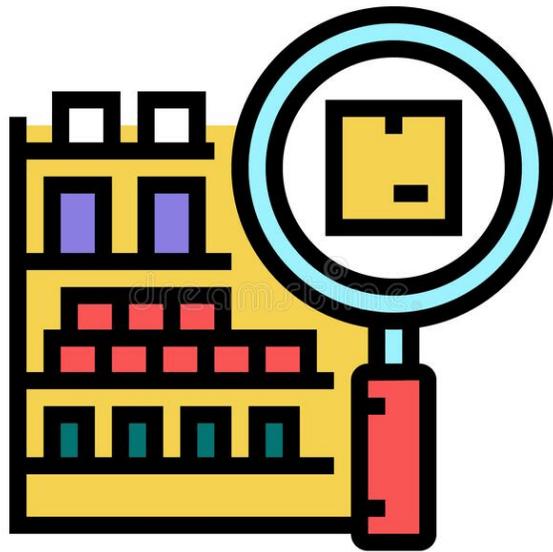


ECRTAG
2021



Sortiments-Reduzierung **ODER:** Wann weniger mehr ist

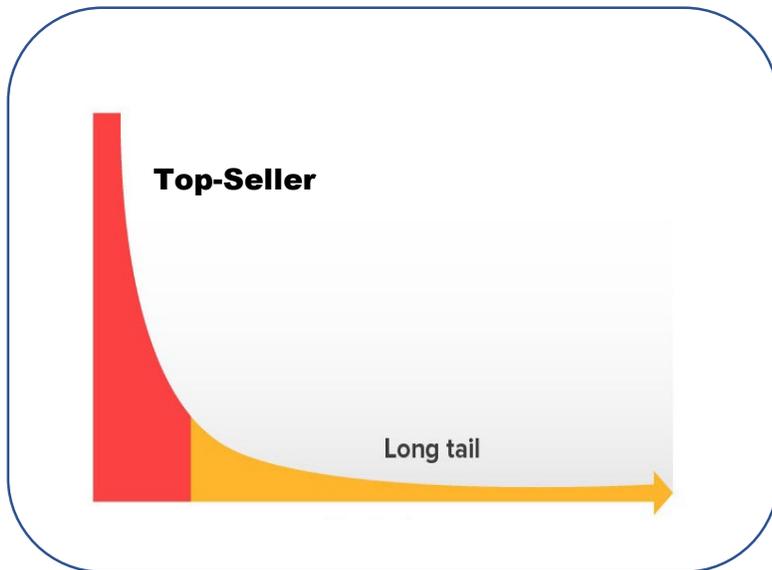
Shopper-zentrierte Lösungen

4Dshopper | 22. September 2021



Das “Long Tail” Problem: Ineffiziente FMCG- Kategorien

Durchschnittlicher %-Anteil
der SKUs, die weniger als 2%
zum Kategorie-Absatz beitragen



SOURCE: BAIN & COMPANY 2021



	UK	FR	DE	ES	IT
Baby Care	71%	79%	81%	77%	77%
Baby Food	65%	50%	69%	64%	60%
Alcohol	77%	70%	76%	75%	63%
Non Alcoholic Beverages	74%	65%	77%	73%	66%
Snacking, Biscuits + Confectionery	78%	67%	75%	71%	68%
Ambient	72%	64%	71%	70%	60%
Frozen	67%	59%	66%	67%	59%
Perishable	71%	65%	72%	76%	66%
Homecare	76%	75%	76%	75%	67%
Personal Care	72%	72%	80%	72%	73%
Pet Food	70%	75%	63%	71%	71%
Pet Care	81%	72%	85%	73%	65%



