



Cinco pasos para realizar una prueba piloto con la tecnología RFID para obtener una visibilidad de inventario sin precedentes

REINVENTAMOS LA PRECISIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN DEL INVENTARIO

Para ser competitivo en el mundo del comercio minorista, es fundamental tener una visibilidad de inventario casi perfecta para transformar la experiencia del cliente. Hoy en día, la precisión del inventario en todos los sectores del comercio minorista, desde tiendas departamentales, tiendas especializadas y supermercados hasta grandes cadenas, vendedores de indumentaria y tiendas de electrónicos está alrededor del 60%, según el laboratorio de RFID de la Universidad de Auburn.¹ Esa falta de precisión hace que los minoristas pierdan potenciales ventas y pongan en riesgo la fidelidad de sus clientes. ¿Cómo pueden los minoristas abordar este problema? La tecnología RFID o identificación por radiofrecuencia es 10 veces más eficiente para el recuento cíclico y puede llevar la precisión del inventario en toda la cadena de suministro a un 99,5%, lo que permite a los minoristas competir en este mundo omnicanal.

¹ Laboratorio de RFID de la Universidad de Auburn, Consideraciones clave para las pruebas e implementaciones de la tecnología RFID.

IMPULSAR LA EFICIENCIA Y LA PRECISIÓN DEL INVENTARIO

La significativa cifra de 427 mil millones de dólares en ventas por comercio electrónico está complicando, como nunca antes, a las cadenas de suministro de los minoristas.² Para ser competitivos en un entorno omnicanal con presencia física y digital de consumidores, es fundamental que la visibilidad del inventario sea casi perfecta, desde el almacén hasta la tienda.

La tecnología RFID puede rastrear el inventario en mucho menos tiempo y fue diseñada para satisfacer las necesidades del comprador actual, que espera una experiencia sin interrupciones, ya sea que esté comprando desde su teléfono móvil, computadora portátil o en la tienda. La tecnología también brinda a los comerciantes la herramienta que necesitan para atender la creciente demanda del consumidor por retirar en la tienda compras que hayan hecho en línea y, a su vez, reducir las pérdidas.

Cuando hablamos de implementar la tecnología RFID, lanzar un programa piloto en tiendas y departamentos puede ayudar a los minoristas a medir de forma efectiva los beneficios y el ROI del uso de RFID antes de implementar la tecnología por completo. Esta guía describe los cinco pasos fundamentales que se deben tomar para efectuar una prueba piloto exitosa.

CINCO PASOS PARA UNA PRUEBA PILOTO DE RFID EXITOSA



² Business Insider, la Federación Nacional de Minoristas estima un crecimiento del 8-12% en el comercio electrónico de EE.UU. en 2017.

PASO 1:

FIJAR METAS CON UN LISTADO DE INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)



3 FACTORES DETERMINANTES PARA EL NEGOCIO:

- 1 Reducir la falta de inventario
- 2 Mejorar los índices de conversión
- 3 Aumentar las ventas

Para el minorista, determinar el resultado que tendrá la implementación de la tecnología RFID es el primer paso para comprender todos los posibles beneficios que traerá a su negocio. Mejorar la precisión del inventario es una meta universal y la razón principal por la que los minoristas adoptan la RFID. Concéntrese en los 3 factores determinantes para el negocio de esta tecnología: reducir la falta de inventario, mejorar los índices de conversión y aumentar las ventas. Los beneficios adicionales, como la prevención de pérdidas, pueden considerarse beneficios secundarios; sin embargo, es importante medir el éxito de la prueba piloto en base a los parámetros identificados.

Compare sus metas estratégicas con un listado completo de indicadores clave de rendimiento (KPI) de la tecnología, como los resultados obtenidos por el laboratorio de RFID de la Universidad de Auburn ³:

- Reducir la falta de inventario en un 60% a 80%
- Mejorar los índices de conversión hasta en un 92%
- Aumentar las ventas entre un 4% y 21%
- Cortar el tiempo de recepción de envíos de inventario hasta en un 91%
- Reducir dramáticamente el tiempo de recuento de ciclos de inventario en un 75% a 92%
- Disminuir los costos de llevar inventario en un 30% a 59%
- Incrementar las unidades y los dólares por transacción en un 19% y un 6%, respectivamente

CONSIDERACIÓN IMPORTANTE



Mantenga el enfoque en la prueba piloto. Elija un máximo de tres objetivos estratégicos y sus correspondientes indicadores de rendimiento.

