

Så lyckas du med rea och utförsäljning

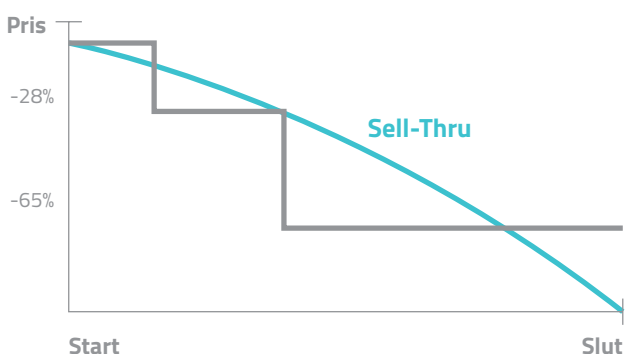
Alla handlare behöver då och då tömma hyllorna på vissa varor och göra plats för nya. Men för att en utförsäljning ska få optimala (lönsamma) resultat krävs både kunskap och en systematisk hantering.



Den som säljer säsongsvor är van att följa årets cykler och planerar (precis som konsumenterna) för återkommande reor vid vissa tider på året. Men även handlare som är helt oberoende av säsonger, väder och högtider behöver då och då bli av med varor vars livscykel har tagit slut.

Därför är det ett självklart inslag i prissättningsarbetet att då och då sälja ut vissa varor för att prioritera andra, för att möta efterfrågan och stärka marginaler och lönsamhet.

Rätt prissänkning i rätt steg, med rätt tidsfönster. Det är nycklarna till en lyckad utförsäljning.



Sätt rätt mål

Det finns många frågor som behöver besvaras om en utförsäljning ska bli lyckad. Till att börja med behöver du ha dina mål klara för dig.

- Vilka produkter ska du sälja och hur mycket?
- Vilket tidsfönster är optimalt?
- Vilken marginal har du som mål?
- Ska du maximera volymen eller vinsten?
- Hur hanterar du lokala/geografiska skillnader i efterfrågan och lagerhållning?

Svårigheten att hantera flera mål samtidigt

Om de här frågorna verkar relativt enkla att besvara blir det svårare när man lägger ihop dem och försöker vikta dem mot varandra utan ett smart system till sin hjälp.

Om man bara fokuserar på att tömma hyllorna men missar att sätta ett faktabaserat prisintervall blir resultatet sällan optimalt. Och för att sätta ett bra prisintervall behöver man inte bara ha bra kännedom om varans priselasticitet utan också kunna se vilka omgivande faktorer som påverkar en utförsäljning: väder, geografisk placering, konkurrenternas beteenden med mera.

För stelt eller för slackt

Vissa organisationer har väldigt stela strukturer som gör det svårt att snabbt påverka ett pris när en möjlighet dyker upp. Andra ger för mycket utrymme åt individuella pris-

sänkingsbeslut, något som kan leda till att marginalerna sjunker. Båda ytterligheterna gör att man tappar djup i utförsäljningen och missar både intäkter och marginaler.

Erfarenhet räcker bara så långt

Ofta är en van prissättare eller kategoriansvarig väl insatt i varornas priselasticitet av ren erfarenhet. Problemet är att den intuitionen kan slå fel när omvärlden och kundernas beteenden förändras. Det kan också leda till att man – ofta på grund av tidsbrist – bara fortsätter att göra som man alltid har gjort, även om goda resultat uteblir.

Dessutom tar det tid att manuellt sätta strategier för utförsäljningar, utvärdera och förbättra dem. Det är inte alltid så att intäkterna motiverar långa kedjor av manuellt och tidskrävande arbete.

Få koll på priselasticitet och geografiska skillnader. Det hjälper dig att sätta rätt pris redan från början – i rätt tid.



Den viktiga tajmingen

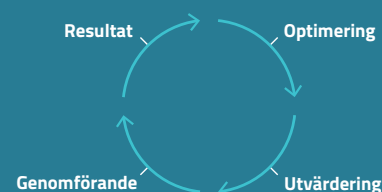
Ett vanligt misstag är att påbörja utförsäljningen för sent med för låg prissänkning. I nästa steg upptäcker man misstaget och hamnar ohjälpligt efter: med för sena och för djupa prissänkningar. Ofta beror det på att man saknar den överblick som behövs för att sätta rätt pris redan från början – och att göra det i rätt tid. Många saknar system för att kunna göra realistiska prognoser och bedöma vad en prisjustering inom ett visst tidsfönster skulle innebära.

Systematisering ger rätt prisnivå

Det moderna sättet att hantera alla de här problemen är att ha ett smart prissättningssystem som stöd. Först hämtar systemet in alla de värden som är kända idag. Därefter har du programvaran till din hjälp för att förstå vad som är ett optimalt pris i varje steg.

Med lösningen **Markdown** kan systemet också med hjälp av maskininlärning visualisera mönster och trender över tid. På det sättet får du inte bara en systematisk och förbättrad hantering av mycket manuellt arbete ni gör idag.

Ett smart prissättningssystem låter dig förutse resultaten. Jobba dynamiskt med fakta som grund – det optimerar resultat och lönsamhet.



Du vinner på köpet nya värdefulla insikter som ett mänskligt öga – eller ett enklare system – skulle ha missat.

Förutse resultat och jobba dynamiskt

Plötsligt kan du göra prediktiva utsagor och helt enkelt förutse hur en prissänkning med t ex 20% inom en viss kategori och vara skulle påverka försäljningen inom givna tids- och geografiska ramar. Det ger en faktabaserad trygghet som hjälper dig att slippa halka sist i priskriget när det väl blir reatider.

Dessutom, med moderna och avancerade systemstöd kan du jobba mer dynamiskt. Du behöver inte låsa dig till beslut månader innan utförsäljningen genomförs utan kan löpande kalibrera, optimera och förbättra prisstrategin utifrån vad verkligheten säger.

Markdown hjälper dig att

- Systematisera utförsäljningsarbetet
- Snabbt hitta rätt tidsfönster
- Säkra rätt prisläge och nivåer i pristrappan
- Förstå var efterfrågan är högst
- Optimera resultat och lönsamhet

Markdown är en molnbaserad webblösning som bygger på IBMs välkända intelligenta Watson-system. Löpande rapporter ger dig överblick och kontroll med en knapptryckning. Samtidigt gör systemet det möjligt att jobba mycket mer finmaskigt och dynamiskt på ett strukturerat sätt.

Alla datakällor som till exempel centrala och lokala lager integreras sömlöst i ett och samma system. Resultatet blir bättre efterfrågeprognoser och en smartare allokering av resurser.



Shop Direct har en årlig omsättning på över 22 miljarder SEK och är näst största onlinehandlare i Storbritannien. De säljer kläder, elektronik, leksaker, husgeråd och trädgårdsprodukter med mera. Shop Direct använder Markdown för att:

- Identifiera de bästa utförsäljnings-kandidaterna med stöd av webbanalys.
- Optimera djup och intervall för varje vara med hänsyn till intäkterna.

- Validera och justera optimeringen baserat på särskilda restriktioner.

De har valt **Markdown** av många anledningar. Bland dem snabbheten i utvecklingen av programvaran med ständiga förbättringar och möjligheten att med kort framförhållning få systemet att ta hänsyn till kundens specifika restriktioner och krav.



Nyfiken? Vill du veta mer om Markdown? Vi kan göra ett enkelt Proof of Concept för dig med dina egna data. Enkelt och värdefullt. Hör av dig till mig så pratar vi mer.



Kontaktperson

Kim Quarnström

+46 (0)709 736 622

kim.quarnstrom@load.se