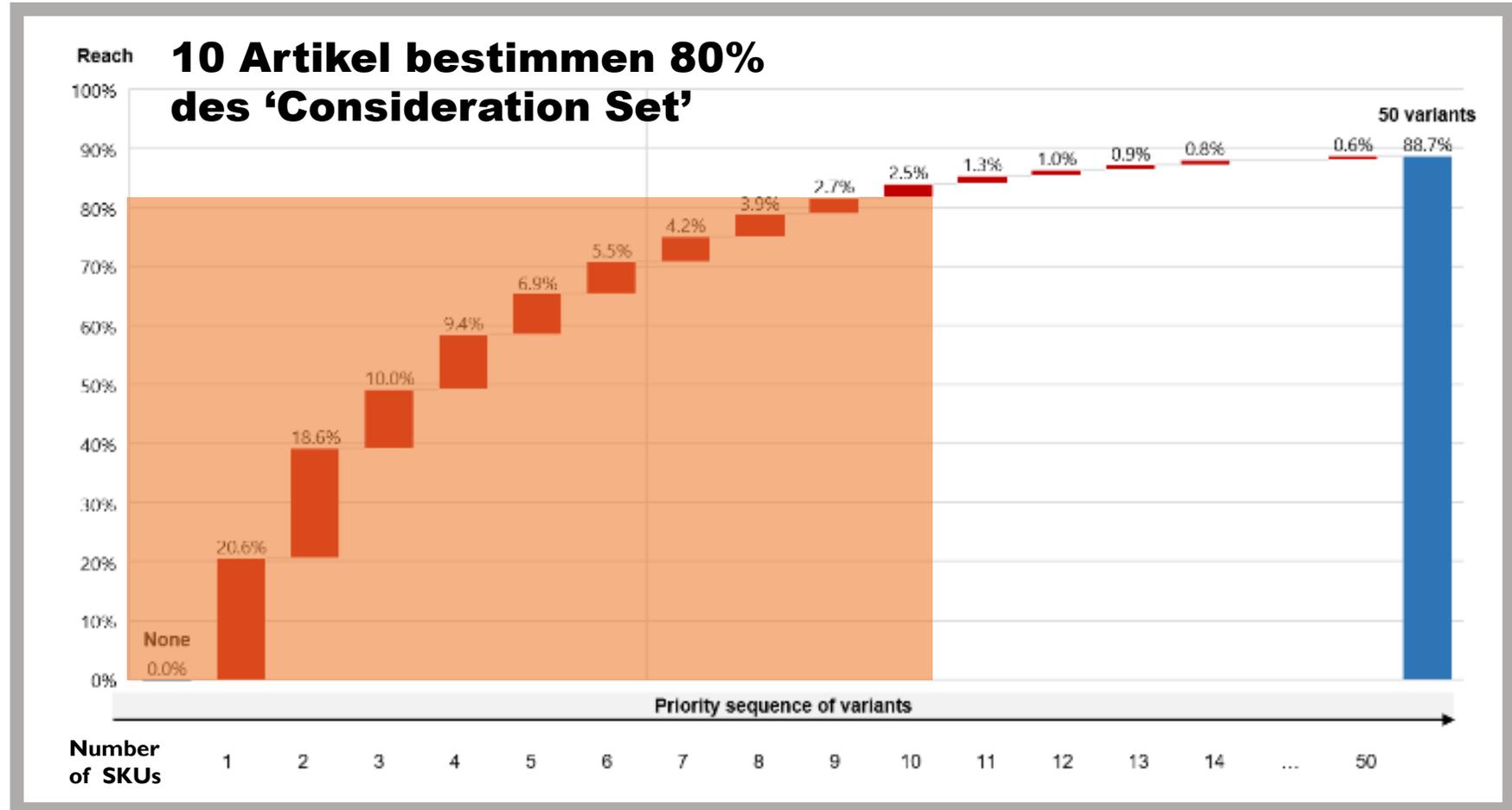
**Typische
FMCG-Ansichten:
Zu viel Artikelvielfalt
Zu viel Komplexität
Shopper-Konfusion
& -Frustration**

