



CUSTOMER STORY

# KIKO Milano: Ein „Umstyling“ für die Supply-Chain

## Branche

- Einzelhandel

## Lösung

- Demand Forecasting & Planning
- Inventory Optimization
- Replenishment
- Allocation
- Promotions Management

Mit dem Slogan „Be what you want“ ermutigt KIKO Milano Kunden zur Selbstentfaltung. Um dies auch auf operativer Ebene zu ermöglichen, hat das Unternehmen gemeinsam mit ToolsGroup sein Planungs- und Nachschubsystem revolutioniert.

## Ergebnisse

- Verbesserte Prognosegenauigkeit einschließlich Saisonalität von Produkten und Filialen
- Präzises Management von Werbeaktionen und Produkteinführungen
- Höhere Produktivität von Planern durch automatisiertes Ausnahmemanagement

## KIKO Milano: Eine neue kundenzentrierte Ära

Ein breites, farbenfrohes Sortiment sowie hochwertiges Make-up und Gesichts- und Körperpflegeprodukte sind charakteristisch für die im Jahr 1997 gegründete italienische Kosmetikmarke KIKO Milano. Das dramatische Wachstum des Unternehmens schuf zusätzliche Komplexität und die Notwendigkeit, neue Impulse innerhalb eines sich ständig weiterentwickelnden Kosmetikmarktes zu finden. Mit dem Führungswechsel im Juli 2017 begann ein operatives Erneuerungsprogramm, das erhebliche Änderungen für KIKOs Lieferkettenprognose und Nachschubverfahren (Replenishment) einleitete.

KIKO und ToolsGroup arbeiten bereits 2013 zusammen. Die Partnerschaft nahm eine neue Wendung, als das Replenishment-Modell geändert wurde, um besser auf Marktanforderungen zu reagieren und eine Grundlage für das zukünftige Unternehmenswachstum zu schaffen. „Wir konnten die Produktverfügbarkeit auf Filialebene erhöhen, indem wir unser Serviceniveau verbesserten, um mit großen Einzelhändlern zu konkurrieren“, erklärt Gianmarco Mangili, KIKO Milano Planning Director. „Die Ausrichtung unserer Supply-Chain-Planungsprozesse auf den Kundenservice und kommerzielle Ziele half uns, besser auf die Vorlieben von Verbrauchern zu reagieren und die Durchführung von Webekampagnen zu beschleunigen.“

---

## Planungskomplexität für Kosmetikprodukte im Einzelhandel

Der neue Supply-Chain-Prozess musste mehrere Herausforderungen bewältigen, angefangen beim Ladenlayout: Für jeden Artikel müssen Ausstellungslots organisiert werden, die nie leer sein dürfen. „Das ausgestellte Verkaufsprodukt darf nicht als Sicherheitsbestand betrachtet werden: Die Aufgabe der Supply-Chain ist es, die Verfügbarkeit der Produkte für alle Kategorien am Point-of-Sale zu garantieren und dabei das Minimum aufzubewahren“, erklärt Mangili. Diese Aufgabe wird durch die große Anzahl von Produkten – etwa 1.500 SKUs – sehr komplex. Dazu kommen ständig erneuerte Basisprodukte, neue saisonale Kollektionen, Sonderaktionen und Kapselkollektionen mit sehr kurzen Laufzeiten.



**„Unseren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten, ist der Leitgedanke für alles, was wir tun.“**

**– Gianmarco Mangili, KIKO Milano Planning Director**

Selbst bei Produkten mit einer hohen Kundentreue wird die Verkaufsleistung stark von Werbeaktionen beeinflusst, die im Laufe des Jahres kontinuierlich eingeführt werden. Jede Werbeaktion wirkt sich in den einzelnen Geschäften unterschiedlich aus und wird von Saisonalität, Wetter und unbeständigen Modetrends beeinflusst. „In der Kosmetikbranche gibt es viele Faktoren, die das Kundenverhalten beeinflussen und schwer vorherzusagen sind“, erklärt Mangili. „Unsere bisherigen Systeme waren

nicht in der Lage, mit dieser Komplexität umzugehen; mit SO99+ sind wir endlich in der Lage, Werbeaktionen und Produkteinführungen präzise zu verwalten.“

---

## Nachfrageprognose mit Machine Learning

KIKO nutzt ToolsGroup Service Optimizer 99+ (SO99+) sowohl für die Definition des Lagereinkaufsplans als auch für den Filialnachschieb. Diese Automatisierungssoftware für die Supply-Chain-Planung erzeugt eine zuverlässige Bedarfsprognose, indem sie Machine Learning mit Wahrscheinlichkeitsprognosen verbindet. Die ToolsGroup-Engine für Machine Learning ermöglicht es den Modellen, aus vorhandenen Daten zu „lernen“ und Trends für den zukünftigen Bedarf genau zu erkennen. Sie erweitert das Wissen und die Fähigkeiten

der Planer und arbeitet als intelligenter Assistent, der ihnen hilft, ihre Arbeit effizienter und profitabler zu erledigen. Die ToolsGroup-Lösung generiert eine klare Logik, die sich dynamisch anpassen und leicht mit Unternehmensrichtlinien und -verfahren verbinden lässt.

