

Approcci innovativi alla definizione dei modelli distributivi





Meeting agenda



Il gruppo Rhiag

I KPI's tradizionali



Nuovi approcci

Domande e approfondimenti





Rhiag Group at a glance

- **0,8 Mld Euro** fatturato
- **8 paesi** presenza diretta
- Oltre **210 centri distributivi**
- **3000 dipendenti**
- Gamma completa di **prodotti di qualità originale** forniti dai più importanti produttori OES mondiali
- Oltre **500.000** referenze gestite
- Oltre **83.000** clienti professionali
- **Network officine** affiliate
 - Oltre **2.000** in Italia
 - Oltre **800** in Est Europa

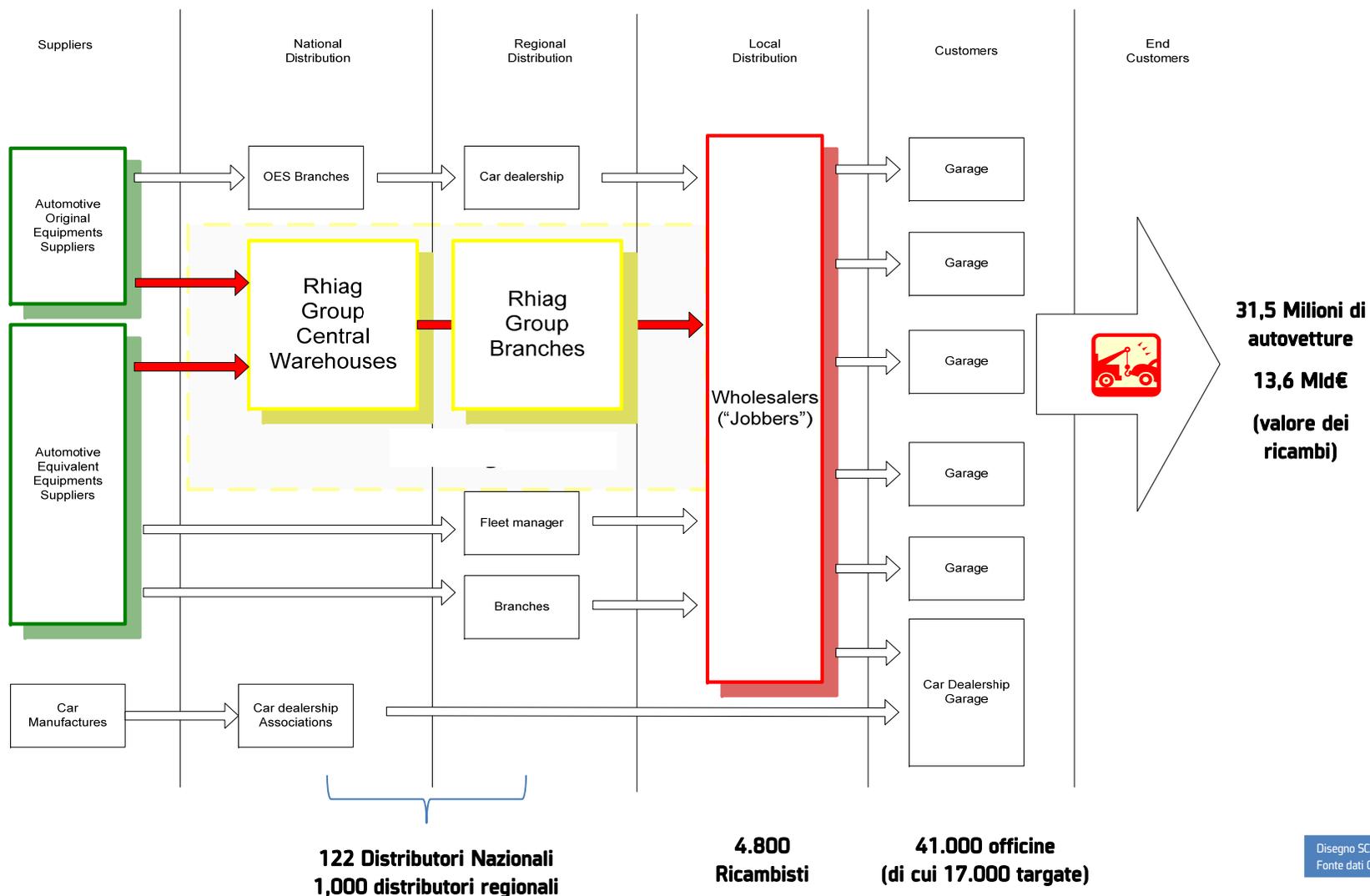




Rhiag & Bertolotti

- **420 milioni euro** fatturato
- **2 magazzini centrali** e 17 filiali per company
- Oltre il **91% delle consegne entro 4 h**
- **600 dipendenti**
- Gamma completa di prodotti di qualità originale
- **112.000** referenze gestite
- **186** linee di prodotto
- Oltre **4.000** clienti professionali
- Network officine
 - Auto: **2.000 officine + 200 carrozzerie**
 - Truck: **70 officine**







Lo strumento di interazione con il cliente



Basket

Codice Articolo Quantità [Aggiungi all'Ordine](#)

Ricerca 
Gomme 

Ordine in composizione ?

Visualizza importi:

Cod.Articolo	Descrizione	Qtà	Listino	Disponibilità ?	Elimina ?
124873 	 01 59360 S Cen DAEW Nubira 1 6	<input type="text" value="1"/>		F: 0 36h: 1	    
87546 	 GRS531FI FI CROMA 05-07 O	<input type="text" value="1"/>		F: 1	    
409251 STABILUS	 5956TE MOLLA A GAS	<input type="text" value="1"/>		F: 0 24h: 1	    
152236 RHIAG	 2730ASMTT PROF CI C3 PL 03->	<input type="text" value="1"/>		F: 0 24h: 1	    
00047 TEXTAR 	 2355402 - 23554 172 1 4	<input type="text" value="12"/>		F: 12	    
		<input type="text" value="16"/>		Totale netto IVA	

[Stampa](#) [Sposta in 'ordina subito'](#) [aggiorna ordine](#)