BEISPIEL
Joghurt-Kategorie
ca. 500 SKUs
Supermarkt
DE 2021

Die Kategorie

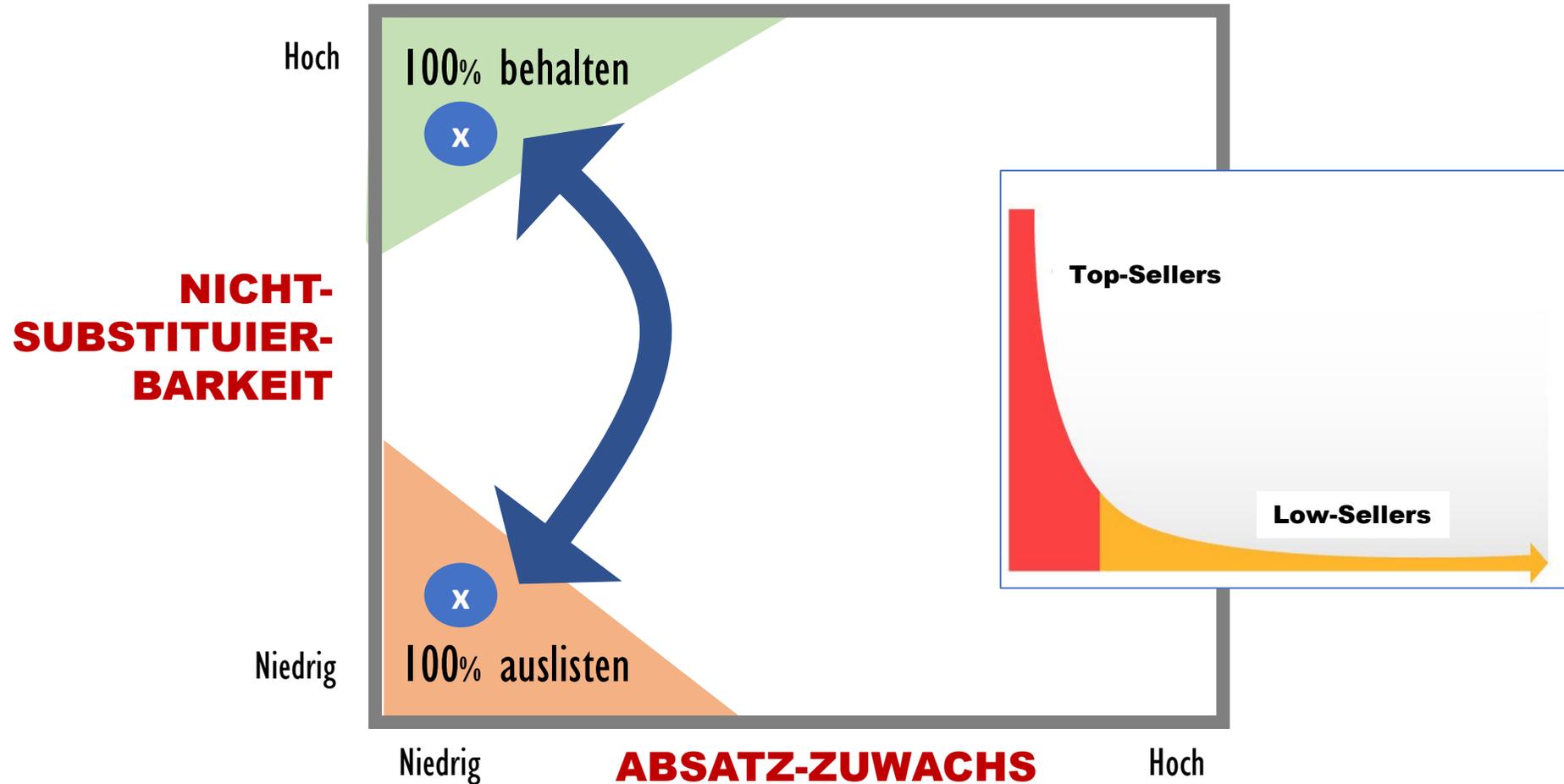
Die Shopper-Sicht: Abnehmende Reichweite im Kategorie- oder Markenangebot

**%
Kommt
beim Kauf
in Frage**



KERNFRAGE

Sind Low-Sellers austauschbar
Und wenn Ja, welche sind es nicht ?



BEISPIEL

MINERALWASSER: Low-Sellers

1l < 1,00 €



1l 5,29€





SORTIMENTS-REDUKTION
shopper-zentrierte messung
- zwei ansätze -

**Substitutions-
Aufgabe**

**Kleine
Lösung**

**Advanced
Analytics**

**Große
Lösung**

SUBSTITUIERBARKEIT IN KAUFENTSCHEIDUNGEN

Shopper findet präferierte Produkte NICHT:

- (1) Bleibt bei Marke und wählt dort ein anderes Produkt**
- (2) Wandert zu anderen Marken und wählt dort ein ähnliches Produkt**
- (3) Wählt KEIN anderes Produkt und schiebt Produktkauf auf**



Substitutions-Aufgabe: Messung pro SKU und Shopper



Substitutions-Aufgabe: Messung pro SKU und Shopper

ERST-WAHL



**Präferiertes
Produkt nicht
erhältlich.**

SHOPPER...



