

MIQUEL GANHA AGILIDADE DE PREÇO COM O IPO

A Forrester, uma conhecida empresa de estudos independentes inglesa, falou com a equipa de gestão da Miquel Alimentació Grup, que gere 60 outlets de cash-and-carry, bem como 135 lojas em diferentes regiões de Espanha, para descobrir como a implementação do IPO da Profimetrics melhorou o seu desempenho, melhorando de forma extremamente positiva a fixação do preço.

Como resposta às iniciativas competitivas e flutuações constantes do mercado de actuação, a Miquel tem que ajustar frequentemente, dezenas de diferentes listas de preços que possui para os seus 25,000 produtos.

Por volta de 2006, o crescimento da Miquel foi tão acentuado que os seus 20 gestores de categorias não conseguiam gerir manualmente os ajustes de preço necessários para cada local. Adicionalmente a Miquel necessitava de um processo que ajudasse os gestores de categoria e os gestores de marca a trabalhar em conjunto nas mesmas categorias, sem criar inconsistências nos preços.

Os gestores seniores preocupavam-se com que os preços e a grande variedade de produtos pudesse facilmente ficar desalinhado, sendo as folhas de Excel uma forma pouco eficaz para controlar a prática de políticas de preços por diferentes zonas, centenas de lojas e milhares de SKUs.

De forma a conseguir obter uma fixação de preço mais

eficiente, ao mesmo tempo que mantinham um alto nível de resposta às condições de mercado, a divisão escolheu trabalhar com a Profimetrics, um vendedor de software especializado em soluções de "right pricing". A Profimetrics implementou na Miquel o IPO - Intelligent Profit Optimisation, para assim começar a automatizar a função do preço, avançando em seguida para os saldos e promoções.

No ano de implementação do novo sistema, a Miquel conseguiu:

- Manter os preços por níveis de categoria. Gerir listas de preços diferentes para o mesmo item. Ao estabelecer relações sistemáticas entre listas de preços os compradores da Miquel conseguiam fazer updates automáticos enquanto mantinham uma lista de preços única.
- Gerir as relações de preço. Os compradores da Miquel mantinham uma relação entre preços como 1 litro e 2 litros de pacotes de sumo de laranja, e uma relação separada entre preços de sumo de laranja e de sumo de ananás. Estabelecendo estas relações no sistema, a Miquel aumentou a sua agilidade de gestão de preço, permitindo que os gestores se focassem numa única mudança de preço, confiando no sistema, que geria a relação de preços com os seus produtos.

- Gerir a imagem de preço automaticamente. Como muitos outros retalhistas e distribuidores a Miquel estabeleceu uma imagem de preço que suporta outras políticas de marketing. Os gestores de categoria podem fazer uma gestão de preço agregada, e por excepção a um nível inferior por produto, de forma a obedecer mais aproximada e rapidamente às regras da imagem de preço objectivo quando os concorrentes alteram os seus preços ou as suas condições de mercado. A implementação do sistema de optimização de preço integrado permitiu uma melhoria na agilidade do processo de marcação de preço na Miquel, permitindo que a alteração de preços passasse de mensal a semanal.

- Melhorar a margem. A Miquel consegue optimizar as tarefas dos seus gestores de categorias. Os seus bónus estão directamente relacionados com melhorias na componente de margem, e possuem um sistema que os ajuda a aperfeiçoar o desempenho por uma vasta gama de produtos de forma a garantir melhores margens.