

Filialen fair bewerten und „benchmarken“ auf Basis ihres wahren Potentials

Issue

Filialen weisen untereinander typischerweise große Unterschiede in der Flächenproduktivität auf. Gepaart mit dem Fehlen von objektiven Maßstäben stellt das Benchmarking bestehender Lokationen eine große Herausforderung für alle Arten von Filialisten dar (Einzelhandel, Systemgastronomie, Coffee Shops, Tankstellen...). Hohe Wettbewerbsintensität, wie im Konsumgüterhandel, verstärkt das Problem – Ertragspotential aufgrund „hausgemachter“ Produktivitätsunterschiede bleibt ungenutzt.

So auch bei unserem Klienten, einem der größten Konsumgüter-Einzelhändler in Deutschland nach Anzahl Filialen, mit einem starken Food-Segment und einem schnell rotierenden Angebot an Non-Food Produkten.

**5-10%
Gesamtanstieg der
Flächenproduktivität**

Jährliche Analysen haben gezeigt, dass die Flächenproduktivität der einzelnen Filialen sehr unterschiedlich ist. Leider ergaben frühere betriebliche Verbesserungsprogramme unter Einbeziehung der Filialleiter eher durchwachsene Ergebnisse. Als einer der Gründe wurde erkannt, dass es an objektiven Maßstäben fehlt, um verlässlich die „underperformer“ (=unter ihrem Potential!) zu identifizieren.

Challenge

Es war erforderlich, die wirklich charakteristischen Einflussfaktoren der Flächenproduktivität zu finden und das wahre Potential jeder einzelnen Filiale als Benchmarking-Standard festzusetzen.

Analyx implementierte seine Lösung *LocationWorx* zusammen mit dem Klienten. Das Produkt verbindet jahrelange Erfahrung in der pragmatischen Beratung des Handels mit moderner statistischer Geo-Analytik. So war das Team in der Lage, die Einflussfaktoren und das wahre Potential jeder Filiale belastbar zu bestimmen.

Solution

Daraufhin:

- Berechnung der Differenz zwischen der tatsächlichen und der angestrebten Leistung (filialspezifischer Benchmark statt irgendein Top-Performer!),
- darauf aufbauend Identifikation objektiv messbarer Gründe für die Abweichung, um das regionale Management und die Filialleiter dabei zu unterstützen, passende Maßnahmen zur Verbesserung der Filialleistung zu finden und
- Erstellung filialspezifischer Verkaufsziele für die Zukunft.

Impact

Die Implementierung der erarbeiteten Verbesserungs-Maßnahmen erbrachte einen budgetierten **Gesamtanstieg der Flächenproduktivität von 5-10%** für das Folgejahr. Das Management kann nun spezifisch für jede Filiale die Hauptgründe für den Unterschied zwischen tatsächlicher Leistung und Potential greifen. Zusätzlich wurde eine solide Basis für objektive, und damit faire Diskussionen mit den Filialleitern geschaffen.

Contact

Bernhard von Skerst (Europe)
bernhard.vonskerst@analyx.com
phone: +49-171-226-46-70
skype: analyx19



Dr. Oliver Bandte (U.S.)
oliver.bandte@analyx.com
phone: +1-617-763-8082
skype: analyx26

