

SCORECARD - ul E. C. R. GLOBAL pentru începători

| DOMENII / ÎNTREBĂRI | OPȚIUNI RĂSPUNS | | |
|--|-----------------|--|--------------|
| 1. OPORTUNITATE - Este afacerea dvs. pregătită și capabilă să se implice în lucrul colaborativ? | | | |
| 1.1. Înțelegeți principiile lucrului colaborativ? | NU | Cunoaștere de bază | DA |
| 1.2. Credeți că există un nivel suficient de încredere pentru a partaja cu partenerul comercial informații importante de afaceri specifice lucrului colaborativ? | NU | În dezvoltare | DA |
| 1.3. Există angajarea top management-ului pentru lucrul colaborativ cu partenerul comercial? | NU | În dezvoltare | DA |
| 1.4. Întreprinderea dvs. funcționează după principiile managementului categorial? | NU | Uneori | DA |
| 1.5. Dispuneți de o viziune, obiective de afaceri și strategii la nivelul organizației? | NU | În dezvoltare | DA |
| 1.6. Sunteți pregătit să partajați viziunea, obiectivele de afaceri, strategiile și tacticile cu partenerul comercial? | NU | Pe scurt | DA |
| 1.7. Folosiți, dvs. și partenerul comercial, obiective și criterii de măsurare similare? | NU | Uneori | DA |
| 1.8. Sunteți pregătit să partajați alte informații relevante (precum date privind lanțul de aprovizionare și cercetări ad-hoc) cu partenerul comercial? | NU | Numai cele esențiale | DA |
| 1.9. Sunteți dispus să partajați noi idei și perspective cu partenerul comercial? | NU | Ad-hoc | Rutinier |
| 1.10. Personalul relevant poate să elaboreze decizii de afaceri împreună cu partenerul comercial? | NU | Cea mai mare parte | DA |
| 1.11. Dispuneți de suficient personal pentru a administra cu eficacitate relația comercială? | NU | În curs de recrutare | DA |
| 1.12. Investiți în personal prin training și dezvoltare? | NU | Da, dar cu frecvență scăzută | Da, frecvent |
| 1.13. Lucrați cu echipe multifuncționale în propria organizație? | NU | În dezvoltare | DA |
| 1.14. Lucrați într-o echipă multifuncțională formalizată cu partenerul comercial? | NU | În dezvoltare | DA |
| 1.15. Sunteți pregătit să lucrați la proiecte care necesită o colaborare strânsă cu partenerul comercial? | NU | Se va lua în considerare | DA |
| 1.16. Cât de des oferiți feedback formal partenerului comercial cu privire la performanța dvs.? | Niciodată | Ad-hoc | Frecvent |
| 1.17. Cât de des primiți feedback formal din partea partenerului comercial cu privire la performanța dvs.? | Niciodată | Ad-hoc | Frecvent |
| 1.18. Dispuneți de proceduri formale pentru comunicarea erorilor sau altor aspecte cu partenerul comercial? | NU | Fundamentale | Avansate |
| 2. FOCALIZAREA PE CONSUMATOR - Este consumatorul în centrul a tot ceea ce faceți? | | | |
| 2.1. Dispuneți de un plan al activității de marketing actualizat pentru afacerea dvs.? | NU | În dezvoltare | DA |
| 2.2. Sunteți implicat în comunicarea categoriilor dvs. de produse consumatorilor (de ex. magazine ale detailiștilor, presă etc.) | NU | Nu - dar în pregătire | DA |
| 2.3. Dispuneți de o logică acceptată cu privire la disponerea produselor dvs. în magazin? | NU | Uneori | DA |
| 2.4. Înțelegeți toate criteriile pentru obținerea unei liste de produse? | NU | O oarecare înțelegere | DA |
| 2.5. Rulați programe pentru a sprijini strategia partenerului comercial (de ex. promovări, EDLP etc.)? | NU | Ad-hoc | DA |
| 2.6. Sunteți conștient de toate cerințele atunci când realizați o promovare cu partenerul comercial? | NU | Puțin | DA |
| 2.7. Sunteți încrezător că puteți satisface cerințele promovării cu partenerul comercial? | NU | Puțin | DA |
| 2.8. Aveți cunoștință despre planificatorul de evenimente al partenerului comercial? | NU | O oarecare cunoștință | DA |
| 2.9. Dispuneți de un plan pentru noile produse? | NU | Ad-hoc | DA |
| 2.10. Urmăriți un drum critic în dezvoltarea și introducerea noilor produse? | NU | Ad-hoc | DA |
| 2.11. Realizați o analiză amănunțită a nevoilor consumatorilor pentru dezvoltarea noilor produse? | NU | Uneori | DA |
