MODELLI PREDITTIVI per lo sviluppo del retail

di
Francesco Oldani - @oldani_f

Reno effettua delle analisi di contesto urbano per minimizzare il rischio di impresa commerciale. Un approccio ad ampio spettro

SITE ANALYSIS - CONTESTO COMMERCIALE E MERCHANDISE MIX

Via	VIA DEL PLEBISCITO
Tipo via	High street
Lunghezza	300 m
Carreggiata	13,10 mt
Tipo traffico	Pedonale e automobilistico centrale
Unità	12
Retailer	9
Vacancy rate	25% (3 locali vuoti di cui 1 in prossima apertura)
Categoria	Fashion 56%
Nazionali	0%
Orari di apertura	Abbigliamento 10:00 – 19:30
Rating	BBB

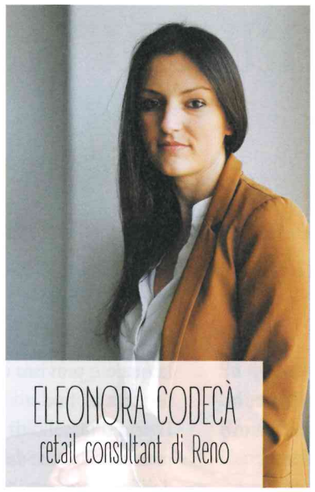
Analisi Settembre 2018

Il progetto di un format di vendita presenta degli elementi di valutazione di business complessi. Questi dipendono da variabili demografiche, di traffico pedonale e veicolare, dal valore dell'area e dalle sue caratteristiche e, in generale, dal contesto che deve tenere conto anche dello storico.
Un modello di valutazione della pedonalità è messo a punto da Reno, noto player per la consulenza in ambito retail, che mette a disposizione delle imprese del commercio una molteplicità di servizi per lo sviluppo di format commerciali, a partire dalla dimensione di startup fino a insegne consolidate con vasti network. Tra questi, come detto, vi è l'analisi di pedonalità che trova nelle high street urbane un terreno particolarmente interessante e che si applica anche per i centri commerciali, le traffic road e molti altri contesti. Uno degli obiettivi è fornire a chi sviluppa retail, gli strumenti utili a computare il livello di performance di un nuovo esercizio commerciale. Soprattutto in un contesto variabile come l'attuale, diventa importante riuscire a includere in un modello di analisi, tutte le variabili locali al fine di predire quanto successo possa riscuotere una nuova apertura o una conversione.

Il modello di Reno si basa sull'analisi scientifica di molteplici dati che, in linea di massima, derivano da un set generale (dati Istat) e da un set custom, rilevato on-site da Reno stessa. Un modello in grado di supportare network di vendita già consolidati, ma anche di fornire strumenti in grado di effettuare stime di business in assenza di pregresso, utile per startup di tipo innovativo.

L'analisi nell'area individua le caratteristiche del contesto urbano con il tipo di offerta commerciale presente nella via e nel circondario. Sono rilevarti gli operatori presenti, la categoria prevalente, il vacation rate, il numero di locali vuoti nella via per acquisire lo stato di occupazione attuale e la vocazione della via in termini commerciali. I driver principali considerati sono molteplici: da quelli feriali a quelli turistici ai mezzi pubblici con una valutazione ad assetto variabile a seconda del format e del settore e con generazione di risultati differenti in funzione della tipologia commerciale: ristorazione, fashion o altro. Ulteriori parametri che rientrano nell'analisi sono la concorrenza presente, il posizionamento di prezzo e il grado di performance. A questo è associata la valutazione del livello di traffico pedonale misurato davanti alla vetrina e nella via. I flussi di provenienza analizzati nel dettaglio consentono di effettuare una profilazione dell'utenza che comprende il genere del pubblico che transita nella via fronte vetrina, la tipologia rispetto allo shopping e la fascia di età. Nell'analisi del contesto competitivo rientrano le evoluzioni dello scenario urbano, causato da nuovi progetti, fasi di rigenerazione, modificazioni del piano urbano del traffico e altro.
Il modello può essere anche applicato a contesti virtuali, non ancora esistenti e complessi, dove si punta a valutare il livello di performance basato su elementi previsionali.

Un modello ad hoc per ogni operatore, per dimensione e tipologia di retail



L'analisi di pedonalità messa a punto da Reno comprende un set valutativo complesso che ha come preambolo l'analisi del network dell'operatore richiedente. Mark Up ha incontrato Eleonora Codecà retail consultant di Reno per approfondire il tema.

Quali tipologie di player vi chiedono le analisi e con quali finalità?
Sono, in primo luogo, operatori che hanno più di un punto di vendita sul territorio nazionale e un piano di sviluppo importante per cui è indispensabile razionalizzare tutti gli elementi che concorrono alla scelta delle location per ridurre il più possibile il rischio di impresa di una nuova apertura, specialmente quando i costi sono importanti.

Chi è l'interlocutore?
Spesso è il responsabile sviluppo che si rivolge a noi per integrare le informazioni interne con dati di mercato o relativi alla piazza, oppure la proprietà/direzione che vuole sviluppare un modello predittivo di stima di potenziale sulla base dei fattori chiave di successo della formula. Non mancano le analisi a sostegno della valutazione di potenziale nei casi di sviluppo franchising.

Le analisi comprendono i centri commerciali? Con quali difficoltà?
Nelle strutture commerciali al pari che nelle strutture travel (stazioni e aeroporti) è determinante valutare la bontà della location in termini di condizioni di traffico e di visibilità. In strutture complesse o in ambiti non originariamente pensati per il retail tali aspetti possono essere critici (gallerie a basso livello di traffico, vincoli di passaggi) soprattutto in presenza di valori di locazione molto elevati.

Quale l'approccio per le startup?
In caso di startup l'approccio è più complesso, in mancanza di un set di dati storico, diventa fondamentale l'analisi degli operatori concorrenti o dei modelli di riferimento di settore che ci permettono di identificare i key performance factors di riferimento ideali, servendosi di metodologie Reno sviluppate internamente e costantemente aggiornate rispetto ai trend di sviluppo analizzati.

Quali altre elaborazioni sono strategiche?
Le analisi di pedonalità vengono generalmente utilizzate nelle fasi operative, quando è necessario supportare la decisione di aprire un nuovo negozio o negoziarne le condizioni economiche (rent, key money), o quando il retailer vuole intervenire sulle performance di un punto di vendita esistente. Quando l'ottica invece è strategica, Reno supporta i propri interlocutori attraverso la formulazione di piani di sviluppo e business plan.