

SEGÚN EL OBSERVATORIO ANCECO

Cambios y tendencias que marcarán el futuro de las centrales de compra

REDACCIÓN el 14 abril 2016 a las 9:11 am
CMD SPORT

Las centrales deberán simultanear su faceta de compras con otra de servicios para satisfacer una oferta integral a sus asociados, según se asegura en el Observatorio de Anceco elaborado por la empresa Telematel Expertise.

(14-4-2016). En el Observatorio Anceco elaborado por la consultora Telematel Expertise se reconocen toda una serie de tendencias que incidirán decisivamente en el desarrollo de las centrales de compras y servicios. Los responsables de éstas deberán tenerlas en cuenta.

El objetivo de los autores del Observatorio Anceco han plasmado en su obra las principales tendencias y factores de cambio que afectarán estratégicamente y operativamente al futuro de las centrales de compras y servicios. Conocer esta información permite, según los autores, “mejorar la calidad de las decisiones de dirección y gestión, así como preparar a la organización para el escenario actual.

El estudio se realizó a través de cinco paneles de expertos en los que veintidós gerentes de CCS trabajaron con una metodología ‘Delphi’. Inicialmente se elaboró un censo de 122 factores que se fue reduciendo progresivamente hasta identificar las 28 tendencias más importantes.

A continuación se exponen los cambios y tendencias en el portfolio de las centrales de compras y servicios que marcarán el futuro de este tipo de organizaciones.

PRINCIPALES TENDENCIAS

1. Aumento de la cuota de venta a través de canales digitales (internet, app, etc).
2. Evolución de la central de compras hacia la ampliación de servicios y valor al asociado (central de servicios).
3. Evolución del concepto de punto de venta o showroom.
4. Necesidad de mantener diversos canales de venta abiertos y complementarios entre sí (multicanalidad, es decir, tiendas offline más tiendas online).
5. Reducción del stock disponible en el establecimiento comercial.

OTRAS TENDENCIAS IDENTIFICADAS

- Prioridad de marcas exclusivas de fabricantes
- Prioridad de marcas exclusivas para las centrales de compras y servicios.
- Prioridad de las marcas propias de la central
- Puntos de venta propios de la Central de Compras y Servicios.
- Estandarización de productos de alto volumen.
- Demanda de nuevos servicios sin coste por parte de los asociados.
- Evolución del enfoque ‘a producto’ a otro enfoque ‘a servicio’.

- Aumento de la capilaridad de la distribución.
- Definición del catálogo bajo criterios de obsolscencia y moda.
- Apuesta por productos de larga cola.
- Internet de las cosas.
- Reducción del ciclo de vida de los productos.
- Incremento de la cuota de ventas de la gama low cost.

Más información:

Anceco: Alvaro Otal: anceco@anceco.com

Telematel Expertise: Xavier Fericle: xavier.fericle@telematel.com