Advertorial: Derving: hoe automatisering helpt!

14-10-2019 09:04



Of het nu voor of achter de toonbank is, derving is een probleem dat iedereen direct treft. Consumenten weten zelden wat derving meebrengt of dat het retailers jaarlijks € 2.400 miljoen verlies geeft. Afname van de voorraad kan op vele manieren gebeuren en verschilt per retailer. Derving is echter niet strikt gerelateerd aan voorraad, het gaat ook over hoe bijvoorbeeld contant geld in de winkel wordt beheerd. Na diepgaand onderzoeken, blijken de twee grootste schuldigen van dergelijke verliezen winkeldiefstal en werknemersdiefstal te zijn.

Verkoopmedewerkers bij bijvoorbeeld mode-retailers zullen met regelmaat geconfronteerd worden met winkeldiefstal. Een van de meest voorkomende ‘misvattingen’ althans volgens de daders, is dat "stelen de winkel totaal geen pijn doet". Deze individuen bedoelen dit in een context van bijvoorbeeld het stelen van iets klein als een pakje kauwgom of een paar zonnebrillen. Zelfs als de goederen minder dan een euro kosten, heeft elke winkeldiefstal direct invloed op zowel de retailer als de consumenten die hun producten kopen. Winkeldiefstal is in Nederland ‘goed’ voor 41% van de totale derving en verliezen retailers ongeveer € 3.8 miljoen aan goederenwaarde per dag. Uiteraard speelt dit niet alleen in Nederland, het gebeurt wereldwijd. Om er maar twee te noemen; het VK verliest elke dag ongeveer 11.8 miljoen GPB aan goederen en in Duitsland is dit ongeveer € 7.9 miljoen.

Winkeldiefstal verhoogt niet alleen de kosten voor de retailer, maar maakt het winkelen uiteindelijk ook duurder voor de consument. Wanneer goederen worden gestolen, worden de prijzen van de huidige goederen verhoogd om de verliezen op te vangen. De gemiddelde shopper in het Nederland betaalt ongeveer een extra € 139 per jaar – gewoon om de kosten van gestolen goederen in te halen!
Samen met winkeldiefstal draagt personeelsdiefstal (of interne diefstal) evenzeer bij aan derving. Interne diefstal is goed voor 30% van de voorraadderving en kan op 4 manieren plaatsvinden: schaamteloos stelen uit de winkel, 'fake' retourneren & frauduleuze cadeaubonnen, afromen/skimming van de kassa en misbruik van korting privileges door werknemers. Het is belangrijk op te merken dat drie van deze vier soorten diefstal optreden bij het verkooppunt (POS).

Naast de verliezen die zich voordoen bij de POS, is het verrassend hoeveel retailers verliezen door kassa-fraude door personeel. Variërend van slechts vijf tot duizenden euro's, wordt frequent geld gestolen door personeel. Feitelijk is kassa-fraude goed voor ca 25% van alle personeelsdiefstal in de retail-industrie. Hoewel diefstal van werknemers een aanzienlijke invloed heeft op de algehele derving van de winkel, is dit gedrag niet van toepassing is op alle werknemers. Het zijn slechts de "rotte appels" die de grootste schade veroorzaken.

Naast winkeldiefstal en personeelsdiefstal ontstaat derving ook als gevolg van retour fraude en administratieve fouten. Met dit in gedachten is het essentieel voor retailers om hun eigen derving te evalueren en potentiële opties voor reductie hiervan te onderzoeken.

Gelukkig is een van de beter beproefde methodes cash automatisering. Het implementeren van cash-automatiseringstechnologie in een winkel vermindert niet alleen dit probleem, maar kan de algehele efficiëntie van werknemers en de klantenservice verbeteren. Het zal het vermogen van medewerkers om contact te maken met klanten verbeteren: het is tenslotte moeilijker om betrokken te blijven bij een klant terwijl je hun betaling moet afrekenen!

Derving is een onderdeel van de dagelijkse realiteit in de detailhandel, maar dat betekent niet dat je elk jaar genoegen moet nemen met een standaard jaarlijkse dervings-doelstelling. Als u stappen neemt om te begrijpen hoe en waarom derving in retail optreedt kunt u een reductiestrategie samenstellen die effectief is en een sterk toegevoegde waarde in de toekomst zal bieden.

Glory biedt cash automatiseringsoplossingen die uw cash management processen (tijdens het afrekenen) optimaliseren en uw medewerkers in staat stellen zich te concentreren op het bieden van een nog betere klantenservice. Uiteindelijk helpt dit u als retailer vooruit te komen.