

PLANTASJEN®



Erfarenheter av att införa
auto-order/CAO: *Case
Plantasjen*

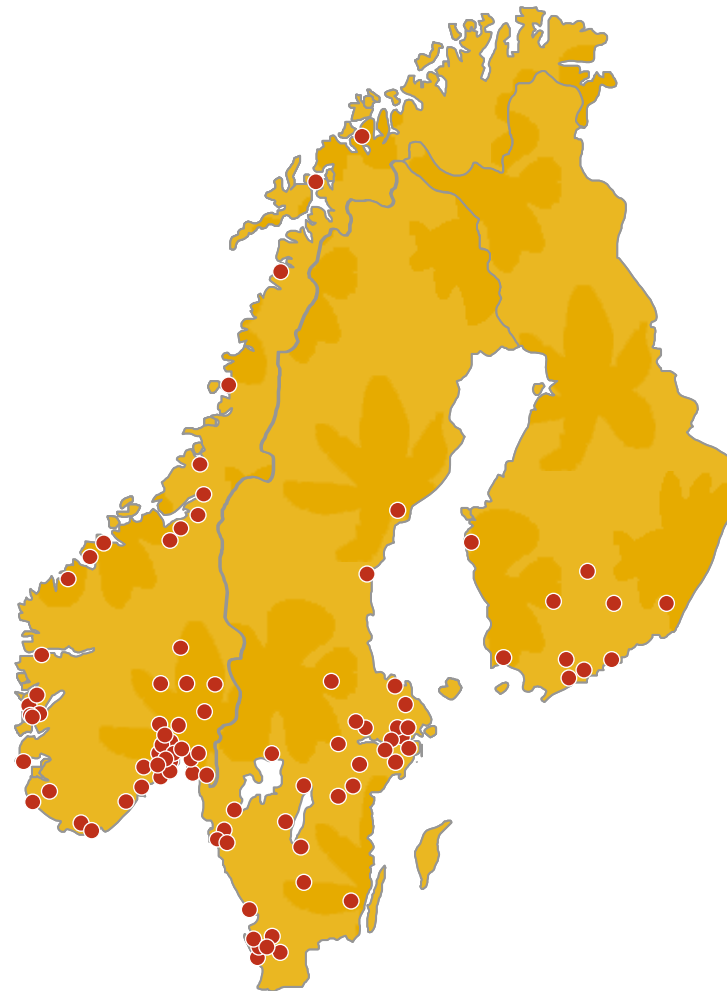
Håkan Åkerström
RELEX SCM seminarium 2012-04-24

Plantasjen is the leading Nordic Gardening Chain with 108 stores and sales of NOK3,5B (€450M)

PLANTASJEN®

PLANTASJEN®

Number of stores:	106*
2011 Sales, NOKB:	3,5
2005-2011 growth**:	8%
Market Position:	1



Norway

Number of stores:	58
2011 Sales, NOKB:	2,1
2005-2011 growth**:	6%
Market Position:	1



Finland

Number of stores:	10
2011 Sales, NOKB:	0,3
2005-2011 growth**:	20%
Market Position:	1



Sweden

Number of stores:	38
2011 Sales, NOKB:	1,1
2005-2011 growth**:	11%
Market Position:	1

* Additional 2 stores in Ireland

** CAGR

WIDEST Product Range

- Core products are flowers and plants
- One-stop-shop for the garden, terrace/balcony/home
- Garden furniture, equipment and tools increasing in importance
- 10.000 - 15,000 SKU's on a yearly basis
- Addressing different customer segments in terms of price/quality
- High share of Private Label

LARGEST Stores

- Largest stores in local markets (2000-8000 m2)
- Large and inspiring store design
- Easily accessible locations, visible from main regional routes
- Generous parking facilities and opening hours
- High capacity

LOWEST Perceived Prices

- Best value for money
- Hi-Lo price strategy

Full Concept Control

- Fully owned stores
- Centralization of back office processes
- Concept compliance systems for
 - Store Standards
 - Customer Service

2010: Getting the “basics” in place

- Low hanging fruits
- Program: 3 major projects
 - Pricing
 - Supply Chain
 - Store Operations