| 2.12. Realizați o cercetare a activității comerciale și a consumatorilor pentru a vă sprijini recomandările? | NU | Ad-hoc | DA |
| DOMENII / ÎNTREBĂRI | | | |
| OPȚIUNI RĂSPUNS | | | |
| 2.13. Ați dispune de resursele necesare pentru a analiza informațiile partajate precum datele EPOS? | NU | Limitat | DA |
| 2.14. Puteți demonstra o înțelegere clară a identității consumatorilor dvs. finali? | NU | Limitat | DA |
| 2.15. Puteți demonstra o înțelegere clară a nevoilor consumatorilor dvs. finali? | NU | Limitat | DA |
| 2.16. Sunteți conștient de tendințele semnificative ale consumatorilor pe piața dvs.? | NU | Limitat | DA |
| 3. OPERAȚII - Sunteți echipat pentru eficiență? | | | |
| 3.1. Dispuneți de o strategie a lanțului de distribuție? | NU | În dezvoltare | DA |
| 3.2. Sunteți conștient de strategia partenerului comercial privind lanțul de distribuție? | NU | Numai elementele esențiale | DA |
| 3.3. Aveți acces la informații privind cererea consumatorilor, altele decât comenzile de la clienții imediați? | NU | Limitat | DA |
| 3.4. Puteți egala capabilitățile de generare a comenzilor ale partenerului comercial, de ex. 7/24? | NU | În progres | DA |
| 3.5. Puteți egala capabilitățile de recepție a produselor ale partenerului comercial, de ex. 7/24? | NU | În progres | DA |
| 3.6. Sunteți conștient de cerințele minime ale partenerului comercial în materie de calitate și nivel al serviciilor? | NU | O oarecare cunoștință | DA |
| 3.7. Sunteți capabil să răspundeți rapid schimbărilor semnificative în nivelul cererii? | NU | În curs de îmbunătățire | DA |
| 3.8. Ce proporție din portofoliul de produse se realizează mai târziu decât intervalul programat? | > 25% | 10-25% | < 10% |
| 3.9. Ce procentaj din livrările de produse se realizează mai târziu decât intervalul programat? | > 25% | 10-25% | < 10% |
| 3.10. Aveți implementate proceduri de rectificare a aspectelor legate de programarea producției? | NU | Ad-hoc | DA |
| 3.11. Cât de mare este nivelul discrepanțelor la nivel de produs dintre comandă și livrare? | Serios | Puțin | Minimal |
| 3.12. Cât de des apar probleme cu documentația privind dovada de livrare (POD - Proof of Delivery) la punctul de colectare? | Adesea | Uneori | Niciodată |
| 3.13. Cât de des apar probleme cu documentația privind dovada de livrare la punctul de livrare? | Adesea | Uneori | Niciodată |
| 3.14. Înțelegeți sistemele și procesele de plăți financiare ale partenerului comercial? | NU | În esență - dar este nevoie de clarificări | DA |
| 3.15. Puteți primi comenzi pe cale electronică via EDI sau Web-EDI? | NU | În dezvoltare | DA |
| 3.16. Are întreg personalul cheie acces la e-mail și Internet? | NU | Limitat | DA |
| 3.17. Dispuneți de o analiză detaliată a costurilor în lanțul de distribuție global? | NU | Limitat | DA |
| 3.18. Este îmbunătățirea constantă a eficienței lanțului de distribuție un obiectiv cheie al afacerii dvs.? | NU | Tocmai începe să fie | DA |

SCORECARD-ul E.C.R. GLOBAL
de nivel intermediar

| DOMENII / ÎNTREBĂRI | OPȚIUNI RĂSPUNS | | | |
|---|--------------------------------------|--|---|--|
| 1. MANAGEMENTUL CERERII | | | | |
| 1.1 STRATEGIA ȘI CAPABILITĂȚILE CERERII | | | | |
| 1.1.1 Companiile dvs. partajează o strategie și obiective clare care sunt înțelese de toți angajații ? (strategic/comercial/financiar/operational) | Nu | Foarte puțin | Putin | Mult |
| 1.1.2 În ce măsură sunt informațiile partajate cu partenerul comercial? (strategic/comercial/financiar/operational) | Niciodată | Rar | Frecvent | Tot timpul |
| 1.1.3 Cât de eficace este comunicarea cu partenerul comercial? (strategic/comercial/financiar/operational) | Ineficace | Necesită îmbunătățiri majore | Necesită îmbunătățiri minore | Foarte eficace |
| 1.1.4 Noile idei și perspective sunt partajate prin colaborare cu partenerul comercial? | Niciodată | Rar | Frecvent | Tot timpul |
