



MERCHANDISING IMAGE RECOGNITION W FIRMIE POLPHARMA

CASE STUDY

Polpharma jest największym polskim producentem leków i jedną z wiodących firm farmaceutycznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Od ponad 85 lat pomaga pacjentom zachować długie i zdrowe życie. Po zautomatyzowaniu wielu obszarów pracy działu handowego, głównie zamówień, działania przedstawicieli w większym stopniu skupiły się na weryfikacji ekspozycji i wdrażaniu standardów merchandisingowych w aptekach i innych punktach sprzedaży.

Wyzwania Polpharmy



- Zwiększenie liczby aptek, w których zrealizowane są standardy ekspozycji z dotychczasowych 44%.
- Zmiana postrzegania wybranych produktów przez klientów trafienie do innej grupy docelowej, przy jednoczesnym zwiększeniu sprzedaży.
- Wprowadzenie nowego produktu na rynek z jednoczesnym wysokim poziomem realizacji standardów ekspozycji.
- Uporządkowanie ekspozycji wybranych kategorii produktowych. Zwiększenie zauważalności produktów i zwiększenie sprzedaży.
- Przyspieszenie i usprawnienie audytów ekspozycji wykonywanych przez przedstawicieli.
- Zapewnienie dostępu do wiarygodnych i niepodważalnych danych dotyczących realizacji standardów ekspozycji.
- Uzyskanie wiarygodnej podstawy do rozliczeń z aptekami i punktami sprzedaży w zakresie realizacji kontraktu.

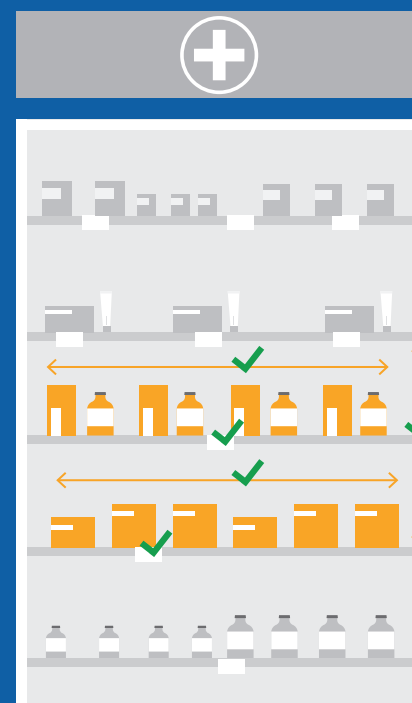
Zastosowane rozwiązanie – Merchandising IR

Polpharma od wielu lat korzysta z rozwiązań Sagra Technology, w tym z systemu Emigo. Wspólnie wypracowaliśmy, przetestowaliśmy i wdrożyliśmy rozwiązanie odpowiadające na potrzeby biznesowe z firmy.

Merchandising IR to badanie ekspozycji, które wykorzystuje technologię rozpoznawania obrazu (Image Recognition) do identyfikacji produktów znajdujących się na ekspozycji. Jedyne, co przedstawiciel musi zrobić, to wykonać zdjęcia półki za pomocą urządzenia mobilnego. Sztuczna inteligencja analizuje zdjęcie, rozpoznając i licząc produkty. W ten sposób pozwala na zbadanie szeregu parametrów:

1

Standards – badanie realizacji standardów merchandisingowych: weryfikacja ustalonych standardów merchandisingowych lub planogramów.



Zastosowane rozwiązanie – Merchandising IR

2

OSA (On-Shelf Availability) – dostępność produktów na półce: automatyczna kontrola dostępności asortymentu w PoS.

