

LA GLOBALIZACION EN EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS DE OFICINA

**Respuestas a un mercado en
proceso de cambio**

OPERADORES GLOBALES



- **EXPANDIENDOSE POR EUROPA**
- **CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES**

CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES

- **EXPECTATIVAS DE PRECIO**
- **EXPECTATIVAS DE PRODUCTO**
- **EXPECTATIVAS DE COMERCIO
ELECTRONICO**
- **EXPECTATIVAS DE SERVICIO**

CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES

➤ EXPECTATIVAS DE PRECIO

- Las compras globales permiten ofrecer precios más bajos a los usuarios finales**
- Precios agresivos en los productos de alta rotación para ganar mercado**
- Técnicas de precios inteligentes para aumentar el margen**

CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES

➤ EXPECTATIVAS DE PRODUCTO

- Un surtido de 5000 referencias**
- Catálogos anuales / Nuevos productos**
- Mejores precios con la marca propia**
- Más marcas internacionales**

CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES

➤ EXPECTATIVAS DE COMERCIO ELECTRONICO

- Catálogos electrónicos**
- Pedidos electrónicos**
- Análisis de las compras online**

CAMBIANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES

➤ EXPECTATIVAS DE SERVICIO

- Entregas en 24 horas**
- Nivel de Servicio de más del 97%**
- Facilidades para devolución**
- Bajo nivel de errores**

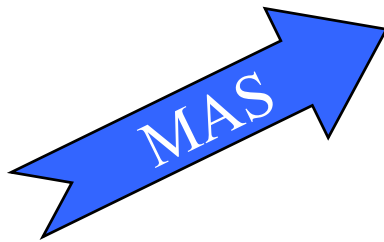
**COMO PUEDEN LOS
SUMINISTRADORES
LOCALES
RESPONDER**

?

COMO RESPONDER?

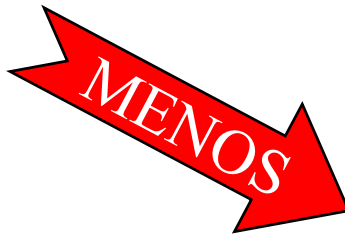
- **COMPRANDO PRODUCTOS CLAVE MEJOR**
- **DESARROLLANDO UNA POLITICA DE PRECIOS**
- **OFRECIENDO UNA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS QUE LE PERMITA AUMENTAR EL MARGEN (MAS EXTENSA QUE LA DE LOS OPERADORES GLOBALES)**
- **DISTRIBUYENDO UN CATALOGO ANUAL**
- **ANTICIPANDOSE Y ENCONTRANDO RESPUESTA A LAS NECESIDADES**
- **CAMBIANDO EL MODELO DE NEGOCIO**

CAMBIAR EL MODELO DE NEGOCIO



CENTRARSE EN EL CORAZON DEL NEGOCIO

Por ejemplo: atención al cliente, haciendo nuevos negocios, precios, marketing



CENTRARSE EN LO ACCESORIO DEL NEGOCIO

Por ejemplo: compras, stocks, almacén

CAMBIAR EL MODELO DE NEGOCIO

COMO ?

- **DESARROLLANDO UN MODELO DE NEGOCIO CON MENOR STOCK QUE PERMITA COMPETIR CON EXITO CON LOS OPERADORES GLOBALES**
- **TRABAJANDO ESTRECHAMENTE CON UN AUTENTICO MAYORISTA DE PRODUCTOS DE OFICINA**

SPICERS

EUROPE'S

MAYORISTA DE PRODUCTOS DE OFICINA

SPICERS

HISTORIA DE SPICERS



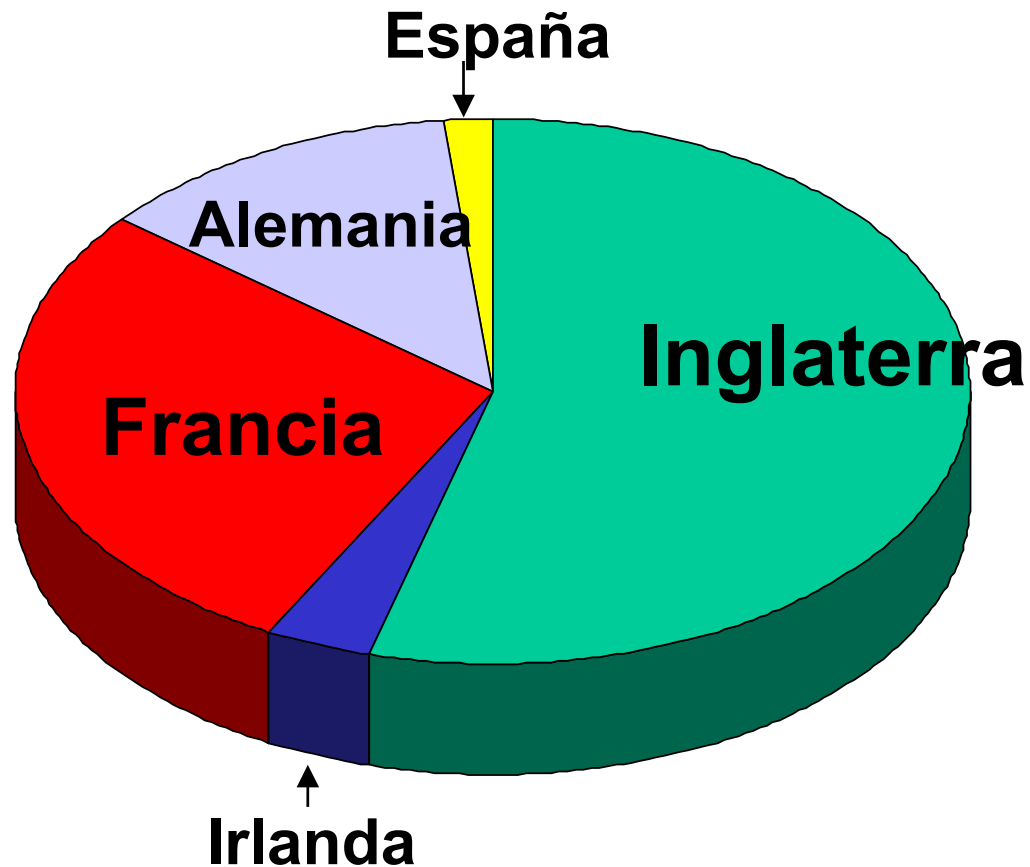
- **1796** **John Edward Spicer**
- **1970s** **Spicers adquiere un mayorista en el Reino Unido (RU)**
- **1980s** **Espectacular crecimiento hasta convertirse en el líder en el RU**
- **1990s** **Irlanda, Francia y Alemania**
- **2002** **España**
- **2004** **Italia**

