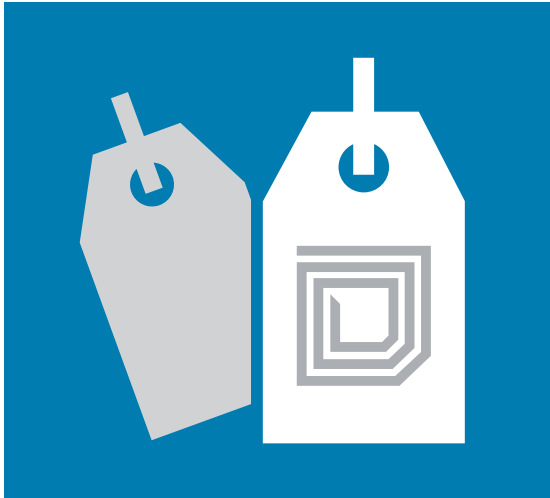
ВАЖНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Предоставление надлежащих инструментов персоналу и партнёрам

Внедрение RFID-проекта затрагивает многие отделы компании, начиная от мерчендайзинга и заканчивая системой поставок товаров. Необходимо вовлечь в процесс реализации проекта все имеющие к этому отношение отделы, при этом ваш поставщик программных приложений должен понимать, чем отличаются программные решения для работы с традиционными штрихкодами от приложений для RFID-систем.

4 ЭТАП: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ДЛЯ RFID-МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ



МАРКИРОВКА ТОВАРОВ – РЕКОМЕНДАЦИИ

Для каких товаров следует использовать маркировку?

В каком месте и как лучше разместить бирку с меткой?

Где должна производиться маркировка?

- На предприятии, где производятся товары
- В центре дистрибуции
- В магазине

Как будет **осуществляться** процедура обработки возвратов?

Маркировка товаров RFID-метками обеспечивает полную картину о товаре на всём пути от производителя до магазина. Это позволяет автоматизировать процесс идентификации наименований товаров и обеспечить быстрое комплектование заказов продавцами. Ранее такие работы выполнялись вручную, что приводило к ошибкам. Для эффективной реализации пилотного проекта по внедрению RFID-технологии необходимо продумать стратегию и этапы нанесения RFID-меток.

Оптимальное решение – это маркировка каждого наименования, которое будет задействовано в рамках пилотного проекта. В целом, маркировка товара RFID-метками на самой ранней стадии, например на производстве, позволит компании розничной торговли добиться максимальной экономии средств. Чем раньше товар получил метку в системе поставок, тем больше информации можно будет получить о таком наименовании. Маркировка в центре дистрибуции или уже в магазине также доступна, однако нередко такой выбор приведёт к дополнительным трудовым затратам и повышению издержек на технологическое обеспечение решения.

Определите, какие наименования товаров должны получить маркировку для оптимизации пилотного проекта: необходима ли маркировка каждого наименования в магазине, для конкретного отдела, для определённого ассортимента или бренда? Лаборатория по исследованиям RFID-технологий Обернского университета предлагает следующие рекомендации:

- Если в магазине менее 50 000 наименований, тогда обеспечьте маркировку всех товаров в нескольких магазинах.
- Если в магазине более 100 000 наименований, выберите две или более категорий товаров в нескольких магазинах.
- Если в магазине 50 000 - 100 000 наименований, тогда разработайте стратегию маркировки товаров, учитывая сочетание двух вышеприведённых рекомендаций.

Например, произведите маркировку практически всех наименований в магазине или выберите несколько категорий в нескольких магазинах.

ВАЖНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Правильный выбор товаров для маркировки

Выберите дорогостоящие товары, быстрооборачиваемые товары, а также товары, которые имеют похожие, но всё же отличные каталожные номера, например обувь и джинсы. Крайне сложно получить точные оценки потенциальных выгод по результатам применения RFID-технологий, если для маркировки выбраны товары, которые требуют постоянного пополнения.

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ

5 ЭТАП: ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ, РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА И МОНИТОРИНГ



УЧИТЫВАЙТЕ СЛЕДУЮЩИЕ
ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА:

Технология

Контрольные точки

Обучение

Размеры и масштабы

Для пилотного проекта необходимо документально оформить стратегию, включая описание технологии, процедуру обучения, контрольные точки, принципы и масштабы.

