

# Hoe MS Mode afrekenet met voorraadproblemen

29-09-2021 14:40



## Branded content

**Nog dit jaar stapt MS Mode in alle 185 winkels in de Benelux, Spanje en Frankrijk over op RFID-technologie. Daarmee wordt de voorraad op orde gehouden en sneller geschakeld omdat alle informatie eenvoudig inzichtelijk is. En misgrijpende klanten? Die moeten hiermee verleden tijd zijn.**

Eerder koos zusterketen America Today al voor RFID. Dat project startte drie jaar geleden om de betrouwbaarheid van de voorraad te verbeteren, een belangrijke voorwaarde voor een goede omnichannelstrategie. Ook MS Mode investeert in RFID als onderdeel van haar datagedreven strategie.

De afgelopen periode kregen de winkels een andere rol. E-commerce groeide sterk en de filialen werden meer onderdeel van de supplychain. "De uitrol van RFID kwam daardoor eigenlijk precies op het juiste moment", legt Robert-Jan Haitink, projectmanager en business analyst bij MS Mode, America Today en CoolCat uit.

Dankzij RFID worden processen in de winkels beter en sneller gemaakt. Met handscanners en tablets tellen winkelmedewerkers razendsnel alle artikelen op de winkelvloer en in het magazijn. Labels met unieke identificatiecodes worden al in de fabriek op de kleding aangebracht via de bestaande labelleveranciers. America Today koos voor Nedap als partner voor de invoering van RFID en MS Mode doet nu hetzelfde.

## Aanbiedingen snel tellen

"Die keuze is ingegeven door overlap in werkwijze van onze organisaties", aldus Haitink. "Daarnaast vormden kosten, maar vooral de manier waarop we samenwerkten tijdens het America Today-traject motivatie om weer voor deze partner te kiezen." Hij wijst erop dat Nedap actief meedenkt om zaken optimaal in te richten. Ook

wordt bij de ontwikkeling van nieuwe functionaliteiten om feedback gevraagd. "Bij andere partijen stond dat vaak al meer vast."

Een van de functionaliteiten die inmiddels standaard in Nedaps voorraadbeheerplatform iD Cloud zit, is *partial count*. Dit maakt het mogelijk om de voorraad in een specifiek deel van de winkel snel te tellen, bijvoorbeeld op plekken waar aanbiedingen worden gepromoot.

"We kunnen zien hoeveel stuks in totaal aanwezig zijn in de hele winkel, welke items beschikbaar voor klanten op de winkelvloer en hoeveel nog op voorraad ligt in de back-room. Dat wordt snel en voor zeker 98 procent betrouwbaar inzichtelijk gemaakt." Alles wordt hiermee makkelijker, zegt Haitink. "Actuele suggesties voor het aanvullen van items op de winkelvloer, op maat en kleur, en bevoorrading vanuit distributiecentra naar winkels."

### **Meer zekerheid, minder risico**

Ook voor een totaaloverzicht van alle winkels wordt iD Cloud gebruikt. Daarnaast is RFID-data gekoppeld aan een allocatie- en replenishment tool. Die bepaalt met behulp van AI en machine learning nauwkeurig welke voorraad op welk niveau naar welke winkels gestuurd moet worden. Bij online bestellingen kan dus uit alle winkelvoorraden geput worden en ben je niet alleen afhankelijk van de dc-voorraad. "Hiermee vergroot je de digitale en fysieke beschikbaarheid, alles is verkoopbaar", zegt global account executive Bruno Bakker van Nedap. "Dit betekent voor retailers meer zekerheid en minder risico."

RFID draagt volgens Bakker bij aan voorraadbetrouwbaarheid en overzicht. "Gemiddeld is een kwart van de winkelvoorraad niet in beeld. Dat werkt zowel de digitale als fysieke beschikbaarheid voor consumenten tegen. iD Cloud voedt bestaande systemen als ERP met accurate data en stelt retailers en merken zo in staat betere beslissingen te nemen."

Mede op basis van RFID-data wordt door de allocatie en replenishment-tool Thunderstock per winkel en artikel een voorstel gegenereerd voor aanvulling van winkelvoorraden. "Daarin wordt alles meegenomen: van performance per artikel op die specifieke locatie tot en met de weersvoorspelling voor de komende dagen", zegt Haitink. "Het leidt tot optimalisatie: welke producten wil je op dit moment in je winkel? Ook hier geldt: hoe betrouwbaarder de informatie over voorraadniveaus, hoe accurater het voorstel."

### **Omnichannel**

Op dit moment worden alle RFID-functionaliteiten waaraan de MS Mode-winkels behoefte hebben getest. Geloof in RFID is er, dat heeft America Today al laten zien, benadrukt Haitink. "We testen dus niet om te bewijzen dat dit voor ons werkt, maar om te ontdekken hoe de aansluiting op bestaande MS Mode-systemen gaat. Verder dient de pilot om te kijken hoe we het IT-systeem kunnen perfectioneren en ons personeel het werken met RFID oppakt."

Voor MS Mode draagt RFID bij aan grip op de veranderende business. Processen in de winkel versnellen, maar ook omnichannel wordt belangrijker. "Onze klanten kijken steeds vaker eerst online welke items ze willen", legt Haitink uit. "Ze checken thuis al of die in hun maat en gewenste kleur in de winkel in de buurt liggen. Ze bestellen vervolgens via click & collect, click & reserve of pick from store."

Dat vereist betrouwbare data, vervolgt de projectmanager. "Je wilt je klant een positieve ervaring geven. Klopt de voorraaddata in je systeem niet en grijpt een klant één of twee keer mis, dan ben je haar voorgoed kwijt. RFID biedt inzicht op individueel artikelniveau. Die nauwkeurigheid ervaart de consument."

### **Train de trainer**

Nog dit jaar gaat RFID in alle 185 MS Mode-winkels live. De shopmanagers worden, in samenwerking met de leverancier, volgens het train-de-trainer-principe opgeleid. "Per regio trainen we masters die op hun beurt alle kennis via regiowinkels doorgeven", licht Haitink toe. "Dat gebeurt in Nederland en in het buitenland. Een watervalprincipe waarbij de kennis via de managers zelf wordt verspreid."

Dat MS Mode juist nu durft te investeren past volgens Haitink bij het vertrouwen in de formules en de technologie. "Elk jaar in retail is tegenwoordig spannend. RFID zal ons helpen nog beter te worden."

Sandra van Maanen