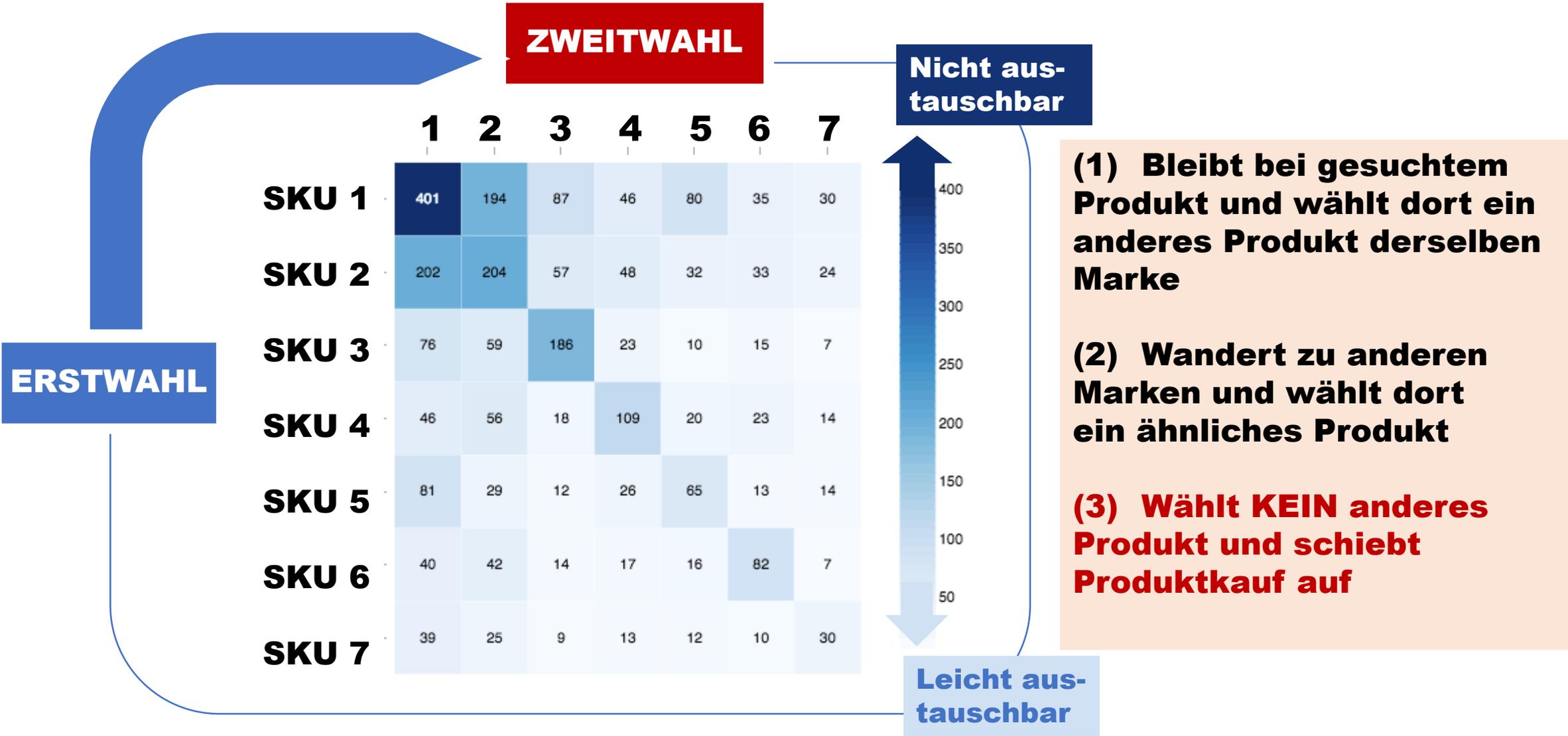
ZWEIT-WAHL

**Bleibt bei
Marke und
wählt dort
ein ähn-
liches
Produkt**

**Wandert zu
anderen
Marken und
wählt dort
ein ähnli-
ches Pro-
dukt**

**Wählt KEIN
anderes
Produkt