KPI's tradizionali

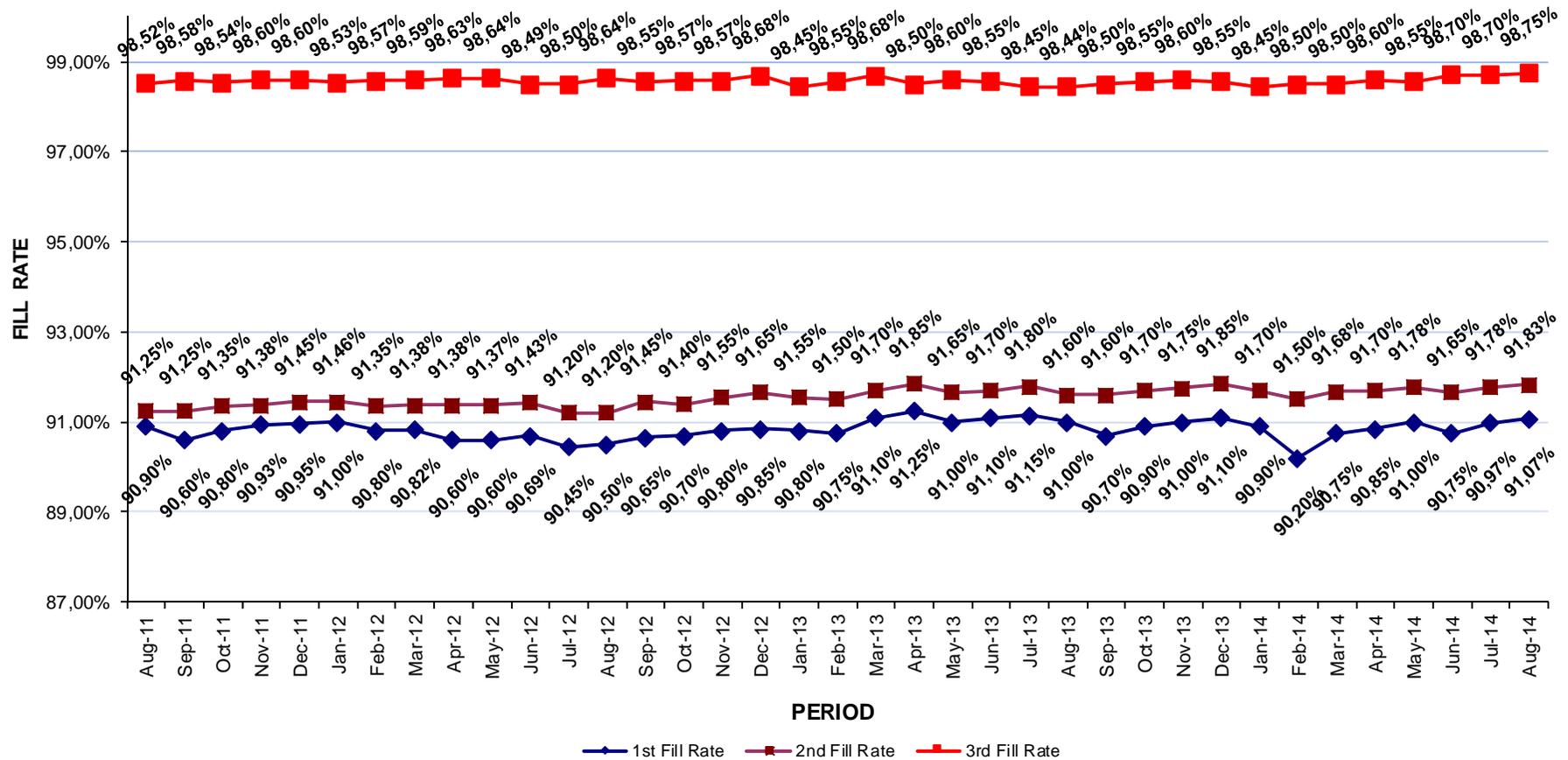


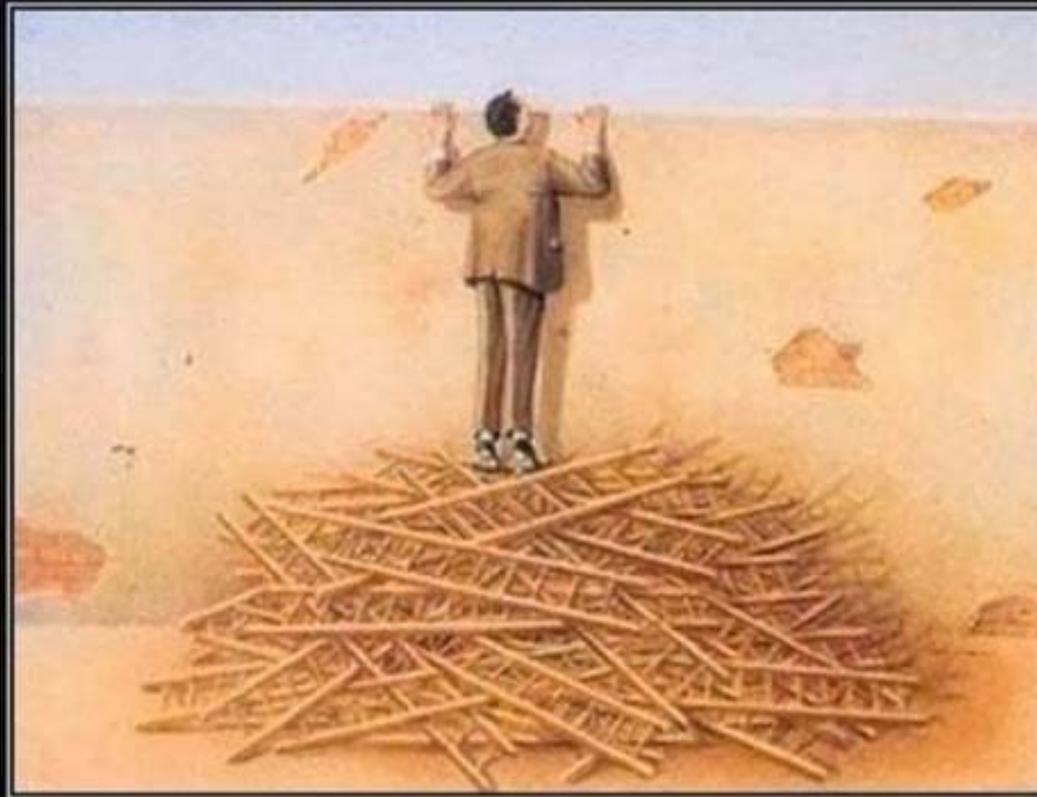


Livello di servizio

Rhiag

Fill Rate Rhiag (Company Level)





**It doesn't matter how many resources you have
if you don't know how to use them, they will never be enough**

Key facts

- Oggi le **cancellazioni WEB** sono un importante bacino di informazioni disponibili, valgono il **108% delle righe d'ordine** e il **160% a valore**.
