



HORN & COMPANY

Das richtige Sortiment am richtigen Ort

Wie Künstliche Intelligenz die Modebranche optimieren kann

November 2021

Traditionelle Planungsansätze führen in Filialen zu suboptimalem Sortimentsmix

Planung in Zeiten von Unsicherheit, einem sich rasch ändernden Kundenverhalten und hohem Wettbewerbsdruck



DAUMENREGELN FÜR DIE BESTÜCKUNG DER FILIALEN



08/15

DURCHSCHNITTSSORTIMENTE FÜR DEN DURCHSCHNITTSGESCHMACK



LANGE REAKTIONSZEITEN DER LIEFERKETTE WÄHREND DER SAISON



KURZFRISTIGE SAISONALE TRENDS WERDEN VERSCHLAFEN



PLANUNG DER KOMMENDEN SAISON ANHAND HISTORISCHER DATEN



SORTIMENT TRIFFT DEN GESCHMACK DER LETZTEN SAISON

Entgangene Umsätze und hohe Abschriftenrisiken sind die unmittelbaren Folgen, wenn es nicht gelingt, die Sortimente an die tatsächliche Nachfrage anzupassen

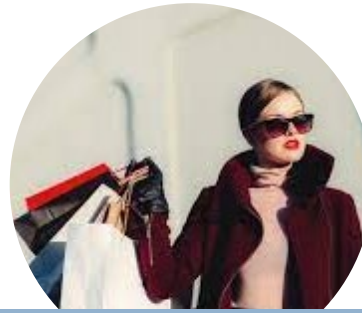
Wie wir Umsatzpotenziale holen & Abschriftenrisiken reduzieren

Drei zentrale Stellschrauben für das richtige Sortiment am richtigen Ort



Welcher Sortimentszuschnitt passt grundsätzlich zu welcher Filiale?

BILDUNG VON FILIAL- UND SORTIMENTSCLUSTERN



Wie können wir während der laufenden Saison unser Filialsortiment optimieren?

NACH-ORDER-OPTIMIERUNG IM LAUFENDEN BETRIEB



Was ist das optimale Sortiment für die folgende Saison?

VOR-ORDER-OPTIMIERUNG FÜR DIE NÄCHSTE SAISON

Inhaltsverzeichnis

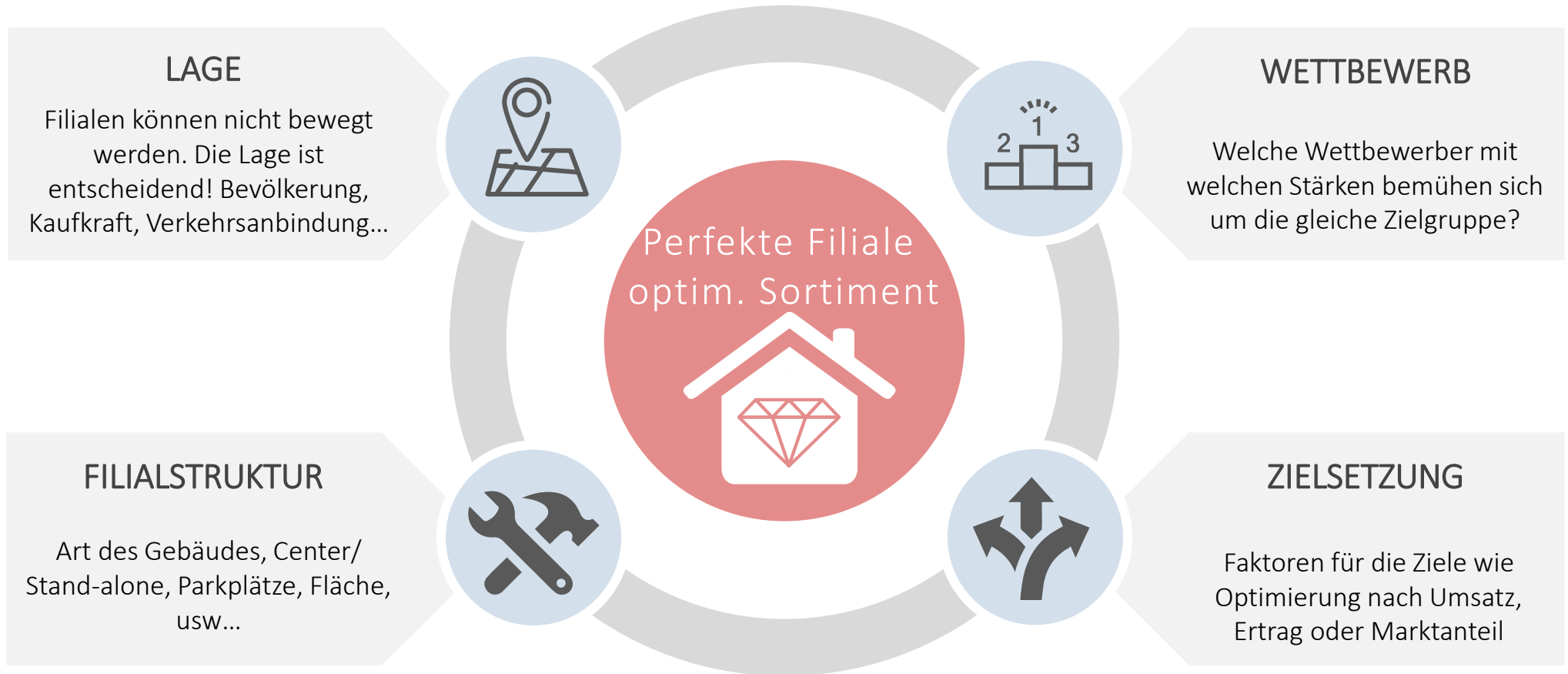
A Der H&C-Ansatz zur Optimierung der Filialen und des Portfolios