| 1.1.5 Echipele din conducerea executivă sprijină conceptul de lucru în colaborare cu partenerul comercial? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 1.1.6 Credeti că există un nivel suficient de încredere pentru a colabora mai strâns cu partenerul comercial? | Nu | Limitat | În dezvoltare | Da |
| 1.1.7 Există procese prin care să comunicați problemele partenerului comercial de îndată ce sunt identificate? | Nu | Ad-hoc, fără formalizare | Formalizate, dar nu întotdeauna utilizate | Formalizate și utilizate |
| 1.1.8 Folosiți, dvs. și partenerul comercial, obiective și indicatori similari? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Da |
| 1.1.9 Sunt persoanele de la interfața comercială împuternicite să ia decizii? | Nu | Nu, dar se ia în considerare | În progres | Da |
| 1.1.10 Parteneriatul este în căutarea unor noi căi de a lucra împreună? | Nu | Se ia în considerare | În progres | Da |
| 1.1.11 Este cercetat în mod activ feedback-ul provenit de la partenerul comercial? | Nu | Ocazional, dar informal | Adesea, dar informal | Consistent, proces formal de feedback |
| 1.1.12 Este feedback-ul provenit de la partenerul comercial transformat în acțiuni pozitive? | Nu | Ocazional | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 1.1.13 Cât este de pregătit parteneriatul să lucreze la proiecte confidentiale? | Nepregătit la acest stadiu | Se va lua în considerare, în funcție de natura proiectului | Se studiază oportunitatea | Se realizează deja |
| 1.1.14 Sunt disponibile resurse de personal pentru parteneriat care să împingă în mod proactiv afacerea înaintea? | Nu | Nu suficient | Se redresează echilibrul | Da |
| 1.1.15 În ce măsură lucrați în echipe multifuncționale cu partenerul comercial? | Niciodată | Rar | Frecvent | Tot timpul |
| 1.1.16 Există o investire suficientă în programe de training și dezvoltare pentru a sprijini îmbunătățirea relațiilor comerciale? | Nu | Ad-hoc | Da, dar rar | Da, frecvent |
| 1.1.17 Înțeleg personalul de la interfața comercială principiile lucrului în colaborare? | Nu | O parte | Majoritatea | Toți |
| 1.2 OPTIMIZAREA ASORTIMENTELOR | | | | |
| 1.2.1 Există un ciclu regulat și acceptat de revizuire a sortimentului? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 1.2.2 Poate fi justificat orice produs din sortiment din perspectiva consumatorului? | Nu | Unele | Majoritatea | Toate |
| 1.2.3 Există un set acceptat de criterii pentru a stabili justificarea listării unui produs în sortiment? | Nu | Informal | Formalizat, dar nu întotdeauna utilizat | Formalizat și utilizat |
| 1.2.4 Este monitorizată activ implementarea planurilor de sortimentare, dispunere la raft și merchandising la nivel de magazin? | Nu | Uneori | Adesea, dar informal | Tot timpul |
| 1.2.5 Este evaluată performanța sortimentului față de obiectivele fixate? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Da |
| 1.2.6 Sunt învătămintele extrase din performanța sortimentului partajate și utilizate pentru îmbunătățirea acestuia? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Da |
| 1.3 OPTIMIZAREA PROMOVARILOR | | | | |
| 1.3.1 Înțeleg ambele părți strategia de stabilire a prețurilor pe categorii? | Nu | Necesită clarificări substanțiale | Necesită clarificări minore | Da |
| 1.3.2 Există un plan promoțional acceptat în derulare care să coincidă cu timpii de livrare ai partenerului comercial? | Nu | În plan | Planificare în desfășurare | Da |
| 1.3.3 Sunt planurile promoționale comunicate eficace cu partenerul comercial? | Nu | În plan | Tocmai s-a început | Da |
| 1.3.4 Există o logică acceptată a promovărilor din perspectiva consumatorilor? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Da |
| 1.3.5 Există obiective comerciale clare pentru toate promovările? | Nu | Pentru unele | Pentru cele mai multe | Pentru toate |
