

Workshop

Un evento di *Consulmarketing* SpA
in media partnership con *Largo Consumo*

Merchandising nuovi gli scenari, nuove le regole

25 Ottobre 2012

L'industria e la distribuzione

guidare la convergenza di interessi nelle attività sul punto vendita

25 OTTOBRE 2012

STEFANO FINA

Direttore Commerciale
Consulmarketing

1 - Scenario

2 - Industria e Distribuzione

3 - Il ruolo del merchandiser

4 - Risultati



In 20 anni molti sono stati i cambiamenti del contesto in cui operiamo



Il consumatore è sempre più attento
quando entra in un pdv: da esperienza
emozionale a spesa programmata

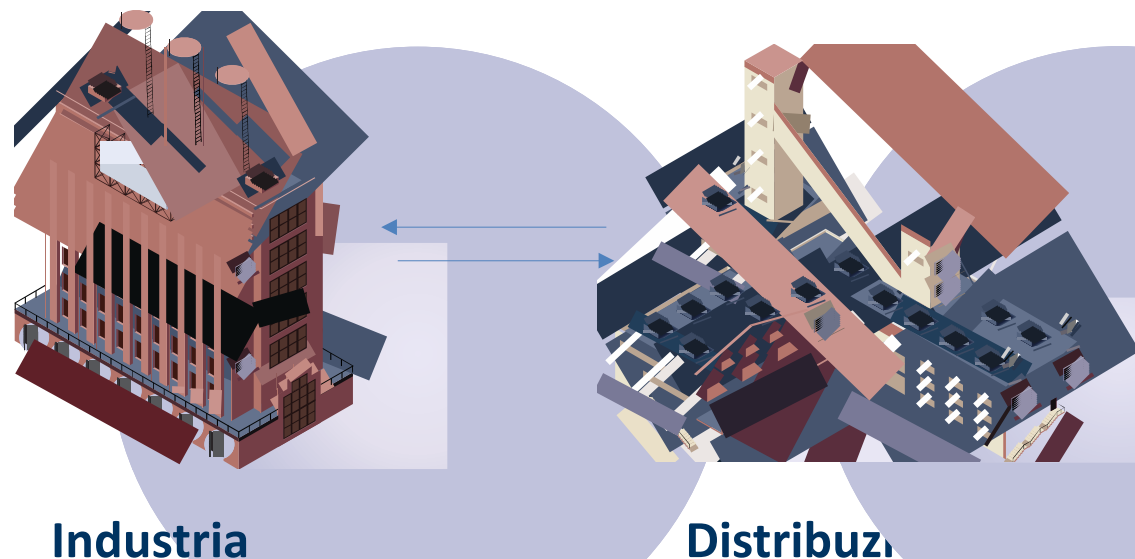


Segnali di contrazione della spesa media
della famiglia italiana

- 1 - Scenario
- 2 - Industria e Distribuzione**
- 3 - Il ruolo del merchandiser
- 4 - Risultati



