

## CrowdWorx - Absatzplanung im Einzelhandel: Schnelle Prognosen zu geringen Kosten

<b>Issue</b>	<p>Die Tchibo GmbH gehört mit über 2.500 Filialen europaweit zu den führenden spezialisierten Einzelhändlern bei Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Schmuck, Sportartikel, Wohn-Accessoires usw. Der Prognoseprozess für neue Artikel war äußerst kostenintensiv, da der Absatz der teilweise auf Bestellung gefertigten Produkte möglichst genau im Voraus getroffen werden muss, um entgangene Umsätze aber auch Restanten zu vermeiden.</p>	
 <p><b>Unternehmen</b> Tchibo GmbH</p> <p><b>Branche</b> Einzelhandel</p> <p><b>Stammsitz</b> Hamburg, Deutschland</p> <p><b>Umsatz</b> 3,6 Mrd. EUR (2007)</p>	<p>Der Prognoseprozess unseres Klienten umfasste Testverkäufe und Konsumentenbefragungen, was zwar eine hohe Prognosegüte ermöglichte, aber auch einen beträchtlichen Kostenaufwand bedeutete. Da unser Klient sein Sortiment mehrmals pro Quartal rotiert, summierten sich die jährlichen Kosten des aufwendigen Prognoseprozesses neuer Sortimente so auf einen signifikanten Betrag.</p> <p>Analyx war damit beauftragt, die Kosten des Prognoseprozesses deutlich zu senken, ohne dabei die hohe Prognosegüte zu verlieren!</p>	<b>Challenge</b>
	<p>Datenbasierte Methoden, z. B. statistische Modelle, konnten im vorliegenden Falle nicht eingesetzt werden, da es keine historischen Daten zu <i>neuen</i> Produkten gibt. Daher wurde auf das Wissen der Filialleiter zurückgegriffen, die „ihre Kunden“ am besten kennen.</p> <p>Innerhalb weniger Wochen wurde verschiedene Filial-Typen des Klienten mit dem SOCIAL FORECASTING Tool <i>CrowdWorx</i> von Analyx vernetzt. Die Filialleiter besuchten regelmäßig nach Ladenschluss das <i>CrowdWorx</i>-Intranetportal und gaben Ihre Absatzprognosen zu geplanten Neuartikeln ab.</p>	<b>Solution</b>
<b>Impact</b>	<p><i>CrowdWorx</i> konnte in dem Pilotprojekt bei gleich-bleibender Prognosegenauigkeit, im Vergleich zum bisherigen Prozess, die <b>Kosten um 90% senken!</b> Dabei wick die Prognosegenauigkeit von <i>CrowdWorx</i> um weniger als 5% von der des kostenintensiven etablierten Prozesses (Testverkäufe) ab.</p> <p>Darüber hinaus waren auch die Filialleiter begeistert, da mit <i>CrowdWorx</i> Ihre Stimme nun auch in der Zentrale gehört wurde.</p>	<p><b>Kontakt</b> Aleksandar Ivanov aleksandar.ivanov@analyx.com phone: +49-163-775-79-01 skype: analyx8</p> 