| 1.3.6 Sunt toți partenerii din lanțul de distribuție implicați în planificarea promovărilor, acolo unde este cazul? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Da |
| 1.3.7 Este executarea promovării monitorizată în întreg lanțul de aprovizionare? | Nu | Rar | Frecvent | Tot timpul |
| 1.3.8 Sunt evaluate toate promovările față de obiective? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Da |
| 1.3.9 Sunt învățămintele post-promovare partajate și utilizate pentru îmbunătățirea performanței viitoare? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Da |
| 1.4 OPTIMIZAREA LANSĂRII NOILOR PRODUSE | | | | |
| 1.4.1 Există o angajare activă în dezvoltarea noilor produse (NPD) în cadrul parteneriatului? | Nu | Ad-hoc, fără formalizare | Formalizate, dar nu întotdeauna utilizate | Da |
| 1.4.2 Sunt planurile NPD partajate într-un stadiu timpuriu al dezvoltării? | Nu | Cu precauție | Cu oarecare deschidere | Cu foarte mare deschidere |
| 1.4.3 Sunt partenerii relevanți din lanțul de distribuție implicați în procesul de planificare a NPD? | Nu | Ad-hoc, fără formalizare | Formalizate, dar nu întotdeauna utilizate | Da |
| 1.4.4 Facilitează lanțul de distribuție lansarea facilă și furnizarea continuă a noilor produse? | Nu | Possibil | Probabil | Tot timpul |
| 1.4.5 Este monitorizată activ implementarea lansării noilor produse? | Nu | Uneori | Adesea | Tot timpul |
| 1.4.6 Există un set mutual acceptat de indicatori pentru a determina împreună cu partenerul comercial succesul sau eșecul unui produs? | Nu | Ad-hoc, fără formalizare | Formalizate, dar nu întotdeauna utilizate | Da |
| 1.5 CREAREA VALORII PENTRU CONSUMATOR | | | | |
| 1.5.1 Există o înțelegere clară a identității consumatorului final? | Nu | Limitată | Considerabilă | Deplină |
| 1.5.2 Există o cunoaștere semnificativă a dinamicii consumatorilor în cadrul pieței? | Nu | Limitată | Considerabilă | Deplină |
| 1.5.3 Se realizează o cercetare în comun pentru a înțelege mai bine categoriile (de ex. cum sunt construite, dinamica etc.)? | Nu | Uneori | Adesea | Tot timpul |
| 1.5.4 Sunt informațiile relevante partajate proactiv în amonte și aval în lanțul de distribuție? | Nu | Uneori | Adesea | Da |
| 1.5.5 Sunt supuși cercetării atât consumatorii, cât și cumpărătorii? | Nu | Uneori | Adesea | Tot timpul |
| 1.5.6 Sunt partajate între partenerii comerciali planurile de publicitate și marketing direct? | Nu | Rar | Adesea, dar nu tot timpul | Da |
| 1.5.7 Există un plan comun pentru a transmite consumatorilor informații despre categorii (de ex. utilizarea unor broșuri în magazine)? | Nu | Uneori | De cele mai multe ori | Da |
| 2. MANAGEMENTUL OFERTEI | | | | |
| 2.1 STRATEGIA ȘI CAPABILITĂȚILE OFERTEI | | | | |
| 2.1.1 Sunt aliate operațiile cu o strategie comună pentru lanțul de distribuție? | Nu | Nu știu | În curs de realizare | Da |
| 2.1.2 Se urmărește reducerea stocurilor și a timpilor de răspuns în lanțul de distribuție? | Nu | Putin | Mult | Continuu |
| 2.1.3 Se acționează pentru reducerea timpului de răspuns, de la recepționarea comenzii până la livrarea către client? | Nu - întăriți clare | Se studiază idei | Se implementează idei | Se obțin reduceri |
| 2.1.4 Sunt comunicate cu eficacitate schimbările formatului produselor (de ex. de la cutii la tăvi) între partenerii comerciali? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 2.2 REAPROVIZIONAREA OPTIMIZATĂ | | | | |
| 2.2.1 Sunt lansate automat comenzile, în funcție de vânzările efective și de prognozele privind vânzările? | Nu | Oarecare procesare manuală | Minimă procesare manuală | Da |
| 2.2.2 Sunt capabile sistemele de reaprovizionare să răspundă rapid la noi informații privind cererea? | Nu | Oarecare întârziere | Minimă întârziere | Da |
| 2.2.3 Sunt explorate continuu noi căi pentru optimizarea fluxului de produse în lanțul de distribuție (de ex. consolidare, ruta de întoarcere etc.)? | Nu | Ad-hoc | Frecvent | Constant |