Controllo industria e distribuzione



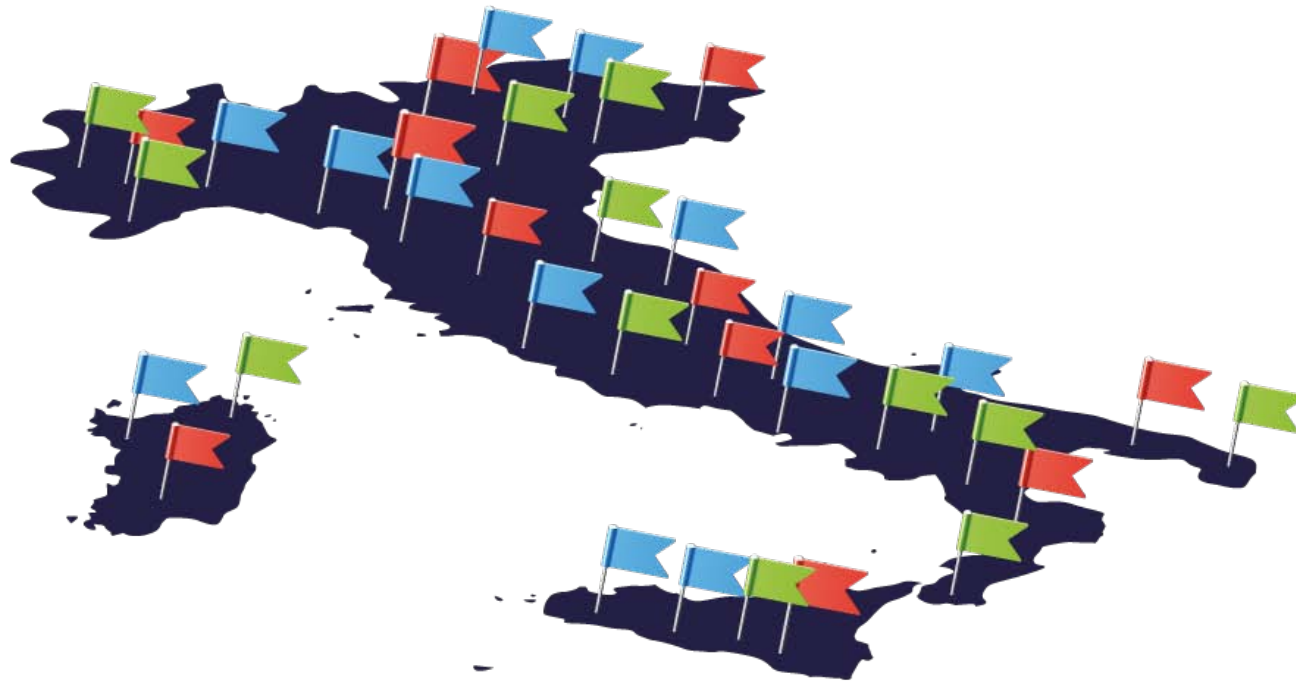
Gli accordi siglati fra industria e distribuzione non si ribaltano automaticamente.

I motivi sono diversi:

La 'distanza' fra dove si sottoscrive l'accordo e i pdv della Catena può essere molto alta.

Inoltre è complesso trasferire l'accordo sul territorio nazionale (supercentrale, centrale, associato, pdv) e direttamente sullo scaffale.

Complessità territoriale italiana



La distribuzione italiana resta anomala nel panorama europeo:

- Alta frammentazione e forte territorialità;
- Store format molto diversi e dunque con assortimenti non omogenei;
- I costi di 'mantenimento' dello scaffale sono alti sia per l'industria che per la distribuzione (display, ordini, logistica, assortimento, ...).

L'importanza dello scaffale



Uno scaffale ottimale non garantisce una buona performance ma un pessimo scaffale quasi certamente porta a risultati di fatturato negativi, sia per l'industria che per la distribuzione.

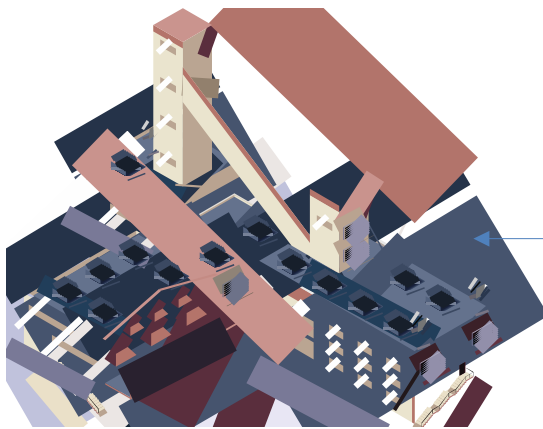
Il presidio dello scaffale non può essere improvvisato:

- Occorrono persone specializzate;
- Gli obiettivi devono essere concreti e misurabili;
- Necessita di una forte relazione tra l'industria e il pdv.