2011: Improving customer offering

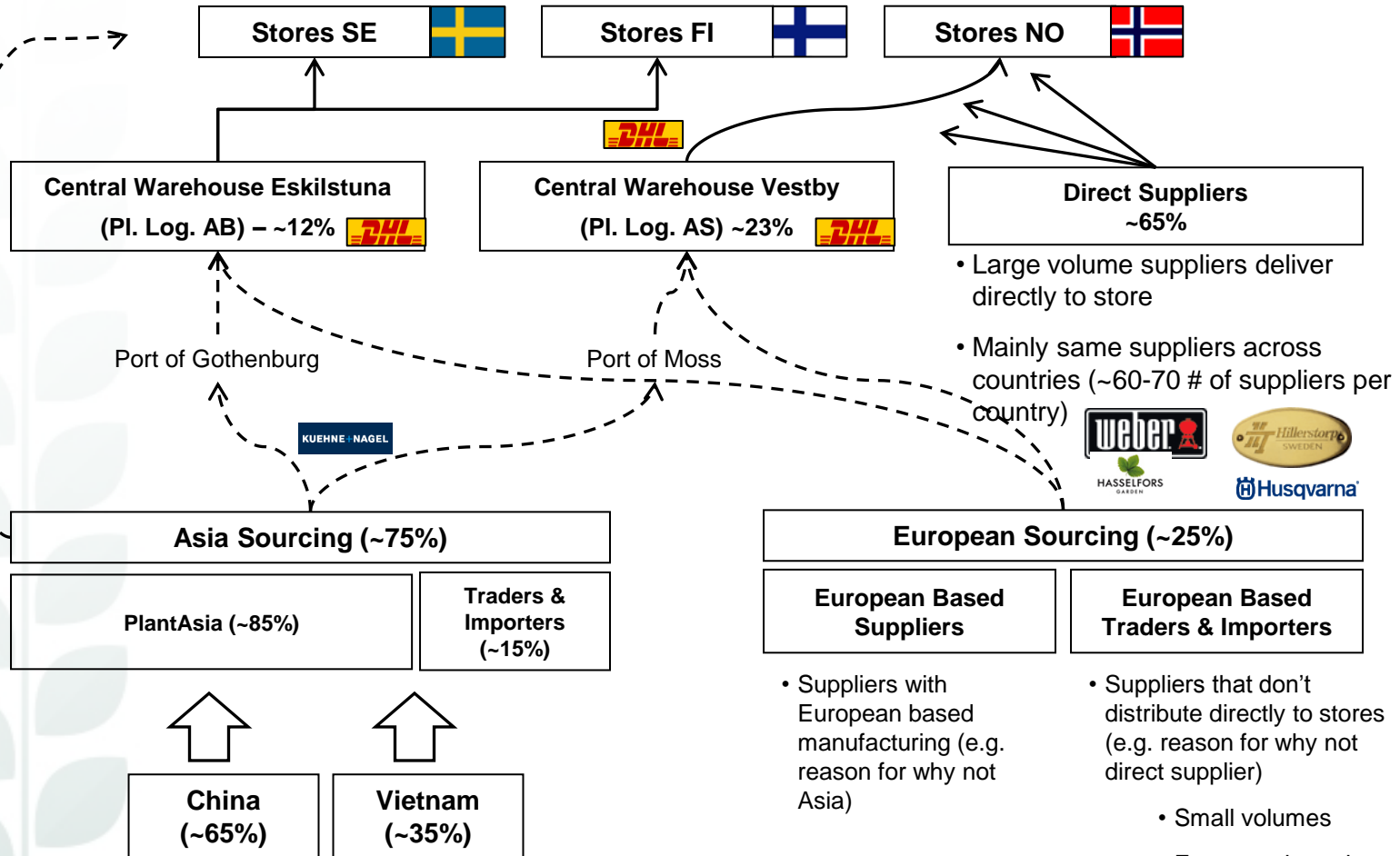
- Launch new store concept
- Program: Continuation of the 3 major projects from 2010 + 1 new
 - Pricing - Campaign Management
 - Supply Chain – Replenishment
 - Store Operations – Sales & Service and Peak Season
 - Customer value adding services
 - Multi-channel
 - Customer Loyalty club

