

LOS EXHIBIDORES DE CALZADO CON EXISTENCIAS COMPLETAS LE PERMITEN A LORD & TAYLOR REALIZAR MÁS VENTAS

La tecnología RFID acelera un inventario exacto de las muestras en exhibición



Lord & Taylor se enfrentaba a un problema usual de las empresas minoristas: no se puede vender lo que no se muestra. En el mundo de la moda, con sus rápidos cambios y alta rotación, los artículos más deseables vuelan de los anaqueles y, si el área de exhibición no se reabastece de manera rápida y correcta, la próxima oportunidad de ventas también podría esfumarse.

El departamento de calzado representaba un reto especial. En la tienda insignia de Lord & Taylor, en la Quinta Avenida de Nueva York, se exhiben miles de modelos y colores de calzado todos los días. Los asociados de ventas trabajan arduamente para reabastecer el piso de ventas, pero un inventario completo de los exhibidores requería que los empleados tocarán cada zapato para registrar su código de barras, de manera que solo podía efectuarse en forma semanal. Esto significaba que podían pasar días con docenas de modelos ausentes en las muestras de exhibición. Lo irónico era que el alto nivel de tráfico y el éxito de ventas acrecentaban el problema: al vender más zapatos, más muestras en exhibición faltaban y el personal estaba demasiado ocupado atendiendo a los clientes para revisar las existencias y reponerlas.

Lord & Taylor se propuso mejorar la situación. Los expertos en RFID de Zebra les mostraron cómo hacerlo.



PERFIL DEL CLIENTE

Empresa

- Lord & Taylor
- 48 tiendas en los Estados Unidos

Industria

- Venta minorista de ropa

RESULTADOS CLAVE

- 75 % de ahorro en mano de obra para inventarios y reabastecimiento de exhibidores
- Los exhibidores de muestras en el piso de ventas ahora están completos en un 95 % o más, con escaneados diarios de existencias faltantes
- 2 % de aumento en las ventas atribuible a exhibidores más completos en el piso de ventas

“El cliente no puede ingresar en nuestro almacén. Solo puede comprar lo que ve en el piso de ventas. Por lo tanto, nuestra mayor prioridad es mantener muestras en el piso de ventas”.

Joy Weinstock, vicepresidenta
divisional de Mercadeo y Operaciones,
Calzado para Damas, Lord & Taylor

EL DESAFÍO

Incrementar las ventas mediante una mejor ejecución de la estrategia de exhibición de muestras.

Durante casi un siglo, Lord & Taylor ha sido escaparate de las más recientes tendencias de la moda en Nueva York, desde los familiares aparadores de su emblemática tienda en la Quinta Avenida. Sin embargo, un largo historial no es suficiente para mantener una posición competitiva en la industria minorista. Lord & Taylor ha mantenido su ventaja estableciendo tendencias en sus decisiones de negocios y selecciones de moda: fue la primera tienda minorista en establecerse en la Quinta Avenida, la primera en abrir una sucursal y la primera en nombrar a una mujer como presidenta de la empresa, por mencionar solo algunos ejemplos.

Hace más de 15 años, con el propósito de asegurar que hubiera muestras disponibles de todos los modelos en el piso de ventas para que los clientes pudieran ver, y comprar, cualquier zapato en existencias, Lord & Taylor hizo el cambio a un sistema de códigos de barras para manejar sus exhibidores de calzado. Con el paso del tiempo, ese sistema ayudó a mejorar la exactitud de los exhibidores del 75 % a casi el 92 %. Sin embargo, el sistema de códigos de barras no estaba cubriendo sus necesidades en años recientes.

Según Rosemary Ryan, directora de Operaciones para la región de Lord & Taylor, que incluye la tienda central, el requisito de línea de vista de los códigos de barras hacía que la revisión del piso de ventas fuera una tarea lenta que requería gran cantidad de mano de obra. “Manejamos una enorme cantidad de tallas y modelos en una amplia gama de colores. Teníamos que levantar cada zapato en el piso de ventas, girarlo para ver el código de barras, escanearlo y cargar los datos en el inventario”, explica Ryan. “Se necesitaban de dos a cuatro personas, trabajando unas seis a ocho horas cada una, para realizar un escaneado completo”.

Tampoco era fácil obtener datos útiles del proceso. Las tiendas recibían un informe semanal de todos los modelos disponibles, para que pudieran preparar el piso de ventas antes del escaneado. Después del escaneado, las tiendas recibían al día siguiente una lista con los modelos faltantes. Lord & Taylor quería un proceso diario, fácil de usar.

