



Na falta do item procurado, todo carrinho de compra pode ser deixado para trás

Estudo realizado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) aponta que, frente ao vazio na prateleira, 17% dos clientes adiam a compra e 11% simplesmente desistem dela. Já os dados da Associação ECR Brasil mostram que o problema ocasiona perdas de até 40% para o varejo e 35% para a indústria, sendo que os prejuízos podem chegar a R\$ 8 bilhões por ano.

Conhecida tecnicamente como ruptura, a falta de produto na gôndola não apenas frustra o *shopper* (consumidor no momento da compra), mas também o irrita e gera nele a sensação de perda de tempo. Mas o prejuízo é ainda maior. Frente ao vazio da prateleira, 53% dos responsáveis pelas compras, em média, optam por outra marca e mais de um terço (37%) procura o item de sua preferência em outra loja, segundo a pesquisa da ESPM.

De acordo com a diretora geral da Consultoria Mind Shopper, Alessandra Lima, as causas da falta de produtos têm início na indústria, onde algumas falhas podem ocorrer, como a estimativa conservadora frente à venda mais agressiva, falta de matéria-prima, e problemas no processo de produção. Na fase de logística e distribuição, outros desafios surgem, como contratempos na entrega (transportadora) e problemas no recebimento do varejo. “Os produtos que compõem o mix de uma loja deveriam estar sempre disponíveis na área de vendas, mas isto nem sempre acontece e este fato é uma verdade independentemente do tipo e tamanho de varejo.

Outro grande problema na cadeia de abastecimento é o estoque padrão do varejo. Clientes informatizados normalmente expedem seus pedidos com base no giro dos produtos no ponto de venda (PDV) – o que é perfeito desde que a previsão de estoque esteja sempre em linha com o giro, o que muitas vezes não acontece”, lamenta Alessandra.

Passo a passo para evitar rupturas

- Certifique-se de ter a previsão correta das vendas;
- Estabeleça o volume e a frequência de reposição;
- Corrija processos administrativos e diferenças entre estoque físico e contábil;
- Alinhe procedimentos com o fornecedor;
- Apoie-se nos sistemas de informática para aumentar controles e oferta de informação.



Shutterstock

Shutterstock

Shutterstock

Shutterstock

Comments



There are no comments posted yet. [Be the first one!](#)

Post a new comment

Enter text right here!

Comment as a Guest, or login:



Name

Displayed next to your comments.

Email

Not displayed publicly.

Website (optional)

If you have a website, link to it here.

Subscribe to

Submit Comment

[< Anterior](#)

[Próximo >](#)