EL NEGOCIO DE SPICERS



- **Es un puro mayorista**
- **Amplio surtido de productos adaptados a las necesidades locales (el doble que los operadores globales)**
- **Catálogo anual con todas las gamas**
- **Alto nivel de servicio**
- **Sofisticadas herramientas de comercio electrónico**

VENTAS SPICERS 2003/4 €742 M

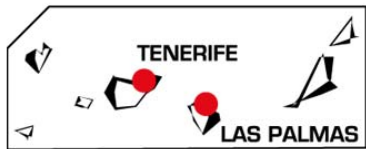


SERVICIO SPICERS

- ALTO NIVEL DE SERVICIO
- ENTREGA INMEDIATA
- BAJO NIVEL DE ERRORES
- PROXIMIDAD A LOS DISTRIBUIDORES CON CENTROS DE DISTRIBUCIÓN REGIONALES



SPICERS ESPAÑA



ESTRATEGIA

ENFOQUE NACIONAL

- Gama de productos
- Marketing
- Ventas
- Logística
- Finanzas

EXPLOTAR LA FUERZA EUROPEA

- Comprando/Negociando las marcas
- Sistemas informáticos
- La mejor práctica



OBJETIVO

**TRABAJAR CON
DISTRIBUIDORES Y
MINORISTAS PARA QUE
PUEDAN COMPETIR CON
EXITO EN EL CONSUMIDOR
FINAL**

OBJETIVO

- **SPICERS RECONOCE QUE LOS MINORISTAS/DISTRIBUIDORES LOCALES DISPONEN DE UNA GRAN VENTAJA EN SUS RELACIONES CON LOS CLIENTES LOCALES**
- **SPICERS CREE QUE ESTO VA A AYUDAR DE MANERA DECISIVA A LOS DISTRIBUIDORES ANTE EL AVANCE DE LOS OPERADORES GLOBALES**

UNAMOS LA FUERZA Y EL TRABAJO PARA GANAR

REGLAS PARETO

El 80% de las ventas proviene del 20% de la gama
El 20% de las ventas proviene del 80% de la gama

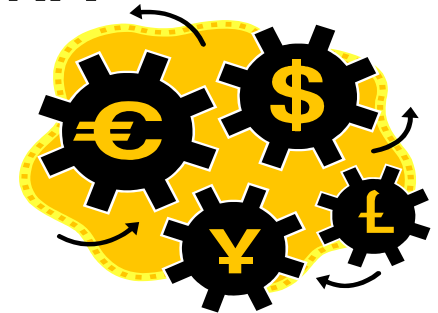
La extensa gama de productos está compuesta por miles de productos de baja rotación, la gran mayoría permanecen en las estanterías del almacén un año o más

CONCLUSION

- **CON EL APOYO DE MAYORISTAS FUERTES SE PUEDE ELIMINAR LA MAYOR PARTE DE LOS PRODUCTOS DE BAJA ROTACIÓN EN STOCK**



- **EL DINERO QUE ESTA PUESTO SOBRE UNA ESTANTERIA DEL ALMACEN SE PUEDE USAR PARA HACER EL NEGOCIO MAS COMPETITIVO**



TIPICO DISTRIBUIDOR/MODELO SPICERS

- **Catálogo anual con una gran gama de productos**
- **Menos de 1000 productos en stock**
- **El resto los recibe de Spicers**
- **La rotación de los stock mejora de 3x al año a 30x al año**
- **Se libera dinero para invertir en el negocio**
- **Mayores ventas por empleado**
- **Mayores niveles de servicio al cliente**
- **Altos niveles de comercio electrónico**

PRUEBE EL MODELO DE POCO STOCK

- **El modelo de mayorista/distribuidor se ha demostrado que funciona en Estados Unidos y en el norte de Europa**
- **Los operadores globales están más introducidos en estos mercados y los distribuidores locales han respondido al reto trabajando estrechamente con el mayorista**



RESUMEN

- **Los operadores globales están apuntando a los grandes mercados europeos**
- **Cambiarán las expectativas de los usuarios finales en cuanto a servicio y en otros sentidos**
- **Los distribuidores tienen la oportunidad de aprender de otros mercados donde los operadores globales están fuertemente asentados**
- **El modelo de distribuidor/mayorista con bajo stock tiene una probada trayectoria**
- **Esto permite a los distribuidores encontrar clientes con nuevas expectativas**
- **Esto permite a los distribuidores competir mejor con los operadores globales**

SPICERS
SPICERS

El Servicio: Nuestra Prioridad

TRABAJANDO JUNTOS PARA GANAR

SPICERS