LA SOLUCIÓN

Mejorar los procesos de inventario y la visibilidad de las muestras para exhibición mediante RFID

El equipo de negocios de Lord & Taylor calculó que la empresa podría lograr un incremento anual del 2 % en las ventas de calzado si todas las tiendas podían mejorar la frecuencia de los recuentos del inventario en exhibición, al permitir que los clientes vieran todos los modelos de zapatos disponibles para compra en cada tienda. Rápidamente se identificó la tecnología RFID como una posible manera de alcanzar sus metas, así que comenzaron a reunirse con proveedores de RFID.

El director de Desarrollo de Negocios de RFID de Zebra recuerda, “Le entregamos a Lord & Taylor un informe de lo que la industria estaba haciendo con RFID y cómo podría aprovecharse esta tecnología para mejorar el proceso que ya tenían”. La empresa minorista seleccionó a Zebra para una prueba de demostración de concepto, de un día de duración. La demostración impresionó a los directores de Lord & Taylor, quienes rápidamente tomaron la decisión de realizar una prueba piloto de mayor escala unas semanas después.

Demostrarlo con una prueba piloto

Como preparación para la prueba piloto, se colocaron etiquetas RFID pasivas de frecuencia ultraalta (UHF) EPC Gen 2 en cada par de zapatos en el piso de ventas. Las etiquetas RFID se asociaron con los códigos de barras UPC del archivo de artículos de calzado de Lord & Taylor, brindando información completa sobre el proveedor, color, precio, fecha de recepción más reciente, etc.

Se seleccionaron lectores RFID de mano Zebra MC3190-Z para establecer la comunicación inalámbrica con las etiquetas RFID y presentar la información del calzado. Los asociados de existencias y ventas recibieron capacitación sobre el uso de las unidades MC3190-Z para encargar etiquetas, leer productos etiquetados y cargar datos para generar informes; la capacitación tardó aproximadamente una hora. Los asociados en el departamento de calzado luego leyeron las muestras con etiquetas RFID utilizando los lectores de mano, creando una base de referencia para el inventario de exhibición. Al llegar nuevos modelos de calzado, se tomaba un par de cada modelo y color del inventario para usarlo como muestra, se etiquetaba con RFID y se daba de alta para exhibición antes de colocarse en el piso de ventas.

Cada día, antes de abrir el departamento, un asociado (o dos, en las tiendas más grandes) recorría el departamento con un lector RFID de mano para hacer el inventario de calzado en el piso de ventas. Al concluir el inventario, se imprimía un informe de muestras faltantes desde una PC local para identificar todo el calzado que faltaba en el piso de ventas. Con este informe, los asociados localizaban y reponían las muestras faltantes en el piso de ventas.

SOLUCIÓN DE ZEBRA

Hardware

- Lectores RFID de mano MC3190-Z de clase empresarial



Aplicaciones

- La plataforma de solución de software RFID lleva a cabo funciones de recolección de datos, análisis comercial e informes.



Se “asocia” una etiqueta RFID en blanco con un modelo de calzado Lord & Taylor y se coloca directamente en el calzado.

LOS RESULTADOS

Inventario más rápido, frecuente y exacto

La prueba piloto le mostró a Lord & Taylor las ventajas de usar la tecnología RFID para lograr una gestión rápida y exacta del inventario. Una revisión del piso de exhibición, que antes de RFID podía requerir todo un día de trabajo, ahora podía ser realizada por una o dos personas en aproximadamente 60 minutos. Los recuentos diarios, en lugar de semanales, del inventario de muestras en exhibición ahora no solo eran posibles, sino realmente prácticos.

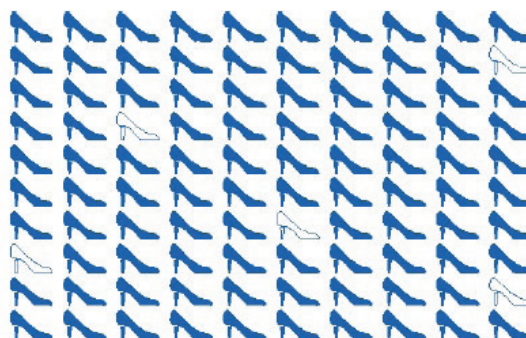
Los informes personalizados, posibles gracias a la plataforma de solución de software RFID de Zebra, también ahorran mucho tiempo. Anteriormente, las lecturas de los códigos de barras en el piso de ventas tenían que enviarse al centro de datos para procesamiento. Esto significaba que los informes tardaban un día completo en regresar al departamento. Además, los informes anteriores requerían que los asociados determinaran manualmente qué zapatos faltaban en el piso de ventas. Ahora, los informes pueden generarse desde una PC en el departamento, de manera que están disponibles de inmediato y muestran de manera exacta qué falta en el piso de ventas.

