

Case Study

halfords



Halfords, leader nel Regno Unito nella vendita al dettaglio di prodotti per il ciclismo e l'automobile, aumenta l'efficienza operativa e la visibilità delle attività di Loss Prevention con le soluzioni Sensormatic, Source Tagging e Shrink Management as a Service (SMaaS).

Sommario

Industria

Vendita al dettaglio di prodotti automobilistici e ciclistici e assistenza e riparazione di automobili

Soluzioni

- Acustico-magnetico (AM,) Sorveglianza elettronica degli articoli (EAS)
- Gestione delle differenze inventariali come servizio (SMaaS)
- Source Tagging come Servizio (STaaS)

Benefici

- Sistema di prevenzione delle perdite armonizzato e visibilità in tutta l'azienda
- Aumento del livello di assistenza e soddisfazione dei clienti
- Un sostanziale risparmio di tempo e di costi operativi

Halfords è il fornitore leader nel Regno Unito di prodotti e servizi per l'auto e il ciclismo. I clienti acquistano in 404 negozi Halfords, 3 negozi Performance Cycling (che operano come Tredz e Giant), 604 officine (che operano come Halfords Autocentres, McConechy's e National) e hanno accesso a più di 200 furgoni di assistenza mobile.

I clienti possono anche acquistare su **www.halfords.com** e **tredz.co.uk** per il ritiro presso il negozio locale o la consegna a domicilio, oltre a prenotare i servizi di garage online su **halfords.com**.



La sfida

Con un elevato numero di negozi e officine distribuiti nel Regno Unito e in Irlanda, l'esperienza del cliente e l'efficienza operativa sono rimasti gli obiettivi di Halfords.

1. Ispirare i clienti attraverso un'esperienza di acquisto differenziata e super-specialistica - questo include un ambiente di negozio moderno ed emozionante, dove i clienti possono sperimentare e testare i prodotti in prima persona.
2. Sviluppare tecnologie e infrastrutture moderne per garantire efficienza operativa, gestendo allo stesso tempo tanti possibili rischi in negozio, online e all'interno delle sue diverse business unit.

I sistemi di sorveglianza elettronica degli articoli (EAS) di Halfords erano stati installati negli ultimi 20 anni da diversi produttori, utilizzando una combinazione di tecnologie AM e RF, con Antenne RF dominanti in tutta la proprietà di diverse centinaia di negozi.

Poiché nessuna delle Antenne era monitorata a distanza, Halfords si affidava ai dipendenti del negozio che testavano i sistemi ogni settimana e segnalavano manualmente i guasti.

Inoltre, sono stati sostenuti costi significativi per l'applicazione manuale delle etichette a livello di negozio, per la riparazione delle Antenne obsolete e per le perdite di magazzino. Sono stati protetti solo i prodotti a più alto rischio di furto, circa il 17% dell'intera gamma.

James Crowther - Responsabile della Protezione dei Profitti del Centro di Supporto - ha dichiarato: "Abbiamo completato un'indagine su tutti i punti vendita per esaminare le prestazioni delle nostre Antenne EAS e abbiamo scoperto che solo il 20% dei punti vendita aveva sistemi che funzionavano a livelli ottimali; il problema principale era rappresentato dalle Antenne più vecchie che, con il tempo, avevano sviluppato un "buco" di rilevazione in cui un tag poteva passare senza attivare i cancelli. Abbiamo anche scoperto che il 10% dei

punti vendita aveva delle Antenne che non funzionavano affatto, ma i dipendenti del negozio erano del tutto ignari di questo fatto.

Grazie a questa intuizione, abbiamo deciso che avevamo bisogno di dispositivi collegati in rete in un sistema EAS, che potessero essere monitorati da remoto, in modo da sapere immediatamente quando non funzionavano correttamente.

Al termine della nostra revisione, è risultato evidente che se volevamo che le nostre Antenne si attivassero ogni volta che passava un prodotto etichettato (o il più vicino possibile al 100%), allora le etichette con tecnologia Acustico-Magnetica (AM) si adattavano meglio alla nostra gamma di prodotti difficili da etichettare, e le etichette Sensormatic APX sono state la nostra scelta preferita".

Passare all'offensiva contro i Furti

Negli anni precedenti, le perdite legate a queste sfide sono state stimate a circa 1 milione di sterline all'anno, il che ha messo sotto pressione il team di protezione dei profitti per prevenire le perdite e aiutare a guidare la redditività dell'azienda.

James Crowther - Support Centre Profit Protection Manager, "Dopo aver esaminato i numeri delle perdite di stock per tutti i nostri prodotti, sono stati selezionati oltre 1.000 prodotti da etichettare alla fonte (che è un numero significativamente maggiore di quelli che possono essere etichettati in negozio dai dipendenti). Con una gamma così diversificata di prodotti nel portafoglio di Halford, c'erano diversi prodotti che volevamo proteggere, ma avremmo avuto difficoltà ad attivare la maggior parte delle Antenne EAS a causa di problemi legati al prodotto stesso o alla confezione. Molti dei nostri prodotti contengono fluidi, hanno un elevato contenuto metallico o entrambi, tutti elementi noti per compromettere le prestazioni delle etichette EAS".