- Il trend di **crescita delle cancellazione** dal 2011 è in continua crescita (**85% - 96% - 108%**).
- Le causali di cancellazione non sono completamente attendibili.
- La **pressione competitiva** sui prezzi e la perdita di esclusive **aumenta il livello delle cancellazioni** poiché i clienti aumentano le interrogazioni per la verifica del prezzo .
- L'introduzione del **multi brand porta a una frammentazione** delle vendite e ad una **riduzione della gamma presente in filiale**.



Le cancellazioni WEB sono da investigare accuratamente!

Il tasso di conversione



CRp = Conversion Rate dal pronto

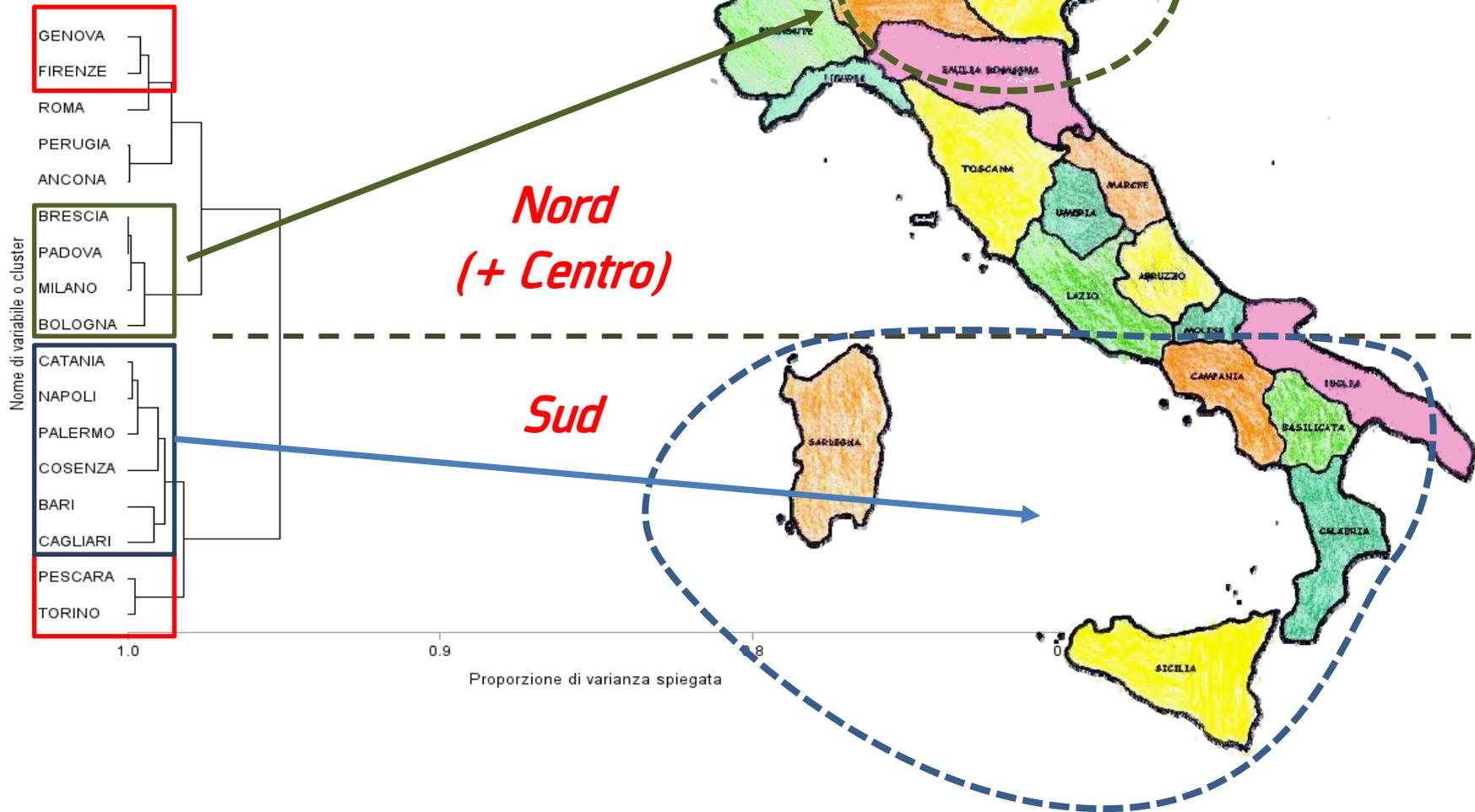
È il **rapporto** tra le **righe d'ordine** e la **somma** tra le righe d'**ordine** e le righe di **cancellazione**.