B Projektvorgehen „Das richtige Sortiment am richtigen Ort“

C Kurzvorstellung Horn & Company

Für das richtige Sortiment am richtigen Ort ist Ihr Kontext wichtig

Optimierungsmodelle berücksichtigen zentrale Faktoren Ihres Unternehmens

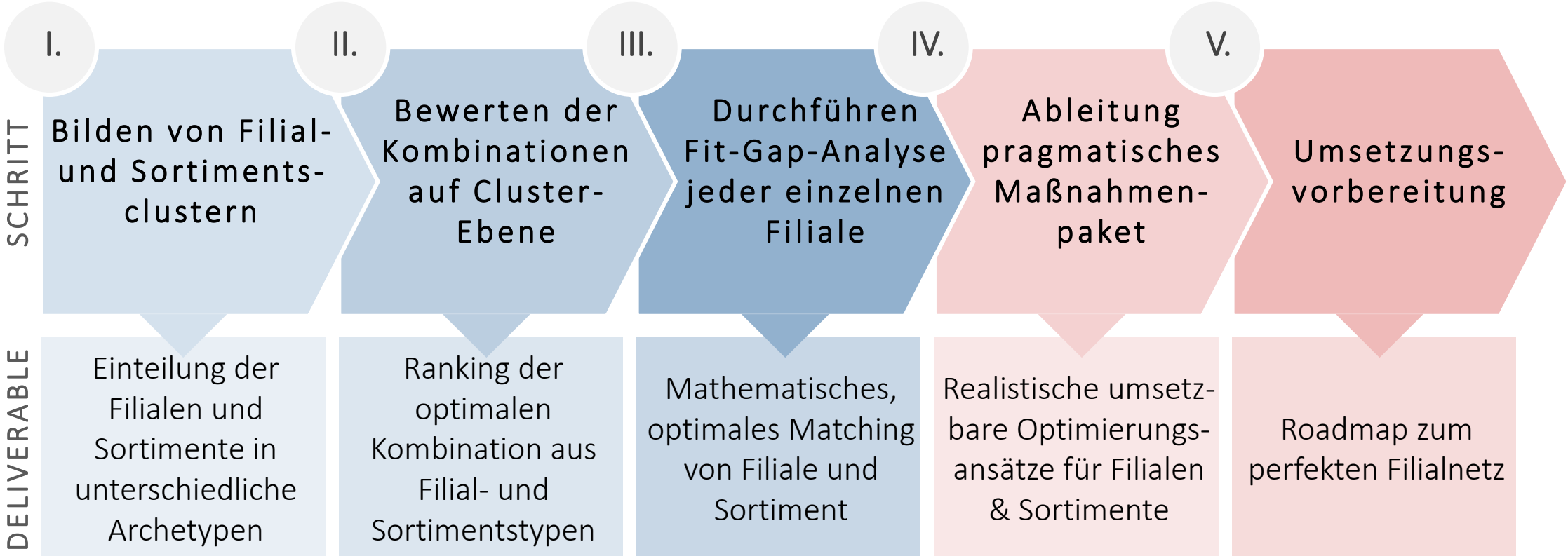


Eine Optimierung liefert nur dann verwertbare Ergebnisse, wenn Rahmenbedingungen und Strategie berücksichtigt werden



Welcher Sortimentszuschnitt passt grundsätzlich zu welcher Filiale?

