

BUSINESS VÝZVA – pravidlo 80/20 a ABC analýza

Pracuji ve středně velké soukromé obchodně-výrobní společnosti v oboru stavebnictví. Firma se zabývá opláštěním budov - výrobou a prodejem hliníkových fasád a prodejem doplňkového materiálu. Já působím v segmentu elektrických otevíračů oken. Jsou to pohony, které se používají např. k ovládní těžko (vysoko) dostupných oken a světlíků, pro komfortní denní větrání běžných oken nebo jsou součástí požárních systémů odvodu kouře. V mé kompetenci je celý proces od nákupu až po prodej.

Mým prvním „zákazníkem“ je výrobní část firmy (výroba AL oken). Dalšími zákazníky jsou konkurenti tohoto našeho segmentu a těmi jsou ostatní výrobci oken a světlíků (AL, PVC,..), montážní firmy, obchodní firmy, koncoví uživatelé,..

V rámci pravidla 80/20 jsem se **zaměřil na přímý prodej zboží** z „mého“ segmentu. Pro rychlost ABC analýzy jsem počítal s objemem zboží nad 20tis. Pod tuto částku lze zařadit zákazníky z **bonitou D**. O pravidle 80/20 jsem toho už spoustu četl a slyšel a přišlo mi vždy velmi zajímavé. Po udělení analýzy prodeje jsem se ale navíc přesvědčil (a zprvu nevěřící sledoval), jak moc je **pravdivé a přesné!**

Tabulka níže ukazuje, že 79,9% objemu prodeje tvoří 23,2% zákazníků (=bonita A).

Z praxe vím, že **největší podíl času, energie a financí** od marketingu, péče a odbytu obecně, **vezmou klienti s bonitou C a D**. Nebojím se říct, že to může odhadem být i 50%. Z výše uvedeného se nabízí myšlenka **přesměrovat pozornost z bonit C a D na bonitu A**. Pokud by se povedlo z těchto 50% celkové pozornosti, zvýšit objem pouze o +10% u bonity A, tak se zvýší celkový obrat natolik, že **ztráta bonit C+D nemusí mrzet**. Pokud by se povedlo zvýšit objem o +20%, máme mimo vyšší obrat také **vyrobený čas navíc**, který se dá opět efektivněji využít.

Co s tím? Předávám tuto informaci a myšlenku vedení. Očekávám **společný brainstorming** na konkrétní kroky. Osobně si myslím, že případná změna bude chvíli trvat. Pokud ale nastane, bude to mít v konečném důsledku větší ekonomický a časový přínos pro všechny. Pokud nenastane, „*chléb levnější nebude*“, ale **já tímto pochopil význam pravidla 80/20 a ABC analýzy v praxi** a můžu jej použít na jakékoliv počínání v mém businessu a životě obecně.

Pravidlo 80-20 lze totiž aplikovat nejen na prodeje zboží coby bonita odběratelů, ale i na skladové zásoby, lepší využívání času (jako např. nesmyslné tabulky na porady vs. smysluplné analýzy viz níže, apod.), zaměření pozornosti na podporu budování vztahů (přinášet hodnotné informace např. formou e-mailingu, dávat rady, vzdělávat), utvrzování vztahů (motivační odměny odběratelům, atd.)

RichardH.

Seřazeno dle největšího odběru					
1					
2	CELKEM			6 207 150 Kč	
3	Bonita	Pozice	Odběratel	Obrat 2014	Podíl na celku
4	A	1		1 191 351 Kč	19,2%
5	A	2		1 024 274 Kč	16,5%
6	A	3		885 314 Kč	13,9%
7	A	4		288 488 Kč	4,6%
8	A	5		182 544 Kč	2,9%
9	A	6		178 876 Kč	2,9%
10	A	7		171 836 Kč	2,8%
11	A	8		165 854 Kč	2,7%
12	A	9		145 811 Kč	2,3%
13	A	10		101 968 Kč	1,6%
14	A	11		100 351 Kč	1,6%
15	A	12		96 190 Kč	1,5%
16	A	13		94 774 Kč	1,5%
17	A	14		84 081 Kč	1,4%
18	A	15		58 335 Kč	0,9%
19	A	16		54 702 Kč	0,9%
20	A	17		52 890 Kč	0,9%
21	A	18		52 504 Kč	0,8%
22	A	19		49 853 Kč	0,8%
23	B	20		45 057 Kč	0,7%
24	B	21		39 553 Kč	0,6%
25	B	22		38 959 Kč	0,6%
26	B	23		35 883 Kč	0,6%
27	B	24		33 195 Kč	0,5%
28	B	25		31 080 Kč	0,5%
29	B	26		30 895 Kč	0,5%
30	B	27		29 508 Kč	0,5%
31	B	28		29 508 Kč	0,5%

	Bonita A	Bonita B	Bonita C
Celkem klientů			82
Celkový obrat			6 207 150 Kč
	Bonita A	Bonita B	Bonita C
Počet klientů	19	38	25
Procentuální podíl	23,2%	48,3%	30,5%
Obrat	4 957 574 Kč	923 785 Kč	325 791 Kč
Objem prodeje %	79,9%	14,9%	5,2%