

Пресс-релиз

06.11.2019

«Балтика» и «Магнит» оптимизируют совместную работу с помощью проекта «Имплант»

Пивоваренная компания «Балтика» запустила совместный проект «Имплант» с крупнейшей розничной сетью в России «Магнит». Штатный сотрудник «Балтики» на постоянной основе работает в главном офисе ритейлера, имеет доступ к его учетным системам и помогает решать различные вопросы, касающиеся взаимодействия с сетью. Проект систематизирует процессы, по которым работает ритейлер в совместном бизнесе с поставщиком, и предлагает улучшения, чтобы взаимодействие было построено максимально эффективно.

Совместный бизнес «Балтики» с «Магнитом» растет быстрыми темпами, а вместе с ним повышается и объем поставок. В такой ситуации неизменно появляются определенные операционные сложности, связанные с логистикой, формированием заказов, промо-акциями, которые могут сказаться на снижении эффективности. Эффективность в цепи поставок напрямую влияет на свежесть и ассортимент представленной на полках продукции. Наиболее важный момент в работе поставщика и ритейлера – чтобы заказанные объемы продукции соответствовали полученным, чтобы доставка происходила вовремя.

Проект «Имплант» не только оперативно решает возникающие непредвиденные проблемы, но и помогает внедрять системные изменения в работу ритейлера и поставщика, которые позволяют устранить предпосылки таких проблем. «Магнит» стал первым из ритейлеров, которые подошли системно к повышению эффективности работы с поставщиками, открыв «Балтике» доступ к ряду ранее закрытых данных. Находящийся в офисе «Магнита» сотрудник «Балтики» имеет доступ к внутренним системам торговой сети, но видит только информацию по своей компании.

Пилотный запуск проекта стартовал в июле, за это время компании удалось повысить процент заказов, доставленных в полном объеме и вовремя. Практически в 2 раза снизилось количество заказов торговой сети на несогласованный ассортимент, которого не было в наличии у поставщика. Кроме того, сократилось время передачи информации о возникающих проблемах с доставкой, благодаря чему удается оперативно их устранить, повышая уровень клиентского сервиса.

Иван Канаев, начальник отдела по управлению и развитию Клиентского Сервиса, компания «Балтика», часть Carlsberg Group: *«Постепенно уходит практика, при которой крупные торговые сети закрывались от поставщиков. Мы перенимаем актуальные практики западного рынка, когда ритейлер дает партнерам больше информации о себе, тем самым, повышая эффективности совместной работы. За первые месяцы пилотной реализации проекта «Имплант» нам удалось добиться выполнения всех поставленных целей и даже превысить плановые показатели. Мы поняли, что наш сотрудник может решать гораздо больший объем задач, чем изначально рассчитывали, что будет реализовано на*

следующем этапе. Такая осмысленная системная работа приносит больше положительных эффектов для обеих сторон. «Магнит» первым из российских сетей откликнулся на наше предложение, но мы надеемся, что другие игроки увидят возможные преимущества от такого сотрудничества и последуют примеру крупнейшего ритейлера в нашей стране».

За счет повышения уровня сервиса, оказанного без задержек и в полном объеме, а также повышения гибкости в обеспечении объемов заказа сверх прогноза удалось добиться снижения недопоставок и потерянных продаж. Более оперативное получение информации о запасах продукции позволило снизить количество списаний и более точно формировать объемы заказов. Реализация проекта привела к снижению трудозатрат на работу с заказами и времени на решение вопросов операционного планирования.

Макар Яковчук, директор по планированию и товародвижению розничной сети «Магнит»: «Одна из ключевых задач, стоящих перед направлением цепочек поставок нашей сети, — создание максимально открытых и доверительных отношений с партнерами. Мы делаем прозрачными процессы заказа промо, внедряем единые показатели работы с поставщиками на платформе «Магнит Сервис».

Проект «Имплант» с «Балтикой» позволяет получить сразу несколько преимуществ. Во-первых, снизить недопоставки и увеличить продажи за счет повышения уровня сервиса в части полноты и своевременности его предоставления, минимизации случаев расхождения цен, более гибкой работы по обеспечению объемов дополнительных заказов. Во-вторых, он позволяет оптимизировать товарные запасы в распределительных центрах и магазинах.

Компания «Магнит» видит большой потенциал в коллаборации с поставщиками и будет развивать подобные проекты».

Подобная практика является достаточно распространенной в Европе, где в головных офисах ритейлеров находятся представители крупных FMCG-компаний. Однако в России таких проектов практически нет, «Балтика» стала одной из первых компаний, реализовавших данную инициативу в работе с торговой сетью. На следующем этапе компания планирует развивать проект, делать упор на оптимизации действующих процессов, выявлять закономерности и тенденции в цепочке поставок продукции в торговые точки «Магнита» по всей стране. Ритейлер получит рекомендации по улучшению точности планирования и прогнозирования формирования заказов. Будут разработаны мероприятия по увеличению продаж и сокращению потерь, связанных с расхождением данных торговой сети и поставщиков.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group — ведущая пивоваренная компания России и крупнейший экспортер российского пива. «Балтике» принадлежат восемь заводов в России, широкий портфель брендов. Компания является значительной частью Carlsberg Group и ее региона (Восточная Европа), к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украина. Продукция «Балтики» представлена

более чем в 75 странах мира. Благодаря высокому качеству бренды компании являются обладателями более 670 российских и международных наград профессиональных и потребительских конкурсов.

Справка о компании «Магнит»:

Публичное акционерное общество «Магнит» (MOEX и LSE: MGNT, S&P – “BB”) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 30 сентября 2019 г. сеть «Магнит» насчитывала 20 497 магазинов: 14 507 магазинов у дома, 467 супермаркетов «Магнит Семейный» и 5 523 магазина дробери, расположенных в 3 694 населенных пунктах Российской Федерации.

Около двух третей магазинов Компании работает в городах с населением менее 500 000 человек. Большинство магазинов Группы расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Магазины сети «Магнит» также находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском Федеральных округах.

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 30 сентября 2019 г. 38 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 776 автомобилей.

В соответствии с неаудированными данными управленческой отчетности Компании по МСФО, ее выручка за 9 месяцев 2019 года составила 1,000 млрд. руб., EBITDA – 63 млрд. руб.

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Пивоваренная компания «Балтика»

Привалов Евгений

+7-906-226-02-96

www.baltika.ru

baltika_company@baltika.com