Ansatz Bildung von Filial- und Sortimentsclustern





Wie können wir während der laufenden Saison unsere Filialen optimieren?

Ansatz Nach-Order-Optimierung im laufenden Betrieb



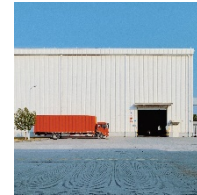
KURZFRISTIGE ABSATZPROGNOSE

- Kurzfristige Prognose des Absatzes in der aktuellen Saison
- Vorschau der nächsten drei Monate
- Nutzung Predictive Analytics und Künstlicher Intelligenz
- Analyse auf Filial-Sortimentsgruppen-Tages-Ebene
- Überführung der Ergebnisse in Live-Dashboards für die tägliche Steuerung



BERÜCKSICHTIGUNG VON UNTERSCHIEDLICHEN
FILIALCLUSTERN UND KURZFRISTIGEN TRENDS

ABGELEITETE EMPFEHLUNGEN



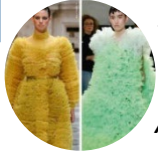
- Optimierte Waren-Disposition zwischen einzelnen Filialen und Lägern



- Vorschläge für filial- & sortiments-spezifische Aktionen sowie Reduktion von Abschriften

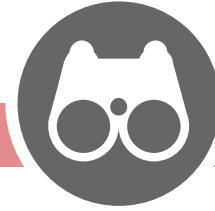


- Optimierte Mitarbeiterereinsatzplanung
- „Push“-Nachrichten in den Filialen für kritische Artikel



Was ist das optimale Sortiment für die folgende Saison?

Ansatz Vor-Order-Optimierung für die nächste Saison



FORECASTING AUS VORHANDENEN
KUNDENDATEN



LANGFRISTIGE TRENDPROGNOSE

- Langfristige Prognose des Absatzes in den Folge-Saisons
- Vorschau der nächsten 1-2 Jahre (like-2-like Saison)
- auf Filial-Sortimentsgruppen-Ebene (gesamte Saison)



HINZUZIEHEN „EXOTISCHER“ EXTERNER
FAKTOREN ZU INTERNEN DATEN



News



Search Engines

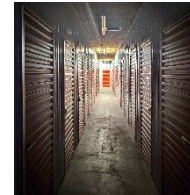


Social Media



Globale Marktdaten

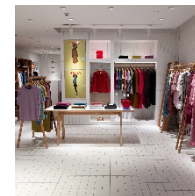
ABGELEITETE EMPFEHLUNGEN



- Aufstocken bzw. Zurückfahren bestimmter Sortimentsgruppen in einzelnen Filialen oder insgesamt






- Beobachtung internationaler Trends, die für die kommenden Saisons relevant werden könnten



- Vorschläge zur Umgestaltung einzelner Filialen und/oder Verkaufsflächen

Horn & Company Portfolio-Projekte führen zu deutlicher GuV-Verbesserung

Umsetzung führt zu einem schnellen Effekt auch bei komplexen Filial- und Sortimentsstrukturen

PROJEKT	BEISPIELHAFTE ERGEBNISSE AUS UNSEREN PROJEKTEN	
 <p>Perfekte Filiale mit dem optimalen Sortiment</p>	2% Steigerung des Umsatzes durch ein kundengerechteres Sortiment	1% Steigerung der Handelsspanne
 <p>Nach-Order-Optimierung im laufenden Betrieb</p>	23% Steigerung der Umlagerperformance (6,3 Mio. € GuV-Effekt) durch verbesserte First-Time-Right-Bestückung	29% Reduktion der jährlichen Abschriften (3,2 Mio. € GuV-Effekt) durch nachfrage-orientiertes Pricing
 <p>Vor-Order-Optimierung für die nächste Saison</p>	Verbesserte Absicherung der Lieferkette durch frühzeitige Planung (Anstieg der Lieferantenzuverlässigkeit um 35%)	Bessere Warenverfügbarkeit durch optimierte Größen- und Farbverteilungen (Abbau der Langsamdreher um 24%)

Unser Vorgehen zielt auf umsetzbare Resultate ab – nicht auf Teilchenphysik

Inhaltsverzeichnis

- A Der H&C-Ansatz zur Optimierung der Filialen und des Portfolios
- B Projektvorgehen „Das richtige Sortiment am richtigen Ort“

- C Kurzvorstellung Horn & Company

Unsere Vorgehensweise: Ergebnisse bereits nach 8 Wochen Projektlaufzeit!



