

Matas styrket på

Intelligent indkøb

Matas har med en ny styringsmodel fået en nuanceret indsigt i vareflowet fra centrallager til deres butikker. Modellen har hjulpet logistikfunktionen med at styre lagerniveauerne på både centrallager og i butikkerne, og indgår nu som en del af rapporteringen til ledelsen.

Intelligent indkøb. Matas har flyttet ansvaret for bestilling af varer fra den enkelte butikschef til den centrale logistikafdeling, der i dag "skubber" varerne ud til butikkerne på baggrund af ABC analyser. Ændringen er blevet positivt modtaget i butikkerne.

Indblik i aftræksmønstret

Målet er, at Matas til enhver tid lagerfører de "rette varer i rette mængder på de rette tidspunkter og steder".

En høj servicegrad overfor kunderne er en hjørnesten i Matas' strategi, og det sker nu gennem præcise lagerniveauer.



Out of stock

"Når vi førhen oplevede, at en vare var out of stock i en butik, var det svært for os at vurdere, hvor kritisk den tomme varehylde var. Hvor vigtig er den enkelte vare i den enkelte butik?"

Vi stræber selvfølgelig efter altid at være leveringsdygtige, men når det er sagt, så er der stor forskel på, hvor vigtig en vare er for Matas' forretning", fortæller logistikchef Jesper Amsinck.

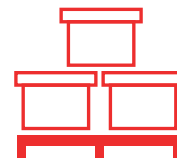
"For at opnå den nødvendige indsigt investerede vi i et samarbejde med ABC Softwork og tog deres værktøjer i brug i ledelsegruppen. Det har været en god investering"

ABC-model sikrer top- og bundlinje

Matas har analyseret hele varesortimentet og har vha. ABC-modellen opdelt varerne i ni kategorier, der afspejler hvor lønsom varen er, og hvor hurtigt varen bevæger sig i vareflowet.

Matas har fået et praktisk ledelsesværktøj, der giver et nuanceret billede af, hvor butikskæden har investeret kapitalbindingen. Det giver topledelsen og logistikfunktionen et grundlag for at balancere kapitalbinding og servicegrad, altså at holde lagerbindingen nede og omsætningen oppe.

Hvad gjorde Matas?



- Lager reduceret

vha. sortiment- og vareflowsanalyser

Mål:

Sikre en høj servicegrad mod kunderne, og reducere lagerbinding lokalt og centralt.

Resultat:

Matas har reduceret lagerværdien markant og samtidig fastholdt kædens høje servicegrad. Butikkerne melder om glade kunder og har fået frigivet ekstra tid til kundepleje.



+ Høj servicegrad

Til glæde for kunderne

Løsning:

Den centrale logistikafdeling, sikrer at de rigtige varer i de rigtige mængder tilgår kædens butikker. ABC modellen skaber grundlag for en differentieret lager- og indkøbsstyring.

Om Matas

Matas er Danmarks største kæde inden for kosmetik, personlig pleje og helseprodukter og har et stort dynamisk sortiment på 15.000-20.000 aktive salgsvarer.

- Grundlagt i 1949
- 291 butikker
- 2500 medarbejdere
- Op til 20 procent nye varer i sortimentet hvert år