ТЕХНОЛОГИЯ. Следует исходить из конкретных требований предприятия и выстраивать применение технологии с их учётом, но не наоборот. Например, ручные RFID-считыватели удобны для проведения учёта товаров, однако установленные на потолке датчики на выходе из помещения более удобны для предотвращения хищения товаров.

ОБУЧЕНИЕ. Для успешного внедрения проекта обеспечьте обучение для использования RFID-технологий в каждом магазине. Каждый продавец должен чётко понимать свою роль и ответственность, а также осознавать, насколько зависит успех пилотного проекта от усилий каждого члена команды.

КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ. Запланируйте контрольные точки реализации внедрения RFID-решения, сопоставляя результаты выполнения пилотного проекта с контрольным магазином.

МАСШТАБ. Помните, что пилотный проект по внедрению RFID-решения не ограничивается лишь устройствами считывания и RFID-метками. Проект также включает мобильные компьютеры, которые работают в сочетании с RFID-системами и направляют персоналу магазина оперативные сообщения о необходимости пополнения товарных запасов.

ВАЖНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Оценка проекта в процессе его выполнения.

Производите оценку успешности выполнения пилотного проекта и вносите коррективы по мере необходимости. Это важно для успеха проекта и получения точных данных о рентабельности внедрения RFID-технологии.

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ

ПЕРЕХОД ОТ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА К ПОЛНОМАСШТАБНОМУ ВНЕДРЕНИЮ

Компаниям розничной торговли необходимо помнить, что пилотный проект по внедрению RFID-решения – это средство для достижения цели. Цель проекта заключается в оценке рентабельности технологии и определении преимуществ по результатам масштабного внедрения технологии.



В среднем пилотный проект рассчитан на 90-120 дней. По завершении этого периода ритейлеры должны получить данные об окупаемости вложенных средств.



Каждые 30 дней необходимо оценивать результаты, которые должны соответствовать ожиданиям. При необходимости нужно вносить коррективы. Это может быть дополнительное обучение персонала, изменения в маркировке товаров, изменения в рабочей среде магазина.



Следует контролировать такие аспекты, как цикличность процедуры учёта, факты отсутствия нужного товара, оборачиваемость товарных запасов, простои, количество наименований на одну транзакцию, размер каждой транзакции и время, которое персонал тратит на поиск нужного товара в подсобных помещениях магазина.



Оценка расходов на внедрение RFID-технологии по сравнению с экономией средств, обеспеченной в процессе реализации пилотного проекта.



Рассмотрение перспектив расширения проекта: увеличение количества товарных позиций, отделов и магазинов, если это необходимо для улучшения показателей рентабельности внедрения технологии.

По завершении пилотного проекта необходимо внимательно проанализировать полученные результаты и учесть их при составлении плана по масштабному внедрению технологии. Следует помнить, что RFID-технология – это средство, но не окончательное решение. Каждый пилотный проект уникален, потому что проект предусматривает внедрение с учётом конкретных товаров, особой для каждого магазина инфраструктуры и системных возможностей. Важный фактор успеха – это возможность привлечь хорошо зарекомендовавших себя поставщиков RFID-решений, которые имеют большой опыт успешного предоставления продуктов и услуг. Опыт таких доверенных консультантов может оказаться критичным для успеха пилотного проекта и полномасштабного внедрения технологии.

ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ

ПЯТЬ ЭТАПОВ ПИЛОТНОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ RFID-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПРЕЦЕДЕНТНО ПОЛНОЙ КАРТИНЫ О ТОВАРНЫХ ЗАПАСАХ



КАК ДОБИТЬСЯ УСПЕХА В ЭРУ МНОГОКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ

Сегодня, когда на рынке отмечается рост online-торговли, компаниям розничных продаж необходимо иметь надёжную систему учёта товарных запасов. Используя RFID-технологии, компании обладают информацией о точном местонахождении товаров на всех этапах системы поставок, начиная с центра дистрибуции и заканчивая торговыми залами. Эти технологии позволяют сократить случаи отсутствия нужного товара, исключить затоваривание, обеспечить рост продаж и удовлетворённость покупателей.

Если вам требуется более подробная информация о RFID-решениях, предлагаемых компанией Zebra Technologies, посетите наш веб-сайт www.zebra.com/RFID или направьте нам запрос по адресу www.zebra.com/contact



Центральный офис в Северной Америке
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Главный офис в Азиатско-Тихоокеанском регионе
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Главный офис в регионе EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Главный офис стран Латинской Америки
+1 847 955 2283
la.contactme@zebra.com