



Watch! Retail

Una rubrica di Vincenzo Mollica

Negozio e supply chain sono due oggetti separati?

“Osservatorio retail” significa capire il fenomeno “negozio” in tutte le sue espressioni: retail come negozio diretto, wholesale come negozio indipendente, franchising come insegna in licenza, corner come light shop in multibrand megastore, outlet come multibrand megastore per easy cheap consumer, virtual point of sale come vetrina dell’e-commerce. A volte qualcuno mi dice che non si occupa di retail perché il suo mondo è la supply chain, ma retail è supply chain! Esattamente l’ultimo miglio. Parlare di retail di ultima generazione significa parlare di lean management: è una lean capovolta rispetto a quella che abbiamo conosciuto con il modello Toyota dei progetti total quality. In questo modello updated di SCM la pianificazione pre-season dei flussi è uguale allo schema tradizionale, quindi è predittiva top down. Essa viene arricchita in-season da una planning bottom-up dallo store che spinge la velocità della stock rotation sullo scaffale e non tollera sofferenze di cash flow. L’importo cash viene estratto dalle vendite della quota d’inventario e deve servire per finanziare l’acquisto della nuova fornitura di merce da esporre sullo scaffale. Eventuali invenduti di quota non prevista devono uscire entro il mese (end of period) senza attendere i saldi. Il modello così composto è trasversale e vale per tutti i settori del largo consumo: fashion, food, beauty, health, clean e così via. È un’applicazione d’importazione che venne studiata per aziende americane del segmento department store, ovvero grandi magazzini, come WalMart e Sears Holding, passando attraverso la ricerca applicata di Apps elaborata presso istituti come la Stanford University della California e la Columbia University di New York.

See you next month! Stay with us...

v.mollica@virgilio.it

Questi temi e tanto altro saranno oggetto della prossima edizione di Trace.ID Fashion, in programma a Milano il 10 novembre 2011, presso l’Hotel Michelangelo e nell’ambito dell’evento “La due giorni della logistica” sulla scia del successo ottenuto nel 2010.

Gli attori più accreditati del mondo fashion interverranno esponendo studi, proposte concrete e casi applicativi su come rendere più efficiente la risposta ai diversi stimoli provenienti dal mercato, e in primo luogo, migliorandone i processi e i flussi logistici.

(N. 1)