³ Estudios del laboratorio de RFID de la Universidad de Auburn, RFID.auburn.edu.

PASO 2: EVALUAR LAS NECESIDADES DE VISIBILIDAD DEL INVENTARIO



IDENTIFICAR LOS PUNTOS DÉBILES POR:



TIENDA



DEPARTAMENTO



ARTÍCULO

Embarcarse en una prueba piloto de RFID comienza con la identificación de los puntos débiles a fin de determinar qué soluciones de visibilidad son necesarias, lo que variará según el minorista.

MANTENGA LOS ESTANTES ACTUALIZADOS: ¿Existe un artículo específico en la tienda con constante escasez de inventario? ¿Hay algún estante en una tienda de ropa que está siempre desordenado, faltan tallas, colores y modelos y no cumple con el acuerdo de estética visual del proveedor? En estos casos, un minorista podría considerar una prueba piloto con RFID diseñada para mejorar los estándares de comercialización para las categorías de productos que requieren mucho trabajo.

OPTIMICE LA OPCIÓN DE COMPRAR EN LÍNEA Y RETIRAR EN LA TIENDA: ¿Usted ofrece la opción de comprar en línea y retirar en la tienda? Hoy en día, uno de cada tres consumidores pasa a retirar por la tienda sus compras en línea.⁴ Si localizar la mercadería en la tienda es un proceso largo y arduo, utilizar RFID podría reducir los tiempos de reposición y traslado del inventario desde el almacén de la tienda o el salón de venta hasta el lugar donde el cliente retirará su pedido. La tecnología RFID es fundamental para lograr un entorno omnicanal exitoso.

OBTENGA AHORRO DE COSTOS: La tecnología RFID también genera ahorros a los minoristas al permitirle a los empleados de la tienda completar pedidos en línea. Eso es porque, como principio general, realizar los pedidos en línea dentro de la tienda, en lugar de hacerlo desde el centro de distribución, es mucho menos costoso para el comerciante.

BRINDE DISPONIBILIDAD EXACTA DE SU INVENTARIO: Una de las principales demandas del consumidor es la posibilidad de averiguar en línea si un artículo está disponible en una tienda determinada. Sin embargo, solo el 28% de los minoristas ofrecen ese servicio.⁵ Con la tecnología RFID, esa visibilidad en tiempo real en relación al artículo y a la tienda ahora es posible.

PERSONALIZAR SU ESTRATEGIA PILOTO:

CASO DE ESTUDIO 'BON-TON'



Las tiendas Bon-Ton se propusieron mejorar la experiencia del comprador y la eficiencia de las ventas en sus departamentos de calzado y equipaje. Los empleados de la tienda no contaban con los datos y el tiempo necesarios para reponer la mercadería con exactitud. Hasta un 20% de los productos disponibles no se podía localizar durante una semana particular, lo que resultaba en pérdida de ventas.

Para automatizar el proceso de cumplimiento de reposición, Bon-Ton realizó una prueba piloto con la tecnología RFID en 3 tiendas, que luego se expandió a 150 tiendas adicionales. Hoy en día, la reposición de estantes se realiza en una fracción del tiempo, lo que requiere menos trabajo, mejora el servicio al cliente e incrementa las ventas.

⁴2017 Guía del Comprador de Zebra, Accenture, Los clientes de comercio minorista quieren saber, ¿usted se esta adaptando?

PASO 3: GARANTIZAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES CLAVE



PARTICIPANTES CLAVE EN EL COMERCIO MINORISTA:

Comercialización

Cadena de suministro

Cumplimiento omnicanal

Tecnología informática

Prevención de pérdidas

Adquisición

Empleados de la tienda

La tecnología RFID tiene funciones críticas en todos los departamentos, ya que la visibilidad es fundamental para muchas partes de la operación minorista. Una prueba piloto de RFID efectiva requiere de la participación de todos aquellos involucrados en la organización, que puede significar la colaboración entre grupos que nunca antes habían trabajado juntos.