Ryan vio personalmente el poder de contar con retroalimentación casi inmediata sobre lo que está y no está disponible para que los clientes puedan verlo. "Tuvinos un fantástico día de ventas y habíamos estado trabajando duro para reponer las existencias. Como estaba aprendiendo, decidí hacer el escaneo del día yo mismo. Al imprimir el informe, noté que faltaban muchas muestras en el piso de ventas. Con solo mirar el piso de ventas, nunca lo habríamos sabido, ya que contaba con una gran variedad de fabulosos zapatos".

Ella continúa, "Al vivir una experiencia personal de este tipo, uno queda convencido. Ahora, puedo predicar las ventajas de RFID".

Resultados clave

Piso de ventas de exhibición lleno al **95 %** en todo momento



75 % de ahorros en mano de obra



2 % de incremento en las ventas



La implementación continúa

Varios meses de pruebas demostraron que, al usar RFID, el departamento de calzado de Lord & Taylor podía mantener una exactitud del 95 % o más en las muestras en exhibición. La implementación en otras tiendas Lord & Taylor comenzó casi de inmediato. La empresa ha implementado la solución en sus 48 tiendas en los Estados Unidos, y ha comenzado una implementación piloto en Hudson Bay, en Canadá.

Una de las primeras cosas que Lord & Taylor aprendió durante la implementación es que la implementación de RFID no complicada sus procesos diarios. Ryan informa, "El lector de mano es fácil de usar. Tenemos asociados de inventario, asociados de ventas, gerentes de ventas y gerentes de operaciones que usan la unidad RFID de mano, e incluso veo a un gerente general que ha aprendido a usarlo. Es muy sencillo. Es muy accesible".

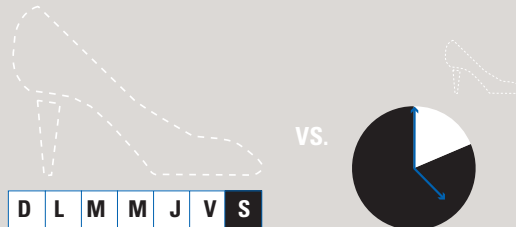
"No solo estamos ahorrando una enorme cantidad de tiempo al hacer el inventario, también somos capaces de hacerlo más frecuentemente y obtenemos resultados más específicos, de esta forma nuestros esfuerzos de reposición de existencias están más enfocados".
Rosemary Ryan, directora regional de Operaciones, Región 1, Lord & Taylor



LA TECNOLOGÍA RFID AYUDA A REDUCIR EL TIEMPO QUE UN PRODUCTO ESTÁ AUSENTE EN EL EXHIBIDOR

“El tiempo que un zapato está ausente en el piso de ventas se reduce a unas horas, en lugar de hasta seis días. Esto es un gran avance para nosotros”.

Rosemary Ryan, directora regional de Operaciones, Región 1, Lord & Taylor



Tal como lo explica Joy Weinstock, vicepresidenta divisional de Mercadeo y Operaciones, Calzado para Damas, de Lord & Taylor, “La tecnología RFID ha sido contagiosa en nuestras tiendas. Todos querían ser parte del cambio. Todos rogaban ser los siguientes”.

Mitchell Eisenberger, gerente de proyecto de Operaciones para Lord & Taylor, coincide. “Durante la implementación, la emoción fue creciendo y las demás tiendas estaban ansiosas por formar parte del cambio. ¿Cuándo podemos obtener más información? ¿Cuándo será nuestro turno para capacitación? ¿Cuándo podremos implementarlo? Esta fue la mayor señal de que estábamos haciendo algo bueno. Cuando las tiendas están felices, todos ganan”.

Mientras tanto, la empresa está analizando la posibilidad de ampliar su programa de RFID a otros departamentos. Comenta Ryan, “Estamos viendo cómo podemos hacer que funcione en nuestros departamentos de joyería. También pensamos realizar una prueba piloto en el área de equipaje este otoño, lo que sería otro éxito fácil, y en trajes para caballeros. Dondequiera que tengamos un inventario con muchos tamaños, modelos y colores que deben reponerse constantemente, la tecnología RFID ha demostrado generar grandes beneficios. Queremos cosechar esos beneficios en todas nuestras operaciones”.

Para obtener más información sobre cómo la tecnología RFID puede ayudar a mejorar procesos, obtener inventarios exactos en menos tiempo e incrementar las ventas de sus operaciones minoristas, visite nuestro sitio web en www.zebra.com/retail o acceda a nuestro directorio global de contactos en www.zebra.com/contact