

marketing berater
mb

BTE-Magazin für den Modehandel



Männer
im **OLYMP**

OLYMP

Sprung in neue Leistungs- dimensionen



In den Sportabteilungen von May konnte der Umsatz um 14 Prozent gesteigert werden.

Mode- und Sporthaus May: Zweistellige Zuwachsraten wichtiger Kennziffern durch neue Analyse-Software

Das Handelsunternehmen May in Waldshut-Tiengen mit sieben Mode- und Sportgeschäften berichtet von beeindruckenden Steigerungen bei zentralen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen innerhalb eines Jahres: Der Umsatz pro Stunde im Bereich Mode konnte zum Beispiel um 19 Prozent und im Bereich Sport um 14 Prozent gesteigert werden. Auch bei der Kennziffer Teile pro Kunde konnte man im Bereich Mode um zehn Prozent und im Bereich Sport um drei Prozent zulegen – „und das, obwohl wir bei dieser Kennziffer schon zuvor gute Werte erzielten“, freut sich May-Prokurist Michael Polzer.



Michael Polzer,
Prokurist Mode- und
Sporthaus May,
Waldshut-Tiengen

Der Handelsprofi führt diesen Sprung in eine neue Leistungsdimension hauptsächlich auf die Einführung der neuen Software 'Team Performance Monitor' (T.P.M) von Seak Software, Reinbek, zurück. Das System wurde ausschließlich für den Einsatz im Handel entwickelt und fügt vorhandene Daten aus Warenwirtschaft, Zeitwirtschaft, Personalplanung und Besucherzählern auf völlig neue Weise zusammen.

„Unschlagbar schnell“

Diese Datenaufbereitung erfolgt laut Polzer „unschlagbar schnell“, sodass die May-Führungskräfte täglich besonders einfach

und frühzeitig ein präzises Bild über die aktuelle Situation im Vergleich zu ihren Zielen und Vergangenheitsdaten haben. Auch die Entwicklung unterschiedlicher Angebotsbereiche wird auf diese Weise dargestellt. Wichtig: Hinweise auf die Ursachen auffälliger Abweichungen, wie zum Beispiel eine personelle Unterbesetzung oder rückläufige Besucherzahlen, werden gleich mitgeliefert.

„Wir erkennen jetzt auch mühelos Abhängigkeiten etwa zwischen eingesetzten Mitarbeiterstunden und Umsatz, Umsatz pro Stunde oder auch Teile pro Bon. Das können andere Systeme so nicht“, erklärt Polzer. Die Software liefert den Planern beispielsweise eine grafische Analyse, die die optimale Besetzung mit Mitarbeitern auf der Fläche benennt.

Doch damit nicht genug: Das System unterstützt auch bei der Definition von Zielvorgaben auf Mitarbeiterebene und macht diese individueller und gleichzeitig realistischer als zuvor. Eine positive Folge sind besonders motivierte Verkäufer, die über Provisionen von den Zuwächsen profitieren. Eine derartig individuelle Planung gilt im Handel bislang noch als Ausnahme, weil der damit verbundene Aufwand ohne eine entsprechend spezialisierte Software nicht vertretbar ist.

Polzer und sein Team werten die T.P.M.-Daten nach unterschiedlichen zeitlichen Dimensionen aus: Vortag, ausgewählte Tage, aufgelaufener Monat und aufgelaufenes Jahr. Mit Blick auf den Vortag interessieren vor allem Kundenfrequenz und eingesetzte Mitarbeiterstunden. Künftig soll eine quartalsweise Auswertung hinzukommen. Denn: „Wir führen unsere Mitarbeitergespräche vierteljährlich durch und nutzen dafür die T.P.M.-Auswertungen, weil sie Leistungen und Ergebnisse für alle transparent machen. Gerade wenn es um das Thema Beratungsqualität geht, sind die Analysen sehr hilfreich“, erklärt Polzer.

Der T.P.M., der auch auf mobilen Endgeräten und damit orts- und zeitunabhängig läuft, wird bei May seit Februar 2015 eingesetzt. Die Einführung sei eine Sache von wenigen Schulungsstunden gewesen. Weitere May-Mitarbeiter, die das System nutzen, wurden von Polzer selbst eingewiesen.

Sein Fazit: „Die Arbeit mit derartigen Kennziffern ist im Handel nichts Neues. Neu sind hingegen die Schnelligkeit, Tagesaktualität und Verständlichkeit der Datenaufbereitung in Verbindung mit einer ansprechenden Optik.“ ul

Diese und weitere Artikel der BTE KompetenzPartner finden Sie im Internet unter www.bte-kompetenzpartner.de.