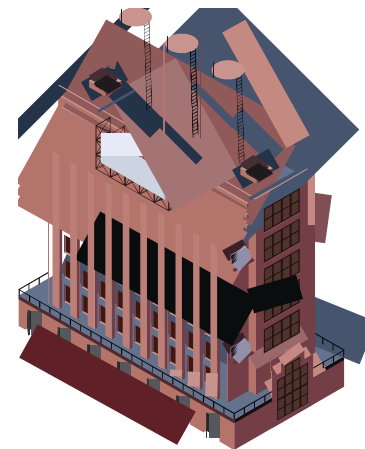
- 
- 1 - Scenario
 - 2 - Industria e Distribuzione
 - 3 - Il ruolo del merchandiser**
 - 4 - Risultati

Il Merchandising

Distribuzione



Industria



In questo scenario il punto vendita, su cui dovrebbero concentrarsi gli sforzi maggiori, rischia di essere presidiato sempre meno da entrambi gli attori.

Il Ruolo del Merchandiser

Il **pdv** e lo **scaffale** sono sempre più terreno di battaglia e dunque non è più sufficiente 'limitarsi' ad una buona gestione degli ordini.



Il Merchandiser può giocare un ruolo fondamentale sull'ottimizzazione di queste leve:

Facing

Promozione

Assortimento

Prezzi

Out of stock

Esposizione

Il Merchandiser specialista

Presidio

Ottenere il meglio sul pdv grazie ad un presidio continuo ed alla relazione costante con il distributore, rispettando gli obiettivi fissati dall'industria

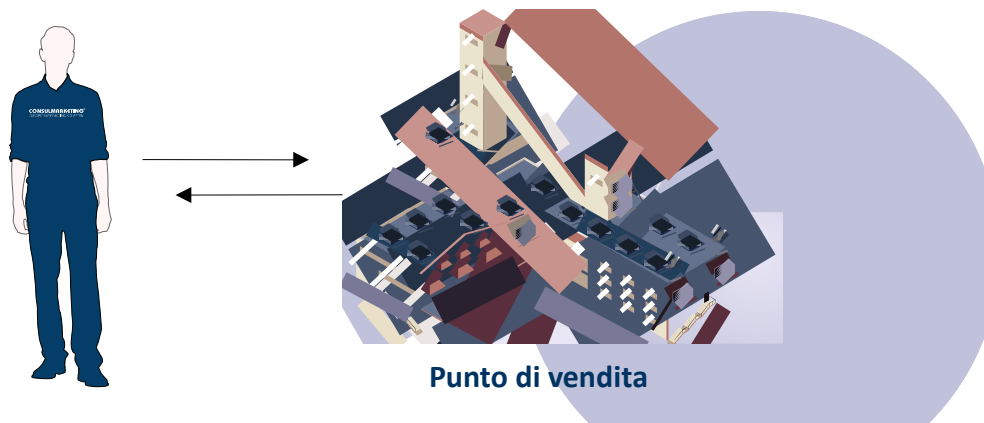
Relazione


Capacità di dialogare con l'industria e la distribuzione evidenziando eventuali criticità in relazione all'attività concordata

