

RFID ПОМОГАЕТ РОЗНИЧНЫМ МАГАЗИНАМ LULULEMON ПОДДЕРЖИВАТЬ ФОРМУ

История успеха



Канадская компания Lululemon Athletica, позиционирующая себя как производитель технологичной спортивной одежды для «йоги, бега, тренировок и большинства других занятий, требующих много усилий», стала лидером розничной торговли в США.

Площадь среднего магазина в США составляет около 300 кв. метров, и в нем представлено около 15 000 наименований товаров — от ковриков для йоги до шорт для бега.

Компания сообщает об одних из самых высоких показателей продаж на квадратный метр в США, при этом средний жизненный цикл товара в магазине составляет менее 45 дней.

С точки зрения гибкости розничной торговли и оборачиваемости запасов компания Lululemon Athletica всегда была одним из лидеров рынка и служит ярким примером того, как компания может повысить точность инвентаризации, доступность товаров, и в конечном итоге, доход.

При таких оборотах пополнение запасов может стать проблемой. Вот почему еще в 2014 году Lululemon оснастил всю свою цепочку поставок RAIN RFID.



Задачи:

- ❖ сократить время, которое сотрудники магазина тратят на инвентаризацию;
- ❖ улучшить «видимость» товара в каждом магазине;
- ❖ повысить удовлетворенность покупателей;
- ❖ ускорить комплектование заказов для интернет-продаж;
- ❖ убрать пересортицу.

Решение:

проведя серию успешных пилотных проектов, Lululemon внедрил RFID-решение более чем в 300 своих магазинах по всему миру в течение года. Новые магазины, открывающиеся сегодня, имеют стандартную комплектацию RFID.

Основные элементы системы:

- ❖ метка, встроенная в стандартную этикетку магазина;
- ❖ терминалы сбора данных;
- ❖ пункты самообслуживания и информации;
- ❖ программное обеспечение.

Результат:

- ❖ точность инвентаризации увеличена до 98%
- ❖ увеличение прибыли на 12%
- ❖ увеличение продаж электронной торговли на 8%;
- ❖ рост популярности бренда.