Modul 1

0.



Daten-
integration &
Modellaufbau
(übergreifend)

1.



Analyse
perfekte
Filiale &
Sortiment



Modul 2

2.



Nach-Order-
Optimierung



Modul 3

3.



KI-Modell für Saison-
prognose (Vor-Order-
Optimierung)

Unsere Empfehlung:
Kombinierter Start mit den Modulen 1
& 2 aufgrund von Synergien

Start

4 Wochen




8 Wochen

12 Wochen

16 Wochen

In drei Schritten zum richtigen Sortiment am richtigen Ort

Überblick über die drei konsekutiven H&C-Module zur Filial- und Sortimentsoptimierung

Modul	Kurzbeschreibung Projektvorgehen	Deliverables
 <p>MODUL 1 Perfekte Filiale & Sortiment</p>	<ul style="list-style-type: none">– Bildung von Filial- und Sortimentsclustern– Ermittlung des Erfolgsgrades der Cluster– Simulationen von Filial- und Sortimentskombinationen– Berücksichtigung von Pfadabhängigkeiten	<ul style="list-style-type: none">– Transparenz über ertragsbringende Filial-Sortiments-Kombinationen– GuV-wirksames Maßnahmenprogramm– Ergebnisse in ca. 8 Wochen
 <p>MODUL 2 Nach- Order- Optimierung</p>	<ul style="list-style-type: none">– Integration der notwendigen Daten und Variablen– Erstellung eines Prognosemodells für den Absatz– Simulation mehrerer „What-If“ Szenarien– Etablierung von Schnittstellen zum Fachbereich	<ul style="list-style-type: none">– Kurzfristige Empfehlungen für Warendisposition/ Nach-Order– Optimierungsmodell für zukünftige Eigennutzung– Ergebnisse in ca. 8 Wochen
 <p>MODUL 3 Saison- prognose</p>	<ul style="list-style-type: none">– Identifikation und Erhebung im Case relevanter Daten– Anbinden externer Datenquellen– Erstellung eines Prognosemodells für die Saisons– Ableitung von langfristigen Sortimentsoptimierungen	<ul style="list-style-type: none">– Transparenz über zu erwartende Trends & entsprechende Maßnahmen– Datenbank der externen Daten– Ergebnisse in ca. 8 weiteren Wochen

Inhaltsverzeichnis

- A Der H&C-Ansatz zur Optimierung der Filialen und des Portfolios
 - B Projektvorgehen „Das richtige Sortiment am richtigen Ort“
 - C Kurzvorstellung Horn & Company
-

Horn & Company Retail & Consumer Goods: Wir machen Sie erfolgreicher!