La tecnología RFID involucra la comercialización, la cadena logística y de suministro, el cumplimiento omnicanal, la tecnología informática, la prevención de pérdidas y en las funciones de adquisición, entre otros. Una prueba piloto de RFID puede ser dirigida por cualquier jefe de departamento, como un director de TI o director de operaciones a puestos emergentes como un director de entorno omnicanal. Sin importar el cargo, es importante elegir a un líder definido para la prueba.

Cuando hablamos de comunicar los beneficios de la precisión del inventario a través de la tecnología RFID, ya sea para permitir la selección de mercadería en la tienda, cumplir con los pedidos 'comprar en línea y retirar en la tienda', ver un aumento en las ventas o localizar el inventario rápidamente para un cliente que está esperando, convencer a los principales participantes de hacer una prueba piloto de RFID es fundamental para maximizar el éxito.

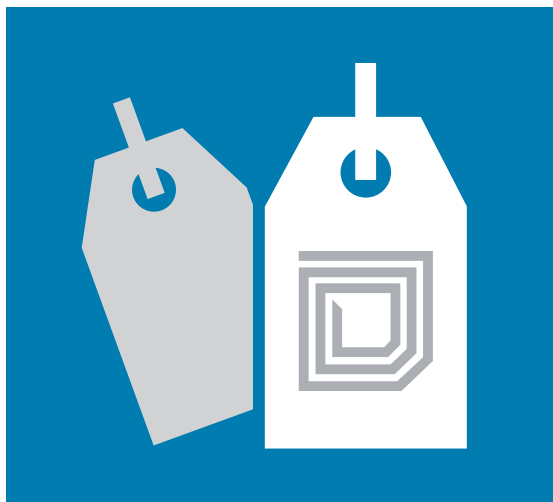
CONSIDERACIÓN IMPORTANTE



Equipe adecuadamente a su gente y a sus socios.

La implementación de la tecnología RFID beneficia a múltiples departamentos, desde la comercialización hasta la cadena de suministro. Asegúrese de que todos los departamentos pertinentes participen de la prueba piloto y que su proveedor de software esté preparado para abordar las diferencias entre el código de barras tradicional y los datos RFID.

PASO 4: DEFINIR LOS REQUERIMIENTOS DE ETIQUETADO



CONSIDERACIONES DE ETIQUETADO:

¿Qué artículos deben ser etiquetados?

¿Cuál es la mejor ubicación y orientación para colocar una etiqueta?

¿Dónde se realizará el etiquetado?

- En la planta de manufactura
- En el centro de distribución
- En la tienda

¿Cómo se procederá con las devoluciones ?

El etiquetado de inventario permite la visibilidad de cada artículo desde ‘el origen hasta la tienda’, y además automatiza la verificación de productos y los procesos de retiro de pedidos de los empleados de la tienda que anteriormente se hacían de forma manual y estaban sujetos a errores humanos. Establecer una estrategia de etiquetado para los productos y determinar las necesidades de etiquetado es fundamental para lograr una prueba piloto de RFID efectiva.

Las mejores prácticas indican que todos los artículos dentro del área de la prueba piloto deben ser etiquetados. Por lo general, el etiquetado RFID desde el origen, al momento de su fabricación, genera el mayor ahorro de costos para el comerciante. Cuanto más arriba en la cadena de suministro se produzca el etiquetado, mayor visibilidad tendrá el artículo. Etiquetar en el centro de distribución, así como en las tiendas, es posible pero generalmente trae costos adicionales de mano de obra y tecnología.

Evalúe qué debe ser etiquetado para optimizar la prueba piloto: ¿Es necesario que cada artículo sea etiquetado en la tienda? ¿Un departamento específico? ¿Una línea o marca en particular? El laboratorio de RFID de la Universidad de Auburn ofrece las siguientes pautas:

- Si hay menos de 50.000 artículos en una tienda, etiquete todos los artículos de unas pocas tiendas.
- Si hay más de 100.000 artículos en una tienda, elija dos o más categorías de productos en varias tiendas.
- Si una tienda tiene disponibles entre 50.000 y 100.000 artículos, establezca una estrategia de etiquetado que combine las dos anteriores.

Por ejemplo, etiquete casi todos los artículos en una tienda, o etiquete varias categorías en varias tiendas.

CONSIDERACIÓN IMPORTANTE



Concéntrese en los productos adecuados.