## KIKO Milano in Zahlen

**7,700**  
Mitarbeiter

**900+**  
Filialen

**30**  
Länder, die durch  
E-Commerce erreicht  
werden

**599€ Mil**  
Jährlicher Umsatz

**1,500**  
SKUs

## Schnelle Reaktion auf Verkaufstrends

Das Re-Engineering des Nachschubverfahrens war komplementär zur Reorganisation der Supply-Chain-Logistik, die nun einem einzigen Partner anvertraut wurde, der das Zentrallager und die Verteilung an über 900 Filialen weltweit verwaltet. Die integrierte

Planung dieser Aktivitäten erfordert eine zweimalige Bestellung pro Woche: am Montag, um die Ankunft der Ware in der Filiale am folgenden Donnerstag zu gewährleisten, und am Donnerstag für die Ankunft am folgenden Dienstag. Wie kann KIKO die Konsumtrends in jeder Filiale genau vorhersagen? Jeden Montagmorgen wird der Prozess der Verkaufsanalyse und Nachschubplanung durchgeführt, der Filialbestellungen generiert. Dies ermöglicht es KIKO, Verbrauchstrends schnell zu erkennen. „Dank der engen Integration zwischen den Funktionen können wir die Verfügbarkeit der Produkte in sehr kurzen Zeitfenstern sicherstellen, was die Chancen erhöht, die Nachfrage rechtzeitig für die Umsatzspitzen des folgenden Wochenendes zu befriedigen“, sagt Mangili.



„In der Kosmetik gibt es viele Faktoren, die das Kaufverhalten von Kunden beeinflussen und nur schwer vorhersehbar sind“, erklärt Mangili. „Unsere bisherigen Systeme waren nicht in der Lage, mit dieser Komplexität umzugehen; mit SO99+ können wir Werbeaktionen und Produkteinführungen präzise zu steuern.“

## Eine genaue SKU/Store-Prognose

Mit dem vorherigen, rudimentären Nachschubmodell war die Prognosefähigkeit eingeschränkt. Heute ist die Prognosegenauigkeit von KIKO dank SO99+ deutlich besser

und reicht sogar bis zum täglichen Verkauf einzelner Artikel in jeder Filiale, wobei nicht nur die Saisonalität des Produkts, sondern auch die der Filiale berücksichtigt wird. Der Nachschub – die Menge, die an die Verkaufsstellen geschickt werden muss – wird auf Grundlage der Prognose, des Lagerbestands und des von KIKO für jede Filiale definierten Abdeckungsgrads berechnet; alles abgestimmt auf das geplante Serviceniveau und gerundet, um die minimalen Produkt-Handling-Units zu berücksichtigen.

---

## Arbeiten nach Ausnahmen spart Planern Zeit

KIKOs neuer Forecasting- und Replenishment-Prozess erfordert einen sehr engen und synchronisierten Turnaround: Um sicherzustellen, dass die Bestellungen bis Donnerstag geliefert werden, müssen die am Montagmorgen berechneten Replenishment-Pläne bis zum Mittag desselben Tages validiert sein. Wie ist das möglich? KIKOs Planungsteam optimiert den Bestellfreigabeprozess, indem es an Ausnahmen orientiert durch einen automatisierten Prozess arbeitet, der insgesamt acht KPIs abbildet und eine schnelle Bewertung und Validierung des Nachschubplans ermöglicht. Die KPIs berücksichtigen kritische Punkte wie signifikante Prognoseänderungen, anomale Werte des Bestands pro Filiale oder die Meldung eines anomalen Prognosefehlers. Im Falle einer „roten Ampel“ bei einem dieser Punkte geht der Plan in einen Validierungsfluss über, der eine manuelle Überprüfung durch das Team beinhaltet, um zu verstehen, was passiert ist und welche Maßnahmen zu ergreifen sind. „Das System ermöglicht ein echtes Ausnahmemanagement für den Replenishment-Prozess und liefert einen hervorragenden Prozentsatz korrekter Vorvalidierungen, was sich positiv auf die Organisation und die Arbeitsqualität des engagierten Teams auswirkt“, erklärt Mangili.

SO99+ hat mit der Umstellung auf SAP auch die schwierige ERP-Änderungsprüfung erfolgreich bestanden und ist nun bereit, sich neuen Herausforderungen zu stellen. „Wir arbeiten daran, die Vorhersage neuer saisonaler und sehr kurzlebiger Produkte zu verfeinern und zu automatisieren sowie die Verwaltung von Werbeaktionen zu verbessern, die für KIKO der Schlüssel zur weiteren Verbesserung des Serviceniveaus sind.“