Informazione

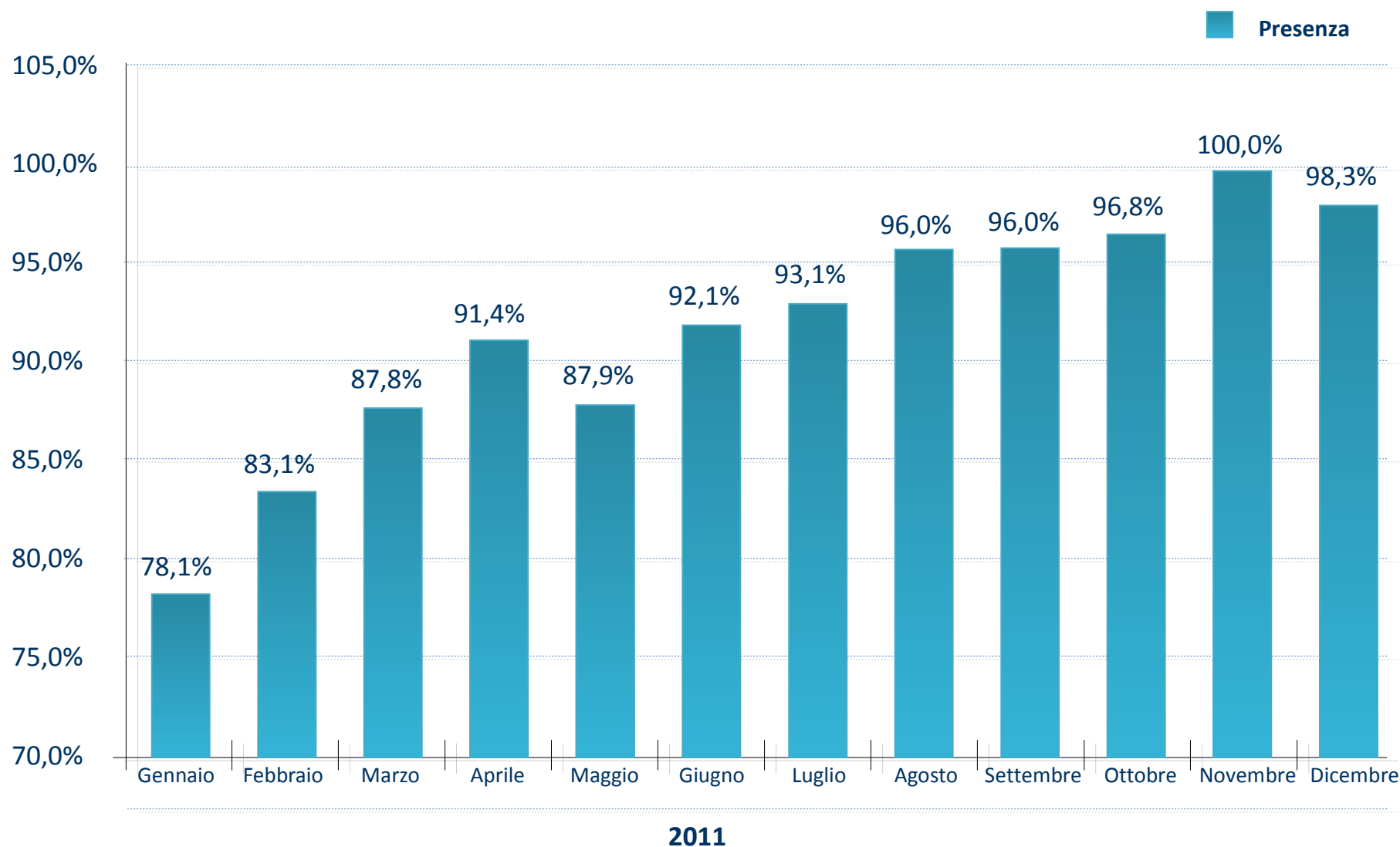
Trasmettere all'industria le informazioni necessarie a valutare la correttezza della strategia definita sull'insegna/pdv

Si può fare tutto ciò utilizzando figure professionali improvvisate e con un rapporto di collaborazione non stabile? **NO**



