



Globus CR konzentriert sich auf die Wertschöpfung – mit ML-basierter Automatisierung

Die Ergebnisse

- Reduzierung der Out-of-Stock-Rate um 20 %
- Verbesserung der Werbepäsentation um 15 %
- Reduzierung der Aktionsrestposten um 40 %
- Erhöhung der Automatisierungsrate auf 85 %
- Geringere Überlastung der Lieferkette durch Vereinheitlichung der Liefermuster

Komplexe Lieferketten

Seit jeher ist Werbung für Einzelhändler ein zentraler Aspekt des Handels. Vor dem Hintergrund immer perfekterer Technologie kann die richtige Werbestrategie die Markentreue erhöhen, Kaufentscheidungen beschleunigen, neue Kunden anziehen, überschüssige Bestände abbauen und den durchschnittlichen Wert der Verkaufstransaktionen steigern. Doch Sie können nur bewerben, was Sie auch tatsächlich liefern können – daher ist die Abwicklung der Bestandsaufstockung ein ganz zentraler Aspekt.

Die Globus Group beschäftigt 18.500 Mitarbeiter und operiert in drei Ländern. Neben insgesamt 47 Einkaufszentren, 91 Baumärkten und sechs Elektronikmärkten in Deutschland betreibt die Globus Group jeweils 15 Vollsortimentsgeschäfte in der Tschechischen Republik und Russland sowie zwei Baumärkte in Luxemburg.

Für Globus CR ist es unerlässlich, diese beiden Bereiche bei ihrer Lieferketten-Managementstrategie zu priorisieren. In letzter Zeit war der Anteil der Werbeaktionen sehr hoch und die Personalkosten waren erheblich gestiegen. Daher führte Globus CR eine strategische Analyse durch, um herauszufinden, wie sich die hohen Planungs- und Abwicklungskosten senken lassen. Dabei wurde schnell klar, dass kostspielige manuelle Prozesse und die hohen Restbestände nach Werbeaktionen der Grund sind. Um das Unternehmen zukunftssicher zu machen und flexibel zu bleiben, entschied man sich für eine Partnerschaft mit Blue Yonder.

Die Herausforderungen

- Die Marktlandschaft ist extrem werbe- und preisorientiert
- Manuelle und umständliche Werbeplanung
- Lagerräume sind aufgrund großer Mengen an Aktionsrestposten überfüllt





- Steigende Personalkosten treiben den Automatisierungsbedarf an

Den Werbebedarf prognostizieren

Vor der Implementierung von Luminare Demand Edge und Luminare Store Fulfillment schienen zentralisierte und automatisierte Prozesse für Globus CR unerreichbar. Da Dateneinblicke und Planungsaktivitäten in verschiedenen Unternehmensbereichen angesiedelt waren, war es schwierig, die Restposten und vergriffenen Artikel aus Werbeaktionen auf einem vernünftigen Niveau zu halten. Dank der engen Koordination zwischen Globus und Blue Yonder entpuppten sich diese Lösungen als echte Game-Changer, mit der das Unternehmen letztendlich eine höhere Prognosegenauigkeit bei Werbeaktionen und stärker nachfrageorientierte, automatisierte und zentralisierte Aktionsplanungs- und Auffüllprozesse erreichen konnte.

Automatisierung: die perfekte Lösung für einen volatilen Markt

Viele Einzelhändler möchten die Möglichkeiten des maschinellen Lernens für ihre Prognose-, Planungs- und Auffüllprozesse nutzen. Mit Luminare Demand Edge konnte Globus CR hochpräzise Prognosen entwickeln, die über die traditionellen deterministischen Prognosealgorithmen hinausgehen und Hunderte von zusätzlichen Nachfragefaktoren einbeziehen.

Die Ergebnisse wurden auf nachhaltige Weise erzielt, dabei wurde die Menge der vergriffenen Aktionsartikel um 20 % und die Menge der Aktionsrestposten um 40 % reduziert. Gleichzeitig wurden die Aktionsplanungs- und Auffüllprozesse in erheblichem Umfang automatisiert. Globus CR konnte erfolgreich von einer manuellen, filialbasierten Aktionsplanung auf einen zukunftssicheren, zentralisierten und automatisierten Prozess umsteigen, um eine höhere Wertschöpfung zu erzielen und seine Kunden effektiver zu bedienen.

blueyonder.com

Dabei konzentrierte sich das Kooperationsteam von Globus und Blue Yonder insbesondere auf die Verwaltung der Änderungen, die sich aus der ML-gesteuerten Automatisierung ergaben, und parallel dazu auf die Überwachung der Verbesserungen von relevanten KPIs. Beide Organisationen arbeiteten Hand in Hand und trieben die erfolgreiche Transformation unermüdlich voran.

„Werbeaktionen machen fast die Hälfte des Lebensmittelgeschäfts von Globus aus: In den Sortiments gibt es dank der KI-basierten, automatisierten Bestelllösung von Blue Yonder 20 % weniger vergriffene Artikel, gleichzeitig konnten wir Restposten nach Werbeaktionen um 40 % reduzieren.“

– **Hans-Jörg Bauer, CEO von Globus CR, v.o.s.**

Vorteile der Lösung

- Umfassende Prognosen mit verbesserter Genauigkeit für die Entscheidungsfindung
- Verbesserung der Datenqualität, der Datenprozesse und der technischen und geschäftlichen Prozesse
- Zentralisierter und automatisierter ladenbasierter Aktionsprozess

Blue Yonders Expertise

Blue Yonder ist der führende Anbieter von SaaS-basierten, ganzheitlichen und integrierten Planungs- und Umsetzungsfunktionen für Einzelhandel und Lieferketten und arbeitet mit über 4.000 Kunden weltweit zusammen. Mit unseren einzigartigen Lösungen können unsere Kunden mehr erreichen, indem sie ihre Kosten optimieren, ihren Umsatz steigern, die Time-to-Value verkürzen und letztendlich ihre Versprechen gegenüber Kunden einhalten.

 **Luminare Planning**



BlueYonder