La Soluzione

“Per stabilire quale tecnologia ci avrebbe dato i migliori tassi di attivazione, abbiamo testato diversi prodotti facili (senza metallo o fluidi), insieme ad alcuni dei nostri articoli più impegnativi, ha continuato James Crowther. Abbiamo etichettato ogni prodotto con una serie di etichette AM e RF di diversi produttori e li abbiamo testati utilizzando le Antenne EAS raccomandate.

Come media di tutti i prodotti testati, i risultati di attivazione variavano dal 43% al 72% quando si utilizzavano i sistemi RF, ma dal 90% al 98% delle volte con i sistemi AM. Tuttavia, è stata la categoria di prodotti difficili da proteggere a rappresentare il principale elemento di differenziazione per quanto riguarda le prestazioni dei vari sistemi EAS.

La maggior parte delle etichette RF testate semplicemente non funzionava su questi prodotti, e anche le etichette migliori non raggiungevano tassi di attivazione elevati. Le etichette AM hanno superato questi problemi con prestazioni nettamente migliori. La combinazione sistema EAS/etichetta con i più alti tassi di attivazione testati è stata il sistema Sensormatic Synergy con etichette APX AM”.

Riconoscendo l'importanza strategica delle tecnologie avanzate di Loss Prevention per la sua attività, Halfords ha deciso di investire in un programma di Loss Prevention best-of-class e si è concentrato su tre pilastri del progetto.

Sistema EAS	Source Tagging come servizio (STaaS)	Gestione delle differenze inventariali come servizio (SMaaS)
Aggiornare e armonizzare le apparecchiature EAS su un'unica tecnologia (AM - acusto magnetica).	Eliminare il lavoro di etichettatura manuale da parte del personale del negozio e farli etichettare alla fonte (applicati direttamente nel packaging in fase di produzione).	Aggiungere capacità di rete ai sistemi EAS, per consentire il monitoraggio a distanza delle apparecchiature, la visibilità dei tempi di attività e di inattività, la manutenzione a distanza e la raccolta di dati.
Aumenta il tasso di prestazioni del sistema EAS a oltre il 98%.	Aumentare la protezione del prodotto ai 1000 articoli selezionati.	
Scegli un sistema EAS modulare che permette di aggiungere/aggiornare le funzionalità RFID in qualsiasi momento del futuro.	Aumenta la conformità e l'efficacia della protezione dell'etichetta.	
	Utilizza l'assistenza e il supporto dei partner nella protezione alla fonte per garantire la conformità al 100% dell'applicazione dei tags e il raggiungimento degli indicatori di prestazione chiave (KPI).	

Nella prima fase del progetto, Halfords e Sensormatic Solutions hanno deciso di concentrarsi sulle opportunità di miglioramento immediate, vale a dire:

- **Armonizzare** i sistemi proprietari EAS come primo passo per l'omologazione di tutte le nuove aperture di punti vendita con sistemi AM EAS e aumentare i vantaggi di tassi di rilevazione più elevati, soprattutto verso le parti contenenti metallo.
- **Investire** nel programma Source Tagging as a Service (STaaS) sulle sue 400 linee di prodotti principali, per contribuire ad aumentare la protezione della merce senza compromettere il merchandising e l'esperienza del cliente.
- **Collegare** tutti i nuovi 25 negozi alla piattaforma Sensormatic Shrink Management as a Service (SMaaS), per raccogliere informazioni sull'usabilità generale dei suoi sistemi EAS, nonché sui modelli di differenze inventariali e sulle analisi avanzate di prevenzione delle perdite in questi stores.

I Risultati

Durante il roll-out iniziale di 25 negozi, il team di Halfords per la protezione dei profitti ha dimostrato che un sistema di Loss Prevention collegato e integrato ha permesso di ridurre in modo sostanziale i costi operativi, aumentando al contempo il livello di protezione dei prodotti in tutti i punti vendita testati tutte. Collegando i negozi di prova alla piattaforma SMaaS, hanno raccolto informazioni preziose sull'utilizzo dei sistemi EAS, nonché sulle tendenze, le cause e i modelli iniziali delle differenze inventariali.

"Ora abbiamo diversi negozi con le antenne Sensormatic Synergy installati e collegati in rete, e tutti utilizzano la piattaforma SMaaS. Nei 3 mesi successivi all'installazione, i tassi di differenze inventariali in questi negozi sono stati inferiori del 36% rispetto al resto degli altri punti vendita ed eravamo informati ogni volta che un problema riguardava le nostre antenne (ad esempio, un'interferenza elettrica); la maggior parte dei problemi è stata risolta da remoto, senza la necessità che un tecnico visitasse il negozio", ha aggiunto James Crowther.