und schiebt
Produktkauf
auf**

Substitutions-Aufgabe: Messung pro SKU und Shopper





**Große
Lösung**

advanced analytics
CHOICE-BASED CONJOINT MODELING

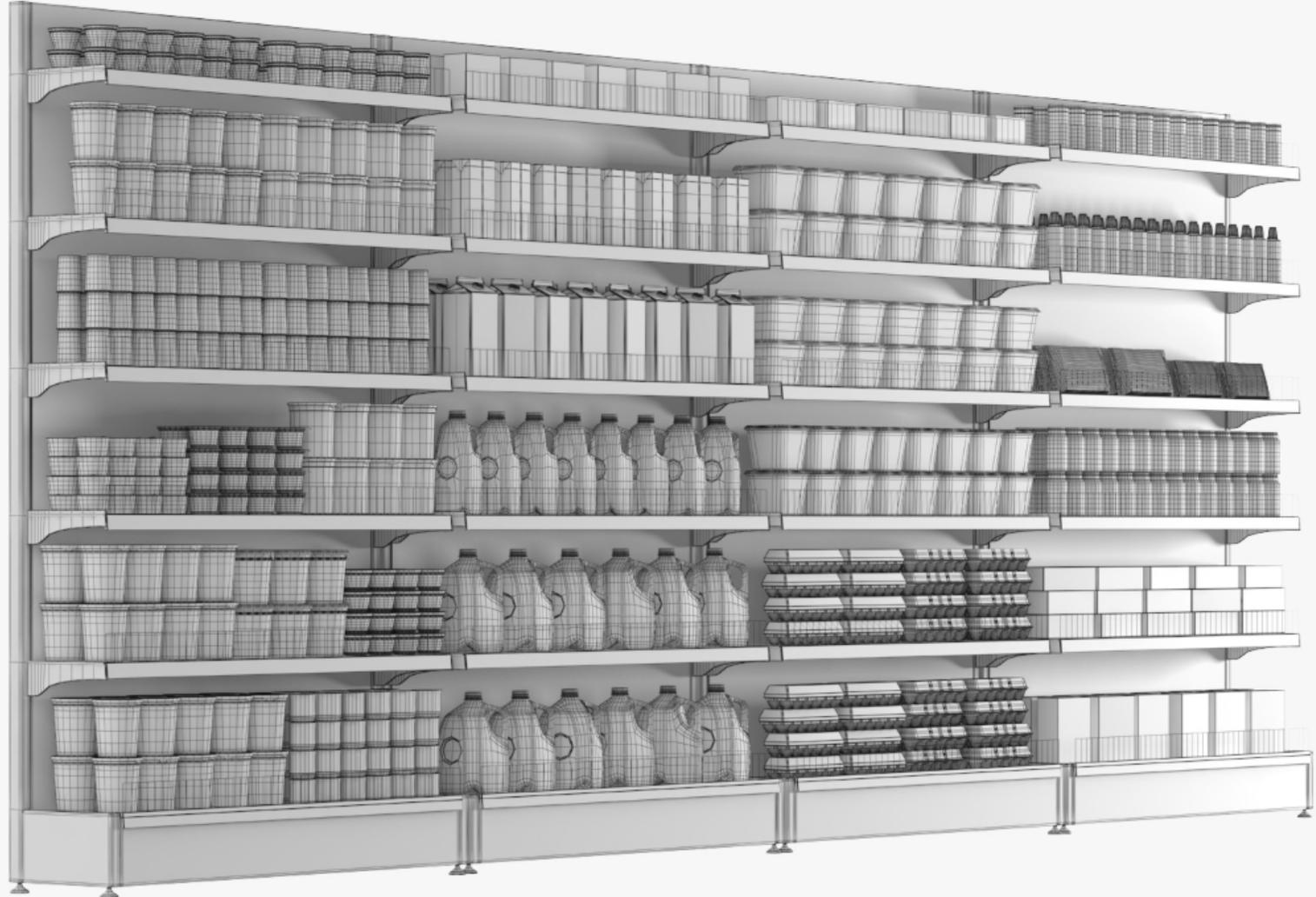
Was wäre, wenn...