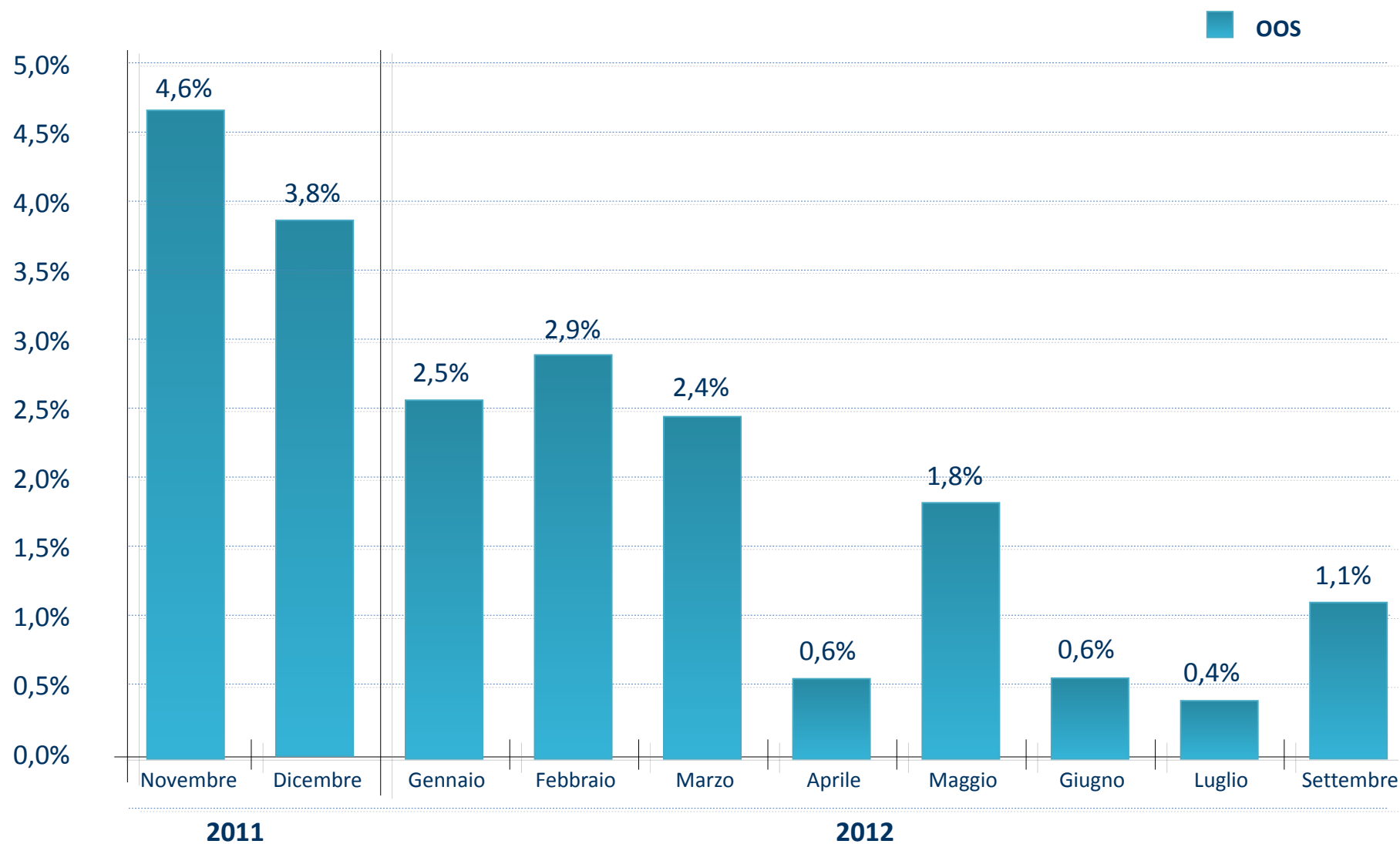
- 
- A photograph of a business meeting. Three people in white shirts are seated around a grey table. One person is typing on a silver laptop. Another is pointing at a document with a pen. A third is holding a pen. The document has pie charts and line graphs. A semi-transparent grey box is overlaid on the bottom left of the image.
- 1 - Scenario
 - 2 - Industria e Distribuzione
 - 3 - Il ruolo del merchandiser
 - 4 - Risultati**