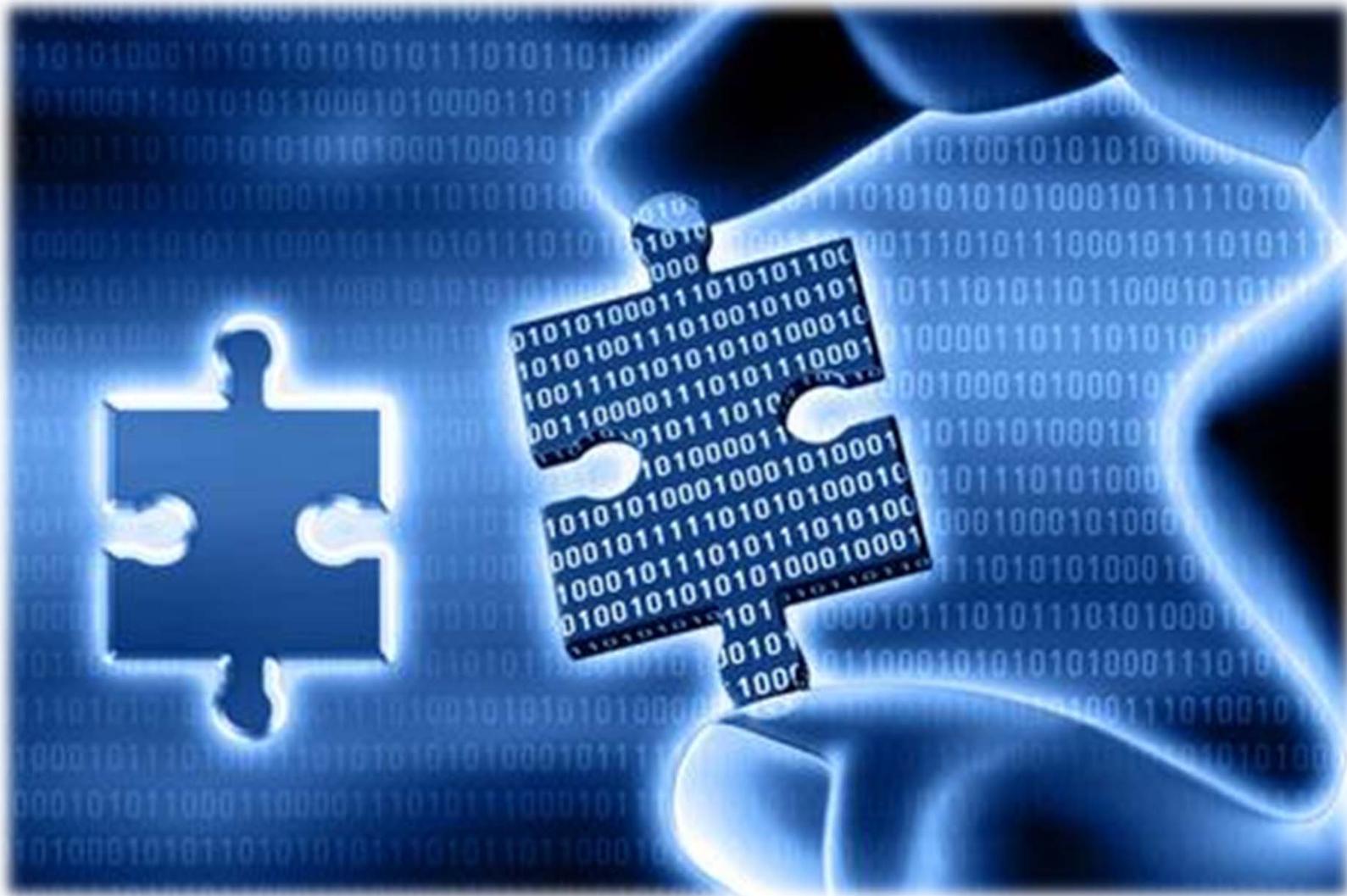
Ovvero

Trasforma quanti **accessi web** si trasformano in **ordine** quando la **merce è disponibile dal pronto**.

Qual è la somiglianza tra le filiali?