Choice-Based Conjoint Modellierung

- **Zerlege Produktkategorie in ihre Bestandteile (Marken, Produkte)**
- **Bilde neue Konfigurationen im Produktangebot, nach Größe und Zusammensetzung**
- **Einführen neuer / Auslisten etablierter Marken + Produkte**
- **Mehr vs weniger Regalfläche**
- **Etc.**

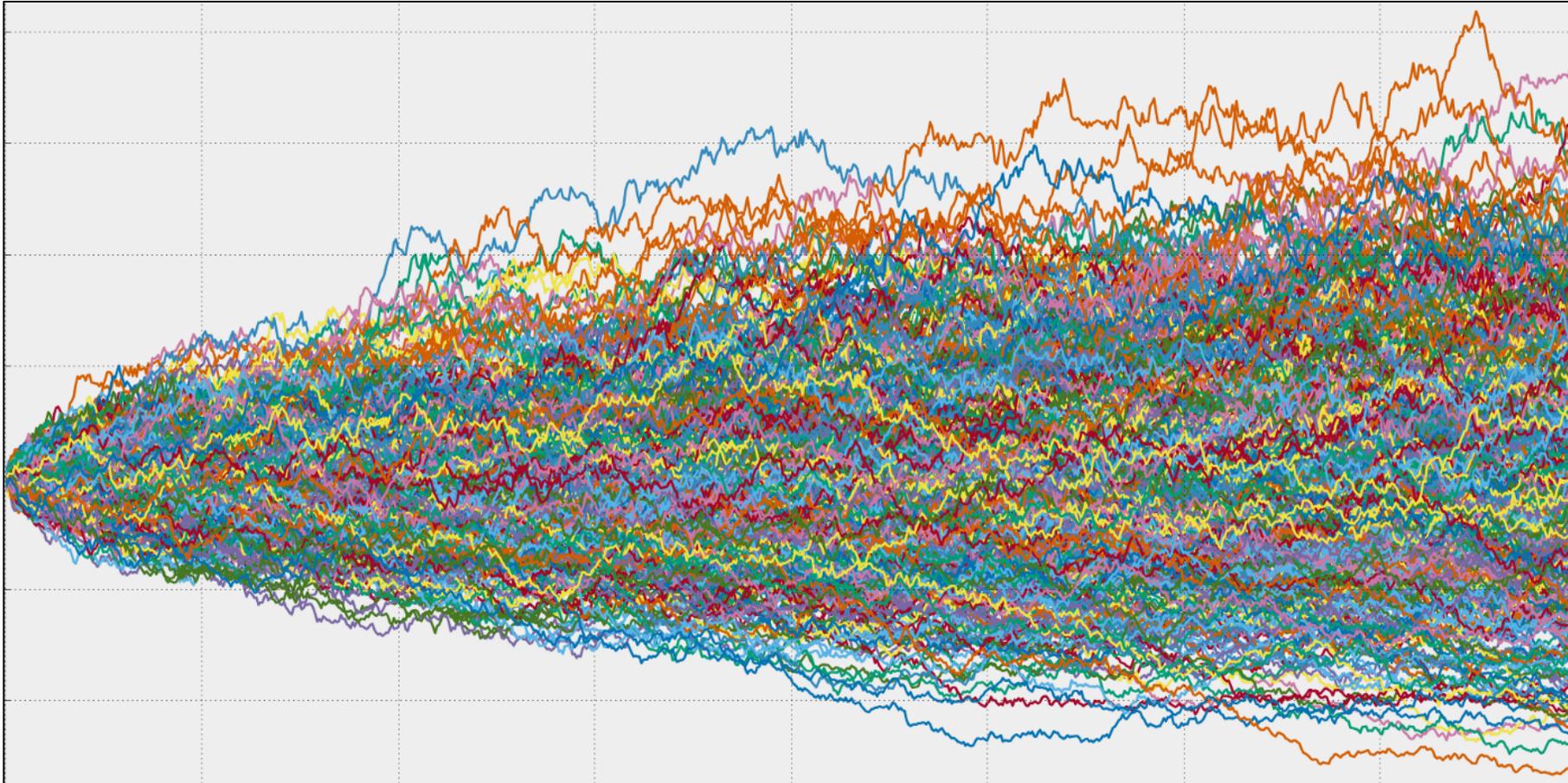
- **Zeige völlig unterschiedliche Regal-Szenarien zur Produktauswahl**

- **Ermittle Inkremental-Wert jedes SKU**



Choice-Based Conjoint Modellierung

Erzeuge Tausende von Kategorie-Varianten und ermittle ihre Absatzeffekte



Shelf Conjoint: Product x Price x Shelf Space

1 of 6

Seleccione los productos que desea comprar?