2012: Improving customer offering v2.0

- Continue with customer driven approach both through adjustments of existing program and launching of new
 - Pricing
 - Supply Chain
 - Store Operations
 - Pet
 - Customer value adding services
- Gear for growth

Supply Chain Overview – Dry Goods

- ~10-15% of goods from Asia shipped directly to stores
- Large volumes
- Few suppliers
- Wide assortment



- Large volume suppliers deliver directly to store
- Mainly same suppliers across countries (~60-70 # of suppliers per country)

- Suppliers with European based manufacturing (e.g. reason for why not Asia)
- Suppliers that don't distribute directly to stores (e.g. reason for why not direct supplier)
 - Small volumes
 - European based traders and importers

Bygga tydligt och lönsamt sortiment

God produktkvalitet - värde för pengar

PLANTASJEN[®]

Rätt varor i rätt tid
- "Push" och "Pull"

Minska back-office tid för admin. och logistik

God logistikservice

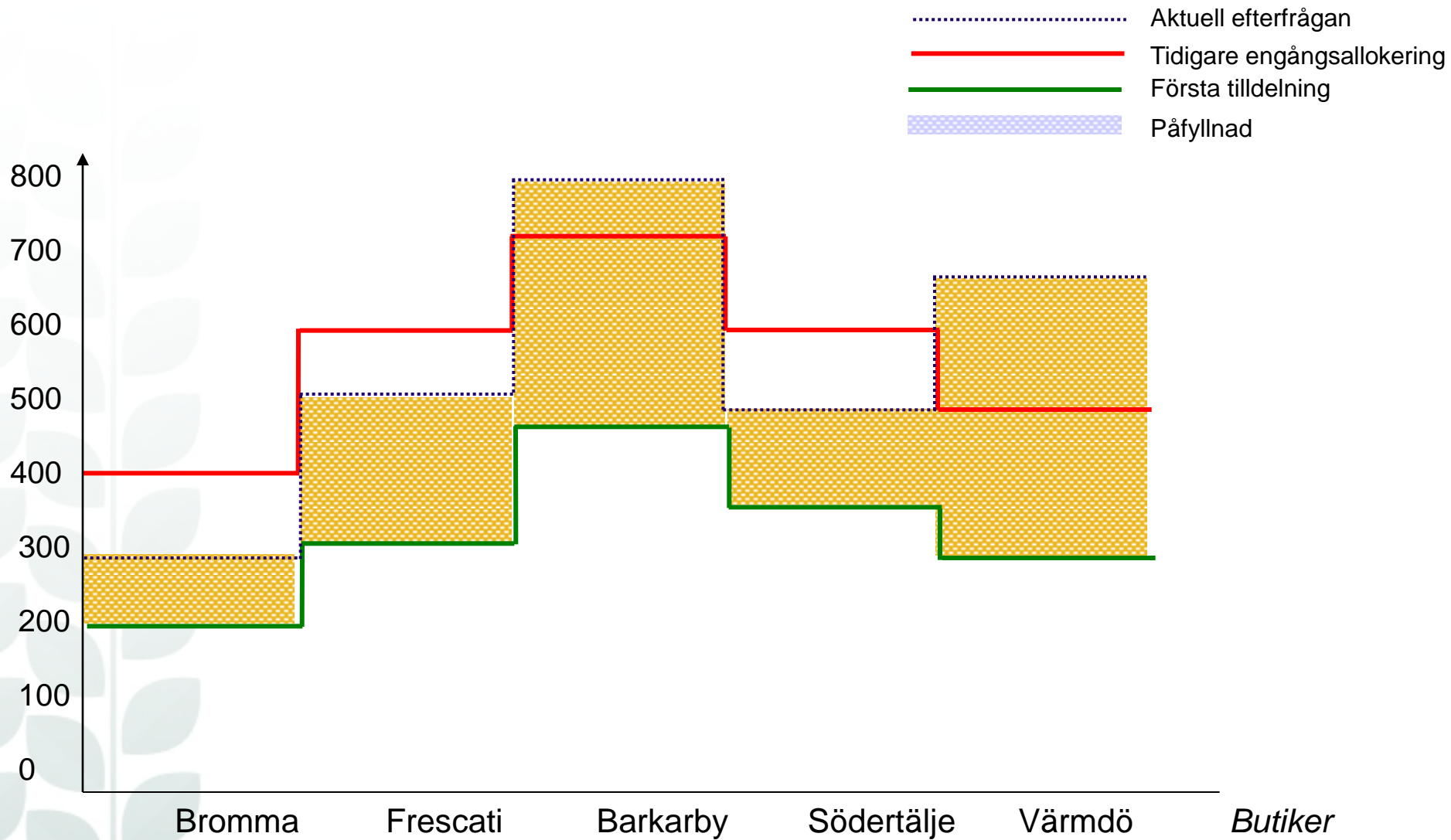
Startpunkt

- Butikerna ansvariga för beställandet
 - > 6000 artiklar x 106 butiker = > 600,000 behovskalkyler varje vecka
- Stor andel 100% fördelningar i början av säsongen
 - Omöjligt att träffa rätt

Mål

- Att skapa bättre, centraliserad kontroll över varuflödet: initialfördelningar inför säsong, varupåfyllning under säsong och potentiella slutfördelningar innan säsongsslut