Opte por bienes valiosos y con alto índice de recambio, así como aquellos con SKU o códigos de artículo que parecen iguales pero son distintos, como zapatos y pantalones de mezclilla. Es difícil medir con exactitud el beneficio potencial de la tecnología RFID si se prueba en productos con necesidades de reposición evidentes.

PASO 5:

IDEAR UNA ESTRATEGIA, EJECUTAR Y MONITOREAR



Documente la estrategia de ejecución de su prueba piloto, incluyendo la tecnología, el entrenamiento, los puntos de control, los principios y el alcance.

TECNOLOGÍA: Asegúrese de que sus necesidades impulsen la tecnología empleada, y que no sea al revés. Por ejemplo, los lectores RFID de mano son aptos para el recuento cíclico, pero los sensores montados en el techo en las salidas de la tienda son más adecuados para la detección de pérdidas.

ENTRENAMIENTO: Proporcione en cada tienda entrenamiento práctico de RFID para garantizar el éxito de la implementación. Cada empleado debe tener claro sus funciones y responsabilidades y saber lo importante que es su esfuerzo para el éxito de la prueba.

PUNTOS DE CONTROL: Establezca puntos de control para la prueba piloto de RFID comparando los resultados con una tienda control.

ALCANCE: Recuerde que una prueba piloto de RFID es más que simplemente lectores y etiquetas. También incluye computadoras móviles que funcionan en conjunto con los sistemas de RFID y envían mensajes en tiempo real a los empleados de la tienda para reponer el inventario.

CONSIDERACIONES DE EJECUCIÓN:

Tecnología

Puntos de control

Entrenamiento

Dimensiones y alcance

CONSIDERACIÓN IMPORTANTE



Evalúe a medida que avanza.

Evalúe su prueba piloto de RFID a medida que va avanzando y haga correcciones cuando sea necesario para garantizar una buena implementación y una buena medida del ROI del caso práctico.

DE PRUEBA PILOTO A IMPLEMENTACIÓN

Para el minorista, es importante recordar que una prueba piloto de RFID es un medio para alcanzar un objetivo, que es evaluar el retorno sobre la inversión de esta tecnología y determinar el beneficio de una implementación completa.



Una prueba piloto promedio dura entre 90 y 120 días, y los minoristas deberían generar un ROI en ese período de tiempo.



Los minoristas deben medir los logros cada 30 días para garantizar que los resultados recibidos cumplan con las expectativas y para que se puedan realizar ajustes si fuera necesario. Como por ejemplo, entrenar a más personal, cambios en la aplicación de las etiquetas y cambios ambientales.



Los puntos principales a tener en cuenta son los recuentos de inventario, la falta de inventario, el volumen de venta, los tiempos de espera, las unidades por transacción, el efectivo por transacción y los tiempos de búsqueda en el almacén.



Compare el costo de la implementación con los ahorros que resultan del uso de la tecnología RFID durante la prueba piloto.



Considere ampliar la prueba piloto a más artículos, departamentos y tiendas, si es necesario, para demostrar aún más el ROI.

Al finalizar la prueba piloto, revise con cuidado todo lo aprendido e incorpórelo en un plan de implementación total. Recuerde que la tecnología RFID le da las herramientas, pero no es la solución completa. Cada prueba piloto es una experiencia muy individual basada en sus productos, entorno y capacidades de sistemas. Utilizar proveedores de RFID con una sólida trayectoria y cuyos productos y servicios hayan tenido éxito en implementaciones reales es de suma importancia. La experiencia de estos 'asesores de confianza' puede ser decisiva en el éxito o fracaso de su prueba piloto e implementación a escala total.



PROSPERAR EN LA ERA OMNICANAL

Tener visibilidad del inventario nunca ha sido más importante en un entorno minorista transformado por el aumento de las compras en línea. Con la tecnología RFID, los minoristas pueden rastrear la ubicación precisa de su mercadería a lo largo de toda la cadena de suministro, desde el centro de distribución hasta el salón de ventas, y así reducir de forma dramática el exceso y la falta de inventario, mientras que aumentan las ventas y mejoran la satisfacción del cliente.

Para más información sobre el portafolio de RFID
o comuníquese con nosotros en info@soyldm.com