

20/80-regel

20% van het assortiment verantwoordelijk is voor 80% van de omzet

en zodoende

80% van het assortiment verantwoordelijk is voor 20% van de omzet

- (1) Vraag: indien we 100 000 euro omzet draaien en ons assortiment bestaat uit 2 000 producten. Wat betekent dan de 20/80-regel

- (2) "hard-sellers" en "soft-sellers"

Bij een grootwarenhuis maakt men meestal een duidelijk onderscheid tussen "hard-sellers" en "soft-sellers" wanneer men het heeft over de verkopers die aan het warenhuis leveren. Waar dien ik deze "hard-sellers" en "soft-sellers" te situeren bij de bespreking van de 20/80-regel, m.a.w. wie levert welke producten? Waarom wordt er soms voor ieder van deze groepen een aparte aankoper aangesteld?

20% en 80% in de 20/80-regel

Laat ons nu even naar de 20% kijken. Je ziet hoe belangrijk deze producten uit het assortiment zijn. Ondanks hun beperkt aantal zorgen zij voor het grootste deel van de omzet. We noemen de vertegenwoordigers van die producten meestal "soft-sellers" omdat zij zorgen voor de continuïteit van het bedrijf waaraan ze leveren. Zij verkopen de producten die van levensbelang zijn voor de winkel. Ze hebben zodoende geen enkel belang de klant (=winkel) te veel te laten kopen (overstocks genereren) of om hem niet te verkopen aan de correcte prijs.

Anders is het gesteld met goederen uit categorie (80%). Hier hebben we te maken met "hard-sellers". De bedrijven zullen trachten zo veel mogelijk te leveren omdat zij slechts een beperkt aantal keren aan bod komen om te kunnen verkopen. De klanten (=winkels) weten dat dit soort producten enkel bijkomstig is en dat zij dus zeer goed moeten opletten geen overstock te creëren. De aankopers van de winkels weten zodoende dat zij zeer goed moeten opletten zich niet te laten beïnvloeden door de verkoopspraat en argumenten van de verkopers.