

Estudios Retail

¿Qué influye en la decisión de compra del consumidor?



Se estima que el **86%** de las decisiones de compra se toman en el **punto de venta**^(*), por lo cual resaltar el producto a través de diferentes estrategias es esencial en este entorno competitivo dominado por diferentes marcas que buscan captar la atención del consumidor.

* Estudio de comportamiento del consumidor en supermercados, Nielsen

Estudio OSA



OSA (On Shelf Availability) es un estudio que muestra la disponibilidad de los productos en la góndola en forma continua, así como también las causas que originan los faltantes.

Identifica las **causas** que originan los **faltantes** de productos en la **góndola**



¿Qué se mide?

- Producto → Número de GTIN 8/13
- Cadenas participantes → Selección del proveedor
- Tiendas participantes → Selección del proveedor
- Visitas por tienda → 1 visita semanal/quincenal
- Período de medición → 6 meses o más
- Horarios de medición → Lun a Vie desde la apertura de la tienda

¿Qué se entrega?

- Seguimiento online
- Información operativa con reportes:
 - diarios
 - semanales
 - mensuales
- Detalle de disponibilidad, quiebre y causas
- Propuestas de mejora

Beneficios

- Asegura la disponibilidad al consumidor final
- Identifica oportunamente las causas que generaron los quiebres
- Mejora del proceso de gestión de pedidos y abastecimiento
- Fidelización de los consumidores hacia sus marcas
- Mejora la relación con los clientes, tiendas

“Tienda Perfecta”



Definimos como Perfect Store a aquella tienda que logra cumplir con cada uno de los drivers de crecimiento y alcanza el máximo potencial de desarrollo - por lo tanto de share - de cada categoría, marca o SKU's



Las “Perfect Stores” alcanzan un **100%** de potencial de desarrollo

¿Qué se mide?

- Cumplimiento del portafolio
- Cumplimiento de exhibiciones
- Visibilidad de inventarios
- Verificación de planogramas
- Estudio de precios

¿Qué se entrega?

- Información operativa con reportes diarios, semanales y/o mensuales, por categoría, tienda, etc.
- Base de Datos con toda la información relevada en el punto de venta
- Propuestas de mejora

Beneficios

- Asegura la disponibilidad y visibilidad al consumidor final
- Asegura ubicaciones y exhibiciones correctas
- Asegura precios correctos y comunicados
- Toma de decisiones basadas en resultados por tienda, producto o presentación
- Fidelización de los consumidores hacia sus marcas

Estudio de Reposición



Estudio de procesos para mejorar la reposición en el Punto de Venta a partir del relevamiento, análisis y evaluación de los mismos. Se miden los tiempos de cada actividad y se proponen acciones de mejora concretas.

¿Qué se mide?

- Cadenas participantes → Selección del proveedor
- Locales más relevantes
- Locales con mayor faltante por motivos de reposición
- Locales con distintos modelos de reposición → Asociados, internos y exclusivos
- Ruteo de los reposidores
- Trastienda

¿Qué se entrega?

- Informes sobre observaciones de las góndolas y la exhibición
- Informes sobre la trastienda y ubicación de productos
- Estudio de tiempos de cada actividad
- Análisis de procesos
- Propuestas de mejora

Beneficios

- Mejora de procesos
- Asegura la reposición y visibilidad al consumidor final
- Mejora de ruteos
- Propuestas colaborativas entre cadena y proveedor

GS1 Argentina

Fraga 1326 (C1427BUB)

Ciudad de Buenos Aires, Argentina

T +54 11 3436 9880

E cgeniz@gs1.org.ar

www.gs1.org.ar