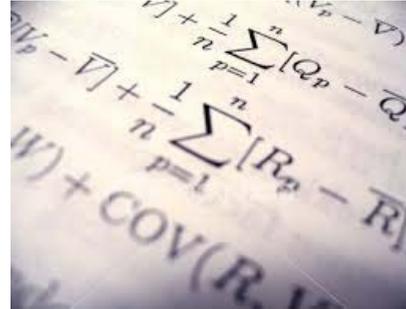
Dai dati del circolante italiano





Come affrontare il problema

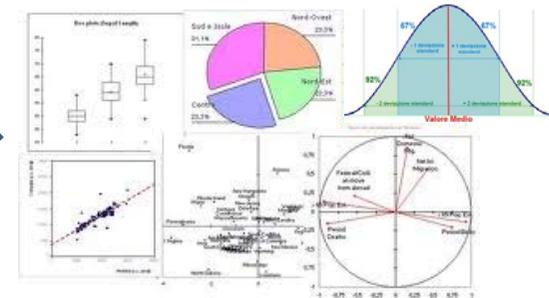
Nuovi indicatori



Misura del ROI



Approccio Statistico



Valutazione del rischio

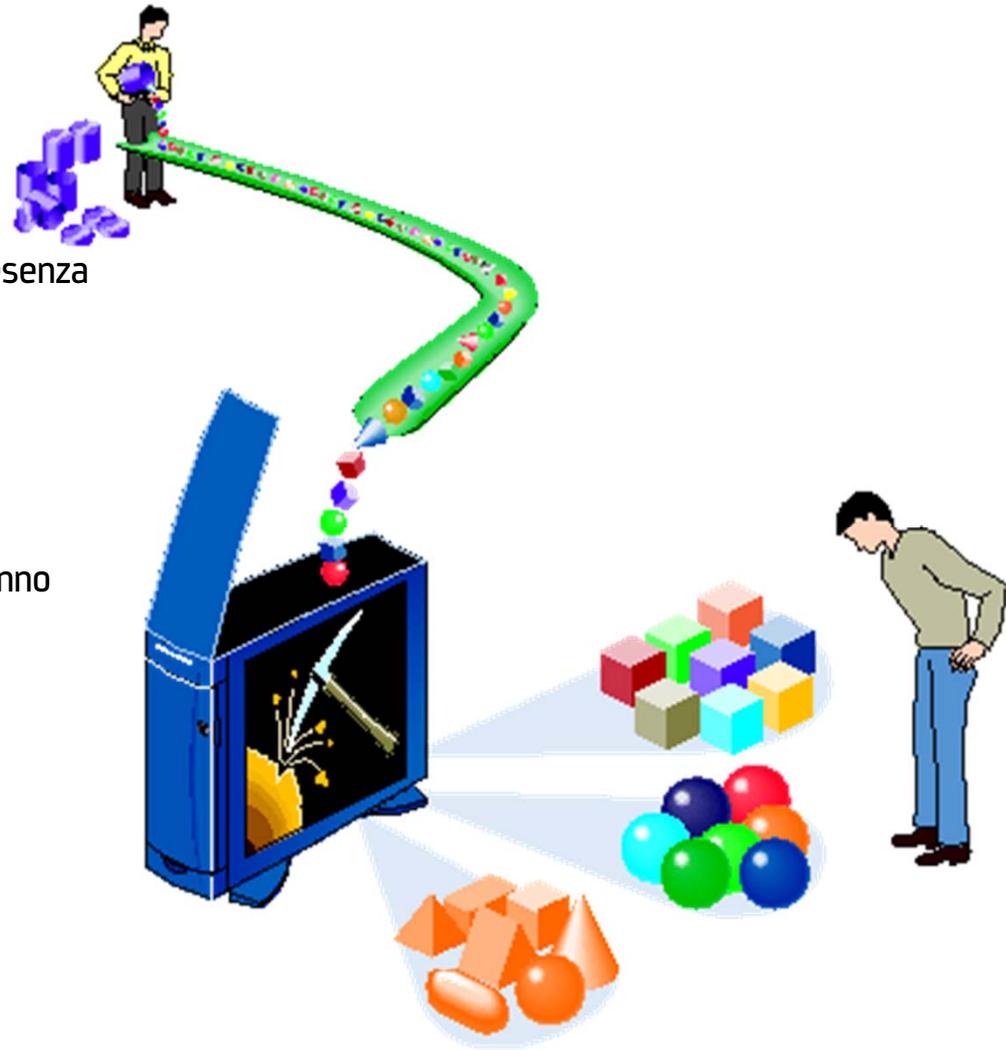


□ Stima delle vendite delle filiali target

- Cancellazioni come proxy della domanda
- Conversion rate (da pronto, non pronto)
- Lift (inteso come incremento dato dalla presenza del materiale nella filiale scelta)
- Clustering delle filiali
- Model based score
- Regression based score
- Score1-Score4
- Valutazione performance entro 6 mesi/1 anno

□ Ottimizzazione della gamma

- Ranking dello score
- Consensus forecast
- Gestione del rischio



Modello

Score 1

(Regressione)

- Stima delle vendite di una filiale benchmark
- Indice di concentrazione di GINI
- Lift di conversione
- Ottimizzazione dei (3) parametri della funzione di ottimizzazione

Score 2

(Regressione)

- Stima delle vendite di una filiale benchmark
- Indice di concentrazione di GINI
- Ottimizzazione dei (2) parametri della funzione di ottimizzazione

Score 3

(Domanda Italia)

- Stima della domanda a livello Italia
- Coefficiente di riparametrazione della domanda a livello locale
- Conversion rate dal pronto dell'area

Score 4

(Similitudine)

- Stima della domanda delle filiali simili
- Conversion rate dal pronto dell'area

Ranking degli score, calcolo della probabilità di vendita nel periodo target, valutazione del rischio WO, trade off



- Riduzione del rischio «uomo»
- Riduzione dei tempi di elaborazione > del 70%
- Replicabilità e scalabilità del modello

A row of eight 3D rectangular blocks, each with a different colored front face and a white top and back face. The blocks are arranged in a line and spell out the word "BENEFITS" in white capital letters. The colors of the front faces are: B (purple), E (red), N (green), E (orange), F (blue), I (green), T (dark blue), and S (red).

Domande?