ver carrito 

Ninguno



HERBAL ESSENCES bio:renew
Bourbon And Manuka Honey
400 ML
\$ 120.00



3 of 6

Seleccione los productos que desea comprar?

ver carrito 

Ninguno



Seleccione los productos que desea comprar?

ver carrito 

Ninguno





6 of 6

Seleccione los productos que desea comprar?

ver carrito 

Ninguno

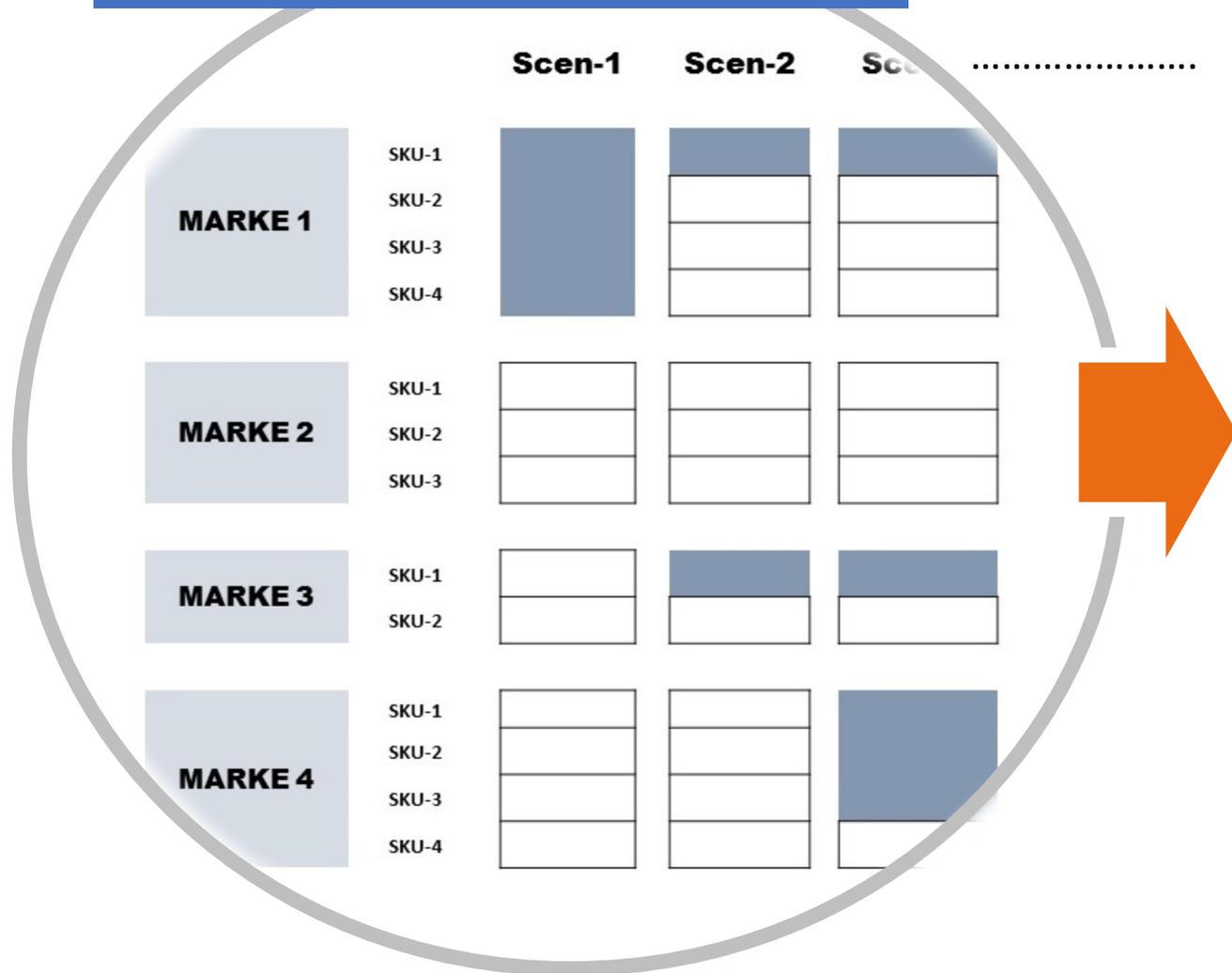


ELVIVE Dream Long Liss

680 ML

\$ 60.00

WHAT-IF-Szenarien



pro SKU:

Nachfrage-Transfer
= Substituierbarkeit

VOLUMEN
UMSATZ
GEWINN

ZIEL:

- Reduziere langsam drehende SKUs mit hohem Kannibalisierungsrisiko
- Mehr Regalfläche für nicht-redundante SKUs

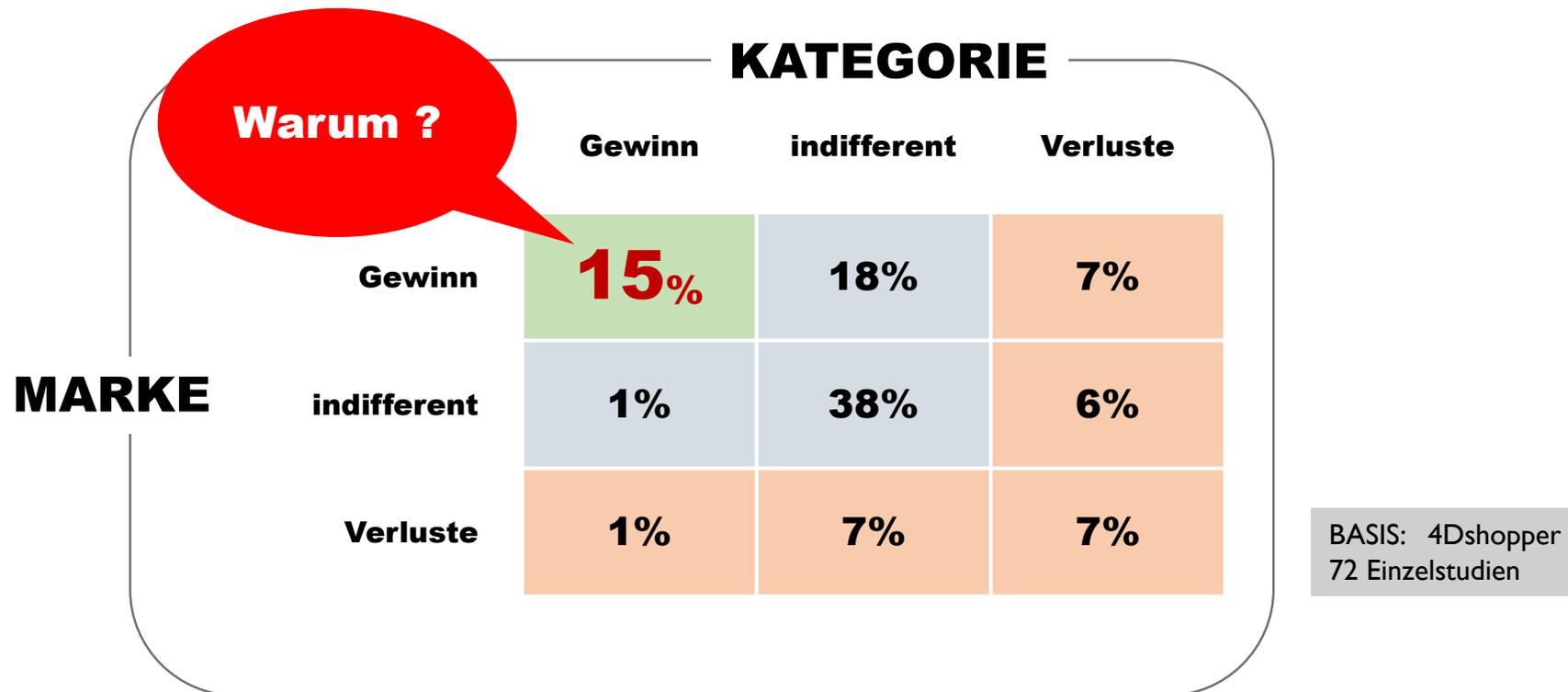


54 Erdbeer-
Varianten



Konsequenzen Sortiments-Reduzierung

ERGEBNISLAGE | Eigene Meta-Analysen



KONTAKT

4Dshopper

Bernhard Treiber
btreiber@4dshopper.com
T 0049-2131-27 23 55