| 2.2.4 Este umplut produsul în întregul lanț de distribuție? | Nu | Într-o oarecare măsură | În cea mai mare parte | Da |
| 2.2.5 Este monitorizată disponibilitatea produselor la raft? | Nu | Negativ | Regulat | Tot timpul |
| 2.2.6 Care este nivelul tipic al încărcării vehiculelor dvs.? | Capacitate disponibilă semnificativă | Capacitate disponibilă moderată | Practic pline | Pline |
| 2.2.7 Ruta de întoarcere a vehiculelor - în medie, ce proporție din etapele rutei sunt parcurse cu vehicule goale? | Proporție ridicată | Proporție moderată | Limitată | Nici una |
| 2.2.8 Sunt implementate sisteme de urmărire a vehiculelor? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Da |
| 2.2.9 Sunt implementate sisteme de optimizare a managementului rutei? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Da |
| 2.3 EXCELENȚA OPERAȚIONALĂ | | | | |
| 2.3.1 Cât de repede sunt partajate informațiile privind cererea în lanțul de distribuție, în vederea folosirii pentru prognoza și livrare? | Niciodată | Săptămânal | Zinc | În timp real |
| 2.3.2 Sunt ajustate prognozele privind cererea în funcție de fluctuațiile pe termen scurt ale vânzărilor? | Nu | Rar | Frecvent | Da |
| 2.3.3 Sunt comunicate în mod eficace schimbările în cantitățile de produse (de ex. creșteri promoționale) între partenerii comerciali? | Nu | Rar | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 2.4 OFERTA INTEGRATĂ ÎN FUNCȚIE DE CERERE | | | | |
| 2.4.1 Este realizat în mod constant nivelul întâi al serviciilor în depozitul clientului? | Rar | Uneori | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 2.4.2 Este realizat în mod constant nivelul întâi al serviciilor la raft? | Rar | Uneori | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 2.4.3 Sunt implementate proceduri pentru rectificarea aspectelor privind livrarea? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 2.4.4 Ce proporție din portofoliul de produse se realizează mai târziu decât intervalul programat? | Proporție mare | Proporție semnificativă | Unele | Minimal |
| 2.4.5 Există un tipar pentru problemele de programare a încărcării produselor (de ex. zi / moment / locație / regim de temperatură)? | Nici un tipar | Mai multe domenii cu probleme | Câteva domenii clare cu probleme | Unul sau două domenii clare cu probleme |
| 2.4.6 Care este durata medie în care intervalele de încărcare nu sunt acoperite? | Mai multe ore | Câteva ore | O oră | Minute |
| 2.4.7 Câte livăriri de produse sunt făcute mai târziu decât în intervalul programat? | Proporție mare | Proporție semnificativă | Unele | Minimal |
| 2.4.8 Există un tipar pentru problemele de programare a livrărilor (de ex. zi / moment / locație / regim de temperatură)? | Nici un tipar | Mai multe domenii cu probleme | Câteva domenii clare cu probleme | Unul sau două domenii clare cu probleme |
| 2.4.9 Care este durata medie în care intervalele de livrare nu sunt acoperite? | Mai multe ore | Câteva ore | O oră | Minute |
| 2.4.10 Sunt implementate proceduri pentru rectificarea aspectelor privind programarea livrărilor? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 2.4.11 Cât de mare este nivelul discrepanțelor dintre comandă și acoperirea acesteia la nivel de produs? | Discrepanțe serioase | Unele discrepanțe - generalizate | Unele discrepanțe - izolate | Discrepanțe minime |
| 2.4.12 Sunt implementate proceduri acceptate pentru notificarea discrepanțelor privind produsele? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 2.4.13 Sunt implementate proceduri acceptate pentru rectificarea discrepanțelor privind produsele? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 2.4.14 Cât de des apar probleme cu documentația privind dovada de livrare (POD - Proof of Delivery) la punctul de colectare? | Adesea | Uneori | Rar | Niciodată |
| 2.4.15 Cât de des apar probleme cu documentația privind dovada de livrare la punctul de livrare? | Adesea | Uneori | Rar | Niciodată |