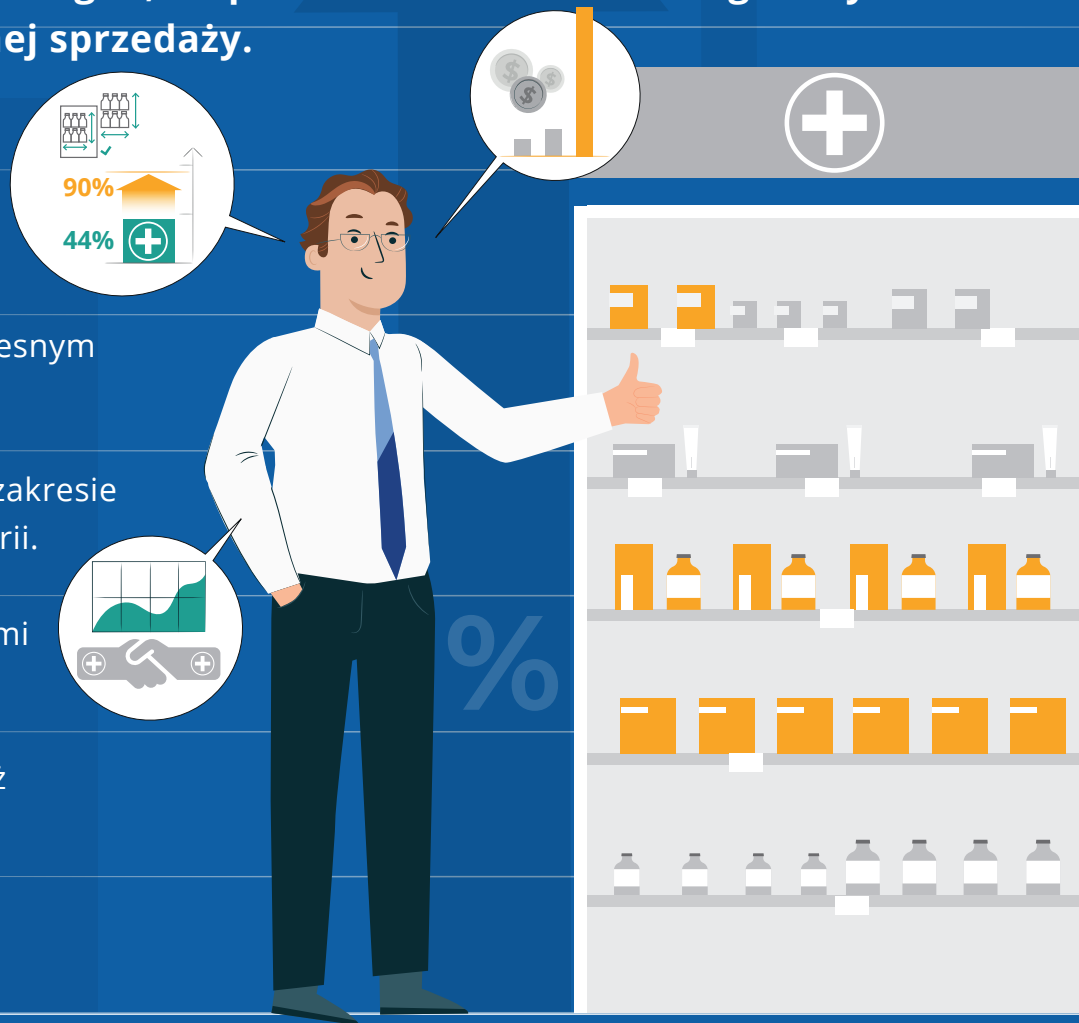


Dzięki uczeniu maszynowemu z ponad **98% procentową skutecznością możemy rozpoznawać produktów na zdjęciach.** Merchandising IR znacznie skraca czas wizyty przedstawiciela oraz dostarcza wiarygodnych danych, gotowych do dalszej analizy na przykład w zaawansowanych narzędziach analitycznych klasy BI, takich jak na przykład usługa Big-sens. Otrzymane wyniki są z kolei wiarygodną podstawą do rozliczeń z aptekami. Merchandising IR może być wdrożony i wykorzystany niezależnie od używanego w firmie systemu SFA.

Efekty wdrożenia

Po trzech kwartałach korzystania z Merchandising IR, Polpharma zanotowała szereg korzyści zarówno w obszarze realizacji standardów, jak też samej sprzedaży.

- Wyegzekwowanie **realizacji standardów ekspozycji w ponad 90% punktów** (poziom wyjściowy: 44%).
- Wzrost sprzedaży wybranych produktów przy jednoczesnym dotarciu do nowej grupy docelowej.
- Poprawa widoczności i uporządkowanie ekspozycji w zakresie szerokości półki korespondującej z udziałem w kategorii.
- Zauważalny wzrost sprzedaży w porównaniu z aptekami nieobjętymi programem Merchandising IR.
- Poprawa jakości współpracy z aptekami, które również zanotowały wyższe obroty dzięki lepszej ekspozycji.





ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:

marketing@sagra.pl