- För att uppnå:
 - Bättre hylltillgänglighet och ökad försäljning i butikerna
 - Minskad risk för överlager och därmed svinn och rabatterad försäljning
 - Frigöra tid från administration i butikerna och säljsupport-teamet

Exempel på förbättrad påfyllnad - *Retail is detail!*



- Förstudie sommaren 2010
 - Stor potential att öka lagereffektiviteten inom varupåfyllning
 - Stor potential att uppnå mera balanserade lager genom att gå över från 100% initialfördelningar till mera efterfrågebaserad varupåfyllning
- Pilot höst/vinter 2010 – 2011
 - Testa påfyllnadslogik "in real life"
 - Säkerställa IT stöd
 - Forma organisation kring nytt arbetssätt
 - Identifiera risker och utvecklingsbehov inom sortimentsstyrning och grunddata inför full utrullning
- Första utrullningen våren 2011 →
 - Helårsvaror och varor med begränsad säsongskurva, ex: inomhuskrukor och dynor
 - Sverige tog sig an jorden, mycket positiva resultat (+6% oms. tillväxt) men framför allt brytpunkten för butikernas "buy-in" av RELEX och förändrad påfyllnadslogik
 - Under hösten 2011 inkluderade vi ytterligare varugrupper
 - 95% av torrvaru-sortimentet i RELEX f.o.m. våren 2012 och vi tar nu första stegen med växter

Konsekvens



Rätt kompetens

Acceptans från organisation av nya processer

Bristfällig IT struktur

Tillräckligt med resurser och tid

Bristande lagersaldo

Otydlig styrning (roller & ansvar)