| 2.4.16 Există probleme cu etichetarea produselor? | Probleme serioase | Uneori | Rar | Niciodată |
| 3. MIJLUCI TORI | | | | |
| 3.1 STANDARDE COMUNE DE DATE ȘI COMUNICĂȚII | | | | |
| 3.1.1 Cât de bine interacționează sistemele dvs. IT cu cele ale partenerului comercial (operațional/comandare/prognoza cererii/plată)? | Sistem manual | Este necesară o reprelucrare semnificativă a datelor | Este necesară o reprelucrare minimală a datelor | Optim - nu este necesară reprelucrarea datelor |
| 3.1.2 Există investiții suficiente în infrastructura IT pentru a vă asigura că beneficiați de ultimele descoperiri tehnologice? | Nu | Investiții ad-hoc | Da, dar rar | Da |
| 3.1.3 Are întreg personalul cheie acces la e-mail și internet? | Nu | O parte | Majoritatea | Tot |
| 3.1.4 Parteneriatul comercial va fi pregătit să ajungă la realizarea majorității activităților comerciale de business-to-business prin intermediu e-commerce într-un interval de doi ani? | Nu | Possibil | Probabil | Da |
| 3.1.5 Utilizați numărul GTIN de 14 caractere? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Da |
| 3.1.6 Utilizați numărul GLN? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Da |
| 3.1.7 Comunicați electronic cu partenerul comercial folosind standardul XML al GC? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Tot timpul |
| 3.1.8 Produsele au aplicate pe ambalaj coduri cu bare sau etichete cu radiofrecvență în vederea urmăririi acestora? | Nu | În plan | Experimental/tocmai s-a început | Da |
| 3.2 ANALIZA COST/PROFIT ȘI MASURAREA VALORII | | | | |
| 3.2.1 Există o analiză detaliată a costurilor în lanțul de aprovizionare? | Nu | Numai informațiile esențiale | Da, ad-hoc | Da, în derulare |
| 3.2.2 Sunt utilizate datele specifice metodei ABC în procesul decizional în comun cu partenerul comercial? | Nu | Capacitate limitată | După necesități | Continuu |
| 3.2.3 Lucrați împreună pentru a reduce sau elimina costurile din lanțul de distribuție? | Nu | Tocmai s-a început | Da, unele exemple specifice | Continuu |
| 3.3 SIGURANȚA PRODUSELOR ȘI PROCESE PRIVIND CALITATEA | | | | |
| 3.3.1 Sunt implementate măsuri pentru monitorizarea plângerilor privind produsele? | Sistem manual | Uneori | De cele mai multe ori | Tot timpul |
| 3.3.2 Există un standard de calitate acceptat orientat de consumatori? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 3.3.3 Este implementată o procedură proactivă pentru a opera conținutu îmbunătățiri în calitatea produselor? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 3.3.4 Sunt îmbunătățirile calității consistent comunicate consumatorilor? | Nu | Unele | Majoritatea | Toate |
| 3.3.5 Există o abordare proactivă pentru soluționarea incidentelor precum retragerea produselor? | Nu | Ad-hoc | Da, dar nedocumentat | Da, documentat |
| 3.3.6 Sunt toate produsele aprobate din perspectiva siguranței alimentare? | Nu | Unele | Majoritatea | Toate |
| 3.3.7 Sunt luate măsuri pentru soluționarea aspectelor de mediu precum minimizarea ambalajelor | Nu | Se studiază idei | Se implementează idei | Da |

SCORECARD-ul E.C.R. GLOBAL

| ACTIVITĂȚI ȘI FACTORI | PONDERE | | | NIVELE DE MATURITATE ECR (SCORECARD) | | | | | SCOR PONDERAT |
|---|---------|-----|-----|--------------------------------------|-------------|-------------------|------------------|-------------------|---------------|
| | R | S | J | 1 (inexistent) | 2 (planuri) | 3 (impl.parcială) | 4 (rez.parciale) | 5 (impl.completă) | |
| 1. MANAGEMENTUL CERERII | 600 | 600 | 600 | | | | | | |
| 1.1 STRATEGIA ȘI CAPABILITĂȚILE CERERII | 150 | 150 | 150 | | | | | | |