Presenza assortimento concordato con l'Insegna



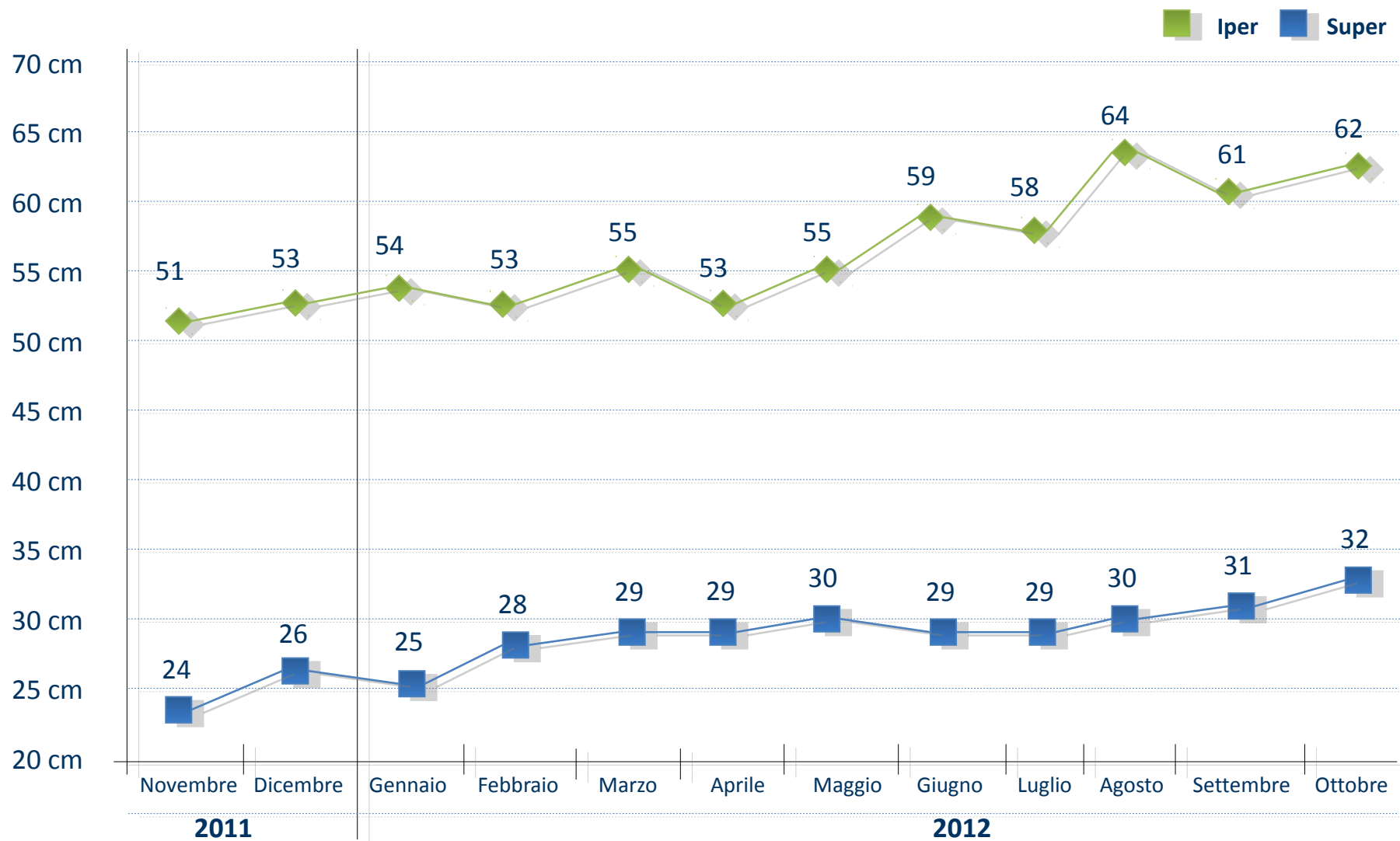
Fonte: Consulmarketing

Andamento OOS



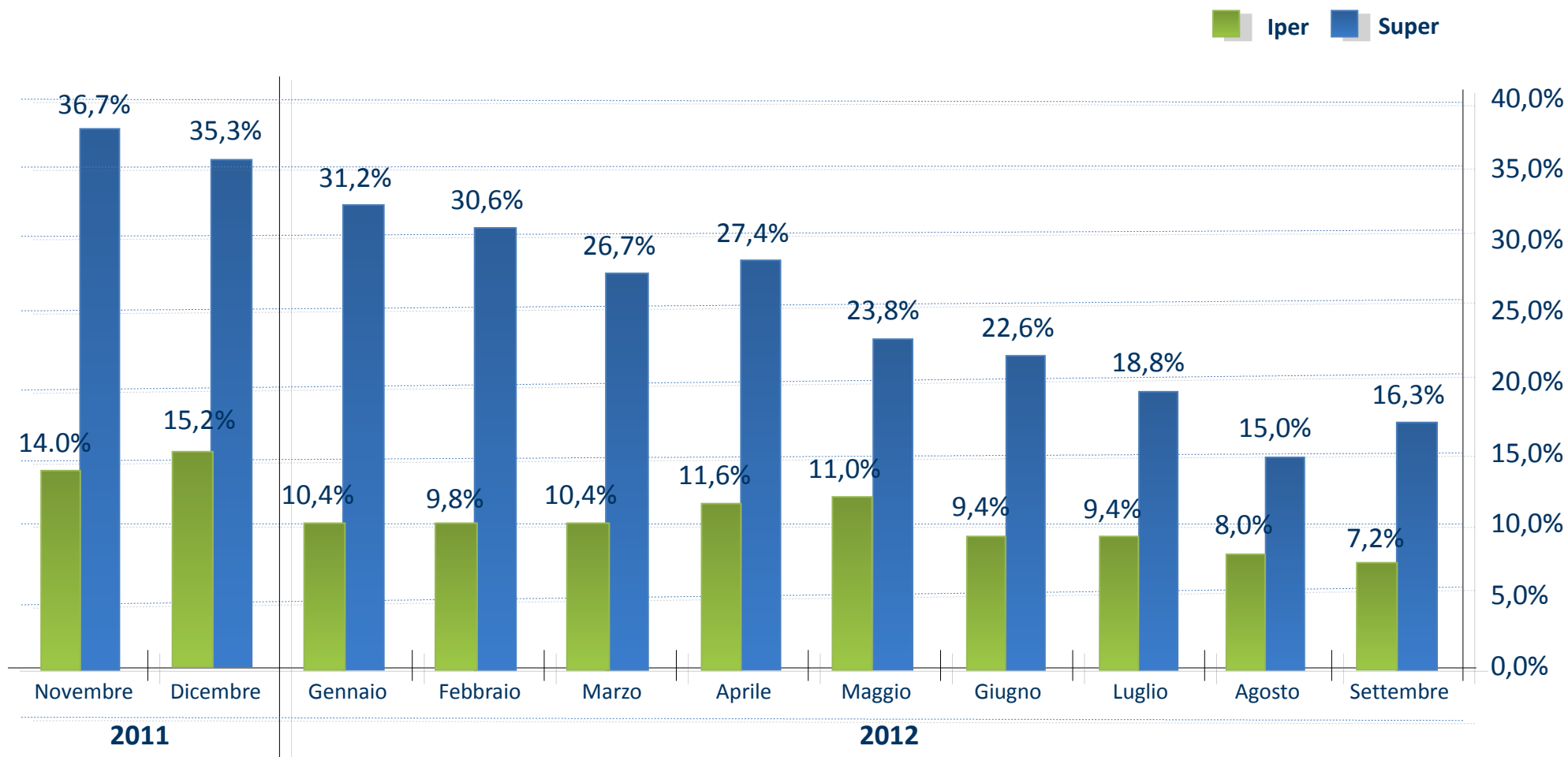
Fonte: Consulmarketing

Andamento facing per store format



Fonte: Consulmarketing

Evoluzione delle referenze mancanti



Fonte: Consulmarketing