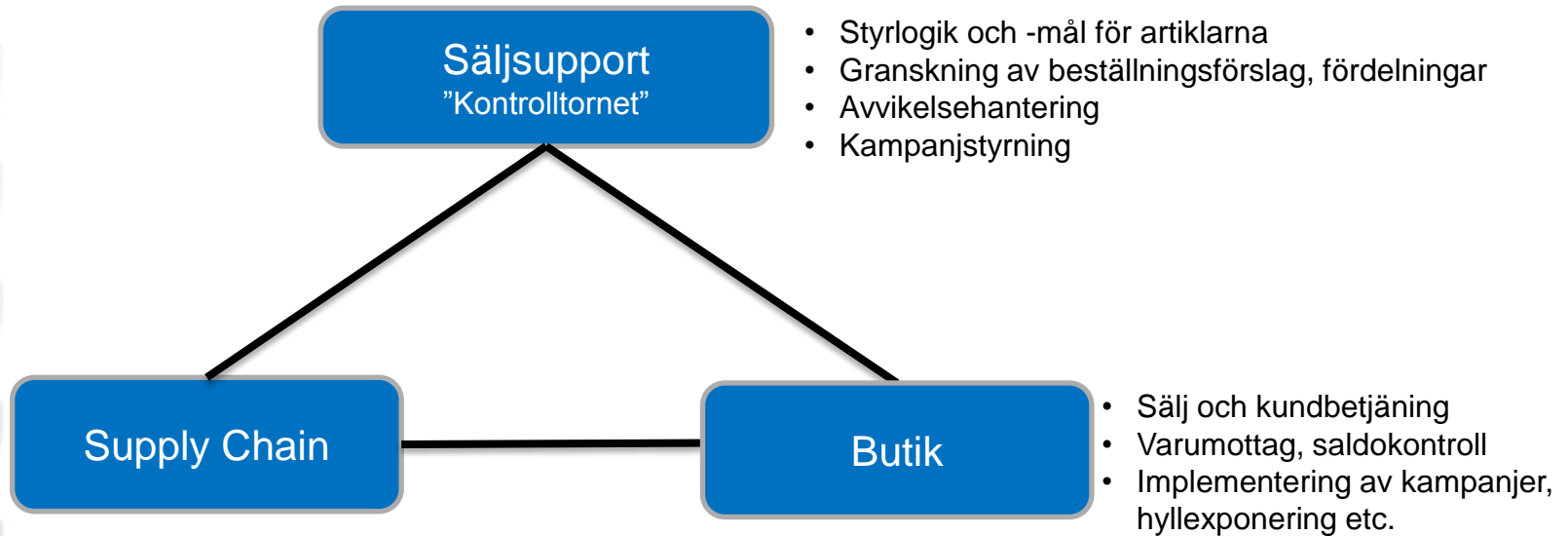
Sannolikhet

Införandet av RELEX på Plantagen har synliggjort bristande rutiner och masterdata och tvingat oss arbeta med:

- **Saldokvalitet i butikerna**
 - Se över arbetsrutiner vid varumottaget
 - Lång väg kvar
- **Artikeldata**
 - Kompletta artikeldata
 - Centralt artikelvårdssystem
 - Behov för ERP
- **Leverantörsdata**
 - Effekten av fraktfria gränser, trade-off mellan minimera inköspriser och lager

- **Processförbättringar**
 - Se över arbetsrutiner i inköpsarbetet (spridning och frekvens)
 - Semi-auto stöd vid omköp av helårsartiklar
- **Varupåfyllningen styrs idag genom artiklars och butikernas sortimentsklasser**
 - Tidigare så kunde butikerna beställa "förbi" sin klassificering, oavsett sortimentsklassificering
 - RELEX skapar endast prognoser och beställningsförslag för artiklar som ingår i butikernas sortiment
 - Styr aktivt och inaktivt sortiment; om ingen klassning, inga beställningsförslag
- **Introduktions- och avslutningsdatum för säsongsartiklar**
 - Styr prognostisering och beställningsförslag
 - Möjliggör uppföljning och "early warnings" under säsongen
 - Checka hur mycket prognos det finns kvar för den resterande livscykeln vs saldo på centrallagret
 - Uppföljning av säsongsartiklar som fortfarande ligger kvar på DC då säsongstoppen börjar vara överstökad

- Nya roller och ansvar
 - Ett gemensamt arbetssätt i alla länder med Säljsupport i "kontrolltornet"
 - Landskamp
 - Nordisk Säljsupport Kick-Off



- **Resultat**

- Positiv oms. tillväxt på jord (+6%), dynor (+7%) och inomhuskrukor (+3%) i Sverige under SS11. Positiv utveckling även i Norge och Finland
- För tidigt att säga något om SS12...
- Minskade lagersaldon och framförallt, ökad kontroll på lagernivåer inför, under och vid slut av säsong (inte bara en "RELEX-effekt" ☺). Ex: Medellager på dynor och inomhuskrukor -15% vs föregående år under perioden jan-aug 2011
- Relex-projektet har gett oss bättre kontroll och kunskap om varuflödet

- **Erfarenheter**

- Snabb buy-in från ledningsgrupp och styrelse
- Från förstudie – beslut – implementering på ett halvår
- Organisation: centraliserad per land, 3 x arbetsmängd, olika utgångsläge
- Växter på efterkälken p g a bristfällig IT struktur

- **Utvecklingsplaner**

- Se över organisation kring varuflödet
- 2012 = "the year of plants"

- ?

