

Analyse bis auf Artikelebene

Das Benchmarking von Hachmeister + Partner geht nun noch mehr in die Tiefe

Statistisch valides Benchmarking mit sensibler Diskretion zählt zu den Kernkompetenzen der Bielefelder Unternehmensberatung Hachmeister + Partner (h+p). In die selbstentwickelte Plattform 'hap' – Hachmeister + Partner Analyse Portal – fließen Daten von über 900 Mode-POS ein, die zusammen mehr als 7,5 Milliarden Euro Einzelhandelsumsatz repräsentieren. Zudem werden Datenpanels des Schuh- und Sporthandels, von Monomarken-Stores, des E-Business sowie ein Kundenkartenportal betrieben, das anonymisiert das Kaufverhalten von über 2,8 Millionen Konsumenten abbildet.

Um den Modehandel noch besser bei seinen Entscheidungen zu unterstützen, wurde das hap jetzt um ein weiteres Tool erweitert: die



Marc Unterbrink, Senior Manager Benchmarking und Controlling bei Hachmeister + Partner: „Wir liefern verlässliche Informationen – immer schneller und detaillierter.“



Frank Ganzasch, Geschäftsführender Gesellschafter von Hachmeister + Partner: „Benchmarking-basiertes Ordermanagement ist die Zukunft.“

werten des Markts – gegenübergestellt werden, und zwar inklusive Größen und Farben. Weiterer Pluspunkt: „Wir haben auch den Analyse-Rhythmus von der Monats- auf die Wochenebene erhöht. Denn schließlich

Welche Artikelrends gibt es? Was sind die Renner und Penner? Auf Basis der gesicherten Daten kann der Händler schnell reagieren: den Bestand optimieren, die Abschriften steuern und Nachorders platzieren. Die Funktion 'Artikel-to-watch' zeigt Produkte an, die sich im Wettbewerb hervorragend entwickeln, aber nicht Bestandteil des eigenen Sortiments sind. Noch nicht? Vielleicht sollte man sie einmal genauer ins Auge fassen? Darüber hinaus wurden weitere KPIs eingebunden, wie beispielsweise Abverkaufs- und Retourenquoten oder auch Reichweiten. Letztere zeigen an, wie lange der Bestand reicht, wenn sich der Abverkauf wie bisher fortsetzt.

Großen Wert hat das h+p-Team auf die Interaktivität der Analysemöglichkeiten gelegt. Ganz nach Wunsch lassen sich die Daten sortieren und selektieren. Auch die unternehmensindividuelle Struktur der jeweiligen Nutzer wird berücksichtigt. Grafisch ansprechend ist das Ganze überdies. „Sehr plakativ ist zum Beispiel die sog. Artikel-Heatmap, eine Kachel-Darstellung mit Drill-down-Funktion, die sich angefangen vom Sortimentsbereich bis hin zu den Artikeln einer Marke vorarbeitet“, berichtet Marc Unterbrink.

Logischer nächster Schritt aus Sicht von Frank Ganzasch ist es, die Artikel-Benchmarks nicht nur zur Steuerung innerhalb der Saison, sondern auch für die Optimierung der nächsten Order zu nutzen. Anpassungen bei den Konfektionsgrößen, Sortiments- oder Farbanteilen lassen sich ableiten. „Der Ausbau zum Benchmarking-basierten Ordermanagement ist in der finalen Entwicklung“, kündigt der h+p-Experte schon für die baldige Zukunft an. SH



Übersichtlich: Die Analyse beinhaltet auch die Abbildung des jeweiligen Artikels.

Artikelanalyse. Ausgehend von der Ebene der Sortimente und Marken geht es damit nun nochmals stärker in die Tiefe und ins Detail. Denn unter dem neuen Menüpunkt kann die Performance der eigenen Artikel den jeweiligen Benchmarks – also den Best-

kommt es immer kurzfristiger auf jeweils aktuelle Informationen an“, wissen Frank Ganzasch, Geschäftsführender Gesellschafter, sowie Marc Unterbrink, Senior Manager Benchmarking und Controlling des BTE KompetenzPartners Hachmeister + Partner.

Alle Artikel der BTE KompetenzPartner in dieser Ausgabe (S.17-19) sowie auch frühere Veröffentlichungen finden Sie unter Praxistipps auf der Website www.bte-kompetenzpartner.de.