Übersicht

Eingebunden in eine ausgezeichnete Gruppe

HORN  COMPANY

Financial
Services

Retail &
Consumer Goods

Industrie

HORN  COMPANY
Data Analytics

Data Analytics



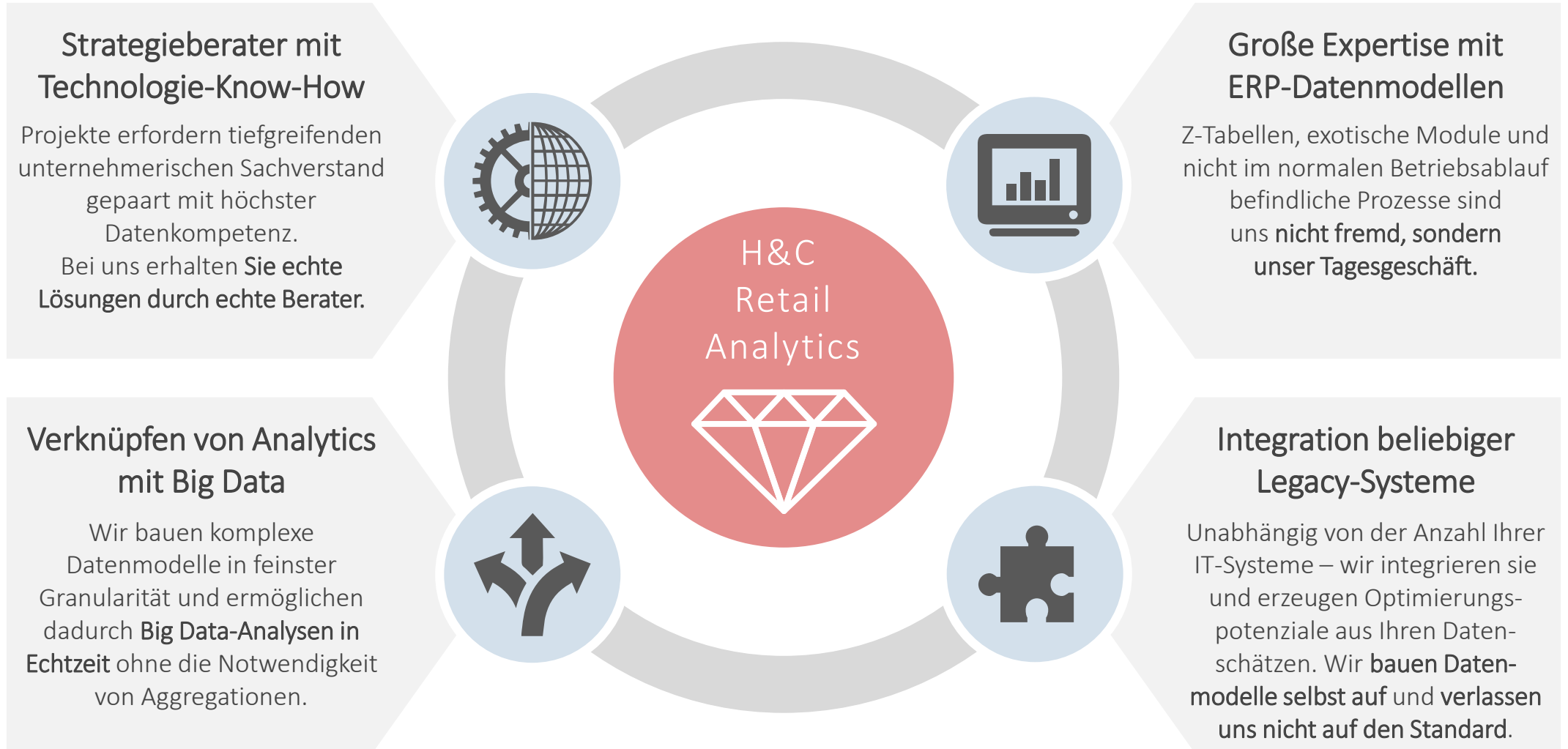
Unser Verständnis für messbaren Erfolg

- Seit 2009 am Markt, über **100 qualifizierte Berater**
- Hohes Level an **Seniorität**, inkl. operativer C-Level Erfahrung
- Stark **unternehmerisches Verständnis**
- Ganzheitliche Beratungs- und Umsetzungskompetenz, **GuV-Wirksamkeit**
- Inhaltliche **Schwerpunkte Retail & Consumer Goods**:
 - Erhöhung der Profitabilität (top line + bottom line)
 - Organisation und Restrukturierung
 - Digitalisierung und Prozessoptimierung
- Innovative und **State-of-the-Art Analytics Methoden und Tools**
- Umfangreiches **Netzwerk/Partnerschaften** mit IT-Solution Providern

Wir sind Ihre datengestützte Top-Management Beratung mit messbaren und GuV-wirksamen Lösungsansätzen
– Ihr pragmatischer Partner für Retail und Consumer Goods

Unser Erfolgsrezept: Technologie- und Handelskompetenz aus einer Hand

Analytics @ Horn and Company



Unsere weitreichende Fachexpertise fußt auf langjähriger Branchenerfahrung

Beratungs-Know-how und C-Level-Erfahrung



Dr. Wolfgang Link

Senior Partner



Dr. habil. Matthias Georg Will

Manager



Dr. Fabian Nick

Manager

Schwerpunkte

- Turnaround, Kostenkontrolle und Prozesseffizienz
- Wachstumsstrategien & neue Geschäftsmodelle
- Category Management & Preisgestaltung
- Omnichannel und Store-Optimierung
- Optimierung internationaler Aktivitäten

- Filial- und Sortimentsoptimierung im Einzelhandel
- Schnittstellen ERP, Prozesse und Organisation
- Business Intelligence und Predictive Analytics
- Unternehmensstrategie und Governance

- Data Analytics & Machine Learning
- Wirksames Deployment von datengetriebenen Lösungen
- Agile Projekte
- Ertragssteigerung
- Digitale Transformation

Kontaktdaten

☎ +49 151 264 70 908
✉ wolfgang.link@horn-company.de

☎ +49 162 26 27 371
✉ matthias.will@horn-company.de

☎ +49 162 2726 074
✉ fabian.nick@horn-company.de

HORN & COMPANY

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | NEW YORK | SINGAPUR | WIEN