| 1.1.1 Direcția strategică - Modelul valorii pentru consumator | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 1.1.2 Direcția strategică - Managementul categorial | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| 1.1.3 Personalul și organizarea | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.1.4 Managementul informațiilor | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.2 OPTIMIZAREA ASORTIMENTELOR | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 1.2.1 Planificarea sortimentului | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| 1.2.2 Executarea sortimentului | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.2.3 Evaluarea sortimentului | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.3 OPTIMIZAREA PROMOVĂRILOR | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 1.3.1 Planificarea promovărilor | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| 1.3.2 Executarea promovărilor | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.3.3 Evaluarea promovărilor | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.4 OPTIMIZAREA LANSĂRII NOILOR PRODUSE | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 1.4.1 Planificarea LNP | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| 1.4.2 Executarea LNP | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.4.3 Evaluarea LNP | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 1.5 CREAREA VALORII PENTRU CONSUMATOR | 150 | 150 | 150 | | | | | | |
| 1.5.1 Managementul cunoștințelor despre consumatori | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 1.5.2 Soluții pentru consumatori | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 1.5.3 Canale spre consumatori | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2. MANAGEMENTUL OFERTEI | 550 | 550 | 550 | | | | | | |
| 2.1 STRATEGIA ȘI CAPABILITĂȚILE OFERTEI | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 2.1.1 Direcția strategică | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| 2.1.2 Personalul și organizarea | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 2.1.3 Managementul informațiilor | 30 | 30 | 30 | | | | | | |
| 2.2 REAPROVIZIONAREA OPTIMIZATĂ | 350 | 250 | 250 | | | | | | |
| 2.2.1 Comanda automată din magazin | 100 | 0 | 0 | | | | | | |
| 2.2.2 Reaprovizionarea continuă | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 2.2.3 Tehnici ale fluxului de produse | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2.2.4 Optimizarea transportului | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2.2.5 Încărcarea eficientă | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2.3 OFERTA INTEGRATĂ ÎN FUNCȚIE DE CERERE | 0 | 100 | 50 | | | | | | |
| 2.3.1 Sincronizarea producției | 0 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2.3.2 Integrarea furnizorilor | 0 | 50 | 0 | | | | | | |
| 2.4 EXCELENȚA OPERAȚIONALĂ | 100 | 100 | 150 | | | | | | |
| 2.4.1 Fiabilitatea operațiilor în magazin | 50 | 0 | 50 | | | | | | |
| 2.4.2 Fiabilitatea distribuției | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 2.4.3 Fiabilitatea producției | 0 | 50 | 50 | | | | | | |
| 3. MIJLOCITORI | 250 | 250 | 250 | | | | | | |
| 3.1 STANDARDE COMUNE DE DATE ȘI COMUNICAȚII | 150 | 150 | 150 | | | | | | |
| 3.1.1 Identificarea produselor și livrărilor | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 3.1.2 Alinierea nucleului de date | 25 | 25 | 25 | | | | | | |
| 3.1.3 Schimbul electronic de date (EDI - Electronic Data Interchange) | 25 | 25 | 25 | | | | | | |
| 3.1.4 Standarde de comunicare electronică | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 3.2 ANALIZA COST/PROFIT ȘI MĂSURAREA VALORII | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 3.2.1 Analiza costurilor pe activități (ABC - Activity Based Costing) | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 3.2.2 Măsurarea valorii livrate consumatorului | 50 | 50 | 50 | | | | | | |
| 4. INTEGRATORI | 200 | 200 | 200 | | | | | | |
| 4.1 PLANIFICAREA ÎN COLABORARE | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 4.2 E-BUSINESS | 100 | 100 | 100 | | | | | | |
| 4.3. B2B | 100 | 100 | 100 | | | | | | |