Utilizzando il dashboard SMaaS, ora possiamo distinguere più facilmente i negozi che sono fortemente colpiti da furti esterni e siamo stati in grado

di intervenire per risolvere il problema. I modelli di furto sono ora molto più visibili con i dati a supporto, quindi se, ad esempio, un negozio vede un numero di allarmi costantemente elevato ogni martedì sera tra le 18.00 e le 19.00, allora si possono impiegare più colleghi al piano di vendita in questi orari per fornire un deterrente".

James Crowther

Responsabile della Protezione dei Profitti del Centro di Supporto, Halfords



Centro di supporto, Responsabile della protezione dei profitti, Halfords	A livello di cliente finale/acquirente
Migliore livello di servizio al cliente (eliminando le attività manuali di etichettatura presso i punti vendita).	Tassi di conversione e livelli di servizio più elevati, liberando il tempo dei dipendenti dalle attività di etichettatura a favore di attività rivolte ai clienti.
Aumenta la disponibilità dei prodotti e migliora la soddisfazione dei clienti (la riduzione del numero di articoli rubati significa una maggiore disponibilità a scaffale).	Disponibilità immediata dei prodotti - i prodotti etichettati alla fonte possono essere visualizzati direttamente dopo aver ricevuto la spedizione, senza dover ricontrollare ed etichettare in negozio.
Ottimizzazione della gestione dello staff (utilizzando il modulo di conteggio del traffico nelle antenne EAS, l'azienda ha potuto contare l'affluenza lorda e individuare le ore di punta in cui potrebbe essere necessario personale aggiuntivo).	Un livello più elevato di fiducia nella protezione del prodotto e nel sistema - se il sistema è sì allarma, c'è un motivo!
	Sono stati eliminati i costi dei controlli e della manutenzione giornaliera delle apparecchiature (la maggior parte può essere effettuata in da remoto).

Stato attuale

Anche se il roll-out del progetto ha subito un rallentamento durante gli anni della pandemia, Halfords è rimasto sulla buona strada ed entro la fine di settembre 2023 avrà 173 negozi collegati a SMaaS con nuovi varchi EAS.

Da quando sono stati installati i primi negozi nel 2019, Halfords ha registrato una riduzione media del 9% dei tassi di differenze inventariali rispetto ai negozi senza il sistema Synergy EAS.

Inoltre, la piattaforma SMaaS ha permesso ad Halfords di conoscere i modelli di allarme e di concentrarsi sui negozi con un numero di allarmi insolitamente elevato. In molti casi, i processi sbagliati e l'etichettatura imprecisa creavano molto rumore e falsi allarmi nei negozi, che i dipendenti iniziavano semplicemente a ignorare. Affrontare questi problemi ha portato maggiore consapevolezza e attenzione al personale di vendita in store e quando un allarme si attiva, agiscono di conseguenza.

Informazioni su Johnson Controls

Johnson Controls (NYSE:JCI) trasforma gli ambienti in cui le persone vivono, lavorano, imparano e si divertono. Come leader globale nel settore degli edifici intelligenti e sostenibili, la nostra missione è quella di reimmaginare le performance degli edifici per servire le persone, i luoghi e il pianeta. Con oltre 140 anni di esperienza nell'innovazione, Johnson Controls presenta soluzioni pronte per il futuro per settori come la sanità, l'istruzione, i data center, gli aeroporti, gli stadi, la produzione e molto altro, tramite la sua offerta digitale completa OpenBlue. Con un team globale di 100.000 esperti in oltre 150 paesi, Johnson Controls oggi offre il più ampio portfolio al mondo di tecnologie per edifici, software e servizi con alcuni dei nomi più prestigiosi del settore. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.johnsoncontrols.com o seguite [@johnsoncontrols](https://www.instagram.com/johnsoncontrols) sulle piattaforme social.

Informazioni su Sensormatic Solutions

Sensormatic Solutions è leader globale e principale brand Retail del portfolio di Johnson Controls, alimenta l'eccellenza operativa su larga scala e consente un coinvolgimento intelligente e connesso nello shopping da parte dei consumatori. La nostra piattaforma operativa digitale intelligente - Sensormatic IQ - combina l'intero portafoglio di soluzioni Sensormatic, compresi i dati di terze parti, per offrire insights di valore sulla shopping experience, sull'inventario, sulla Loss Prevention e sull'efficacia operativa con tecnologie avanzate, come l'IA e il Machine Learning. Ciò consente ai retailer di agire sulla base di risultati prescrittivi e predittivi data-driven, per procedere con fiducia verso il futuro. Visita [Sensormatic Solutions](#) o seguici su [LinkedIn](#), [X](#) e sul nostro [canale YouTube](#).