Silbon reduce el stock inmovilizado y recupera ventas perdidas con movimientos más inteligentes entre tiendas

Impacto comercial

▲ 2,7%
Ventas interanuales (unidades)

▼ 20,4%
Stock diario medio en tiendas

▲ 9,7%
Sell-through interanual (vendido vs. comprado)

Eficiencia operativa

▼ 7,3%
Roturas de stock en almacén

▼ 10,5%
Cobertura en tiendas

ROI

4,3x
ROI de los movimientos entre tiendas

Sobre Silbon

La marca española de moda masculina Silbon representa al hombre moderno: aquel que se cuida por dentro y por fuera, es fiel a su estilo y adapta las tendencias actuales a su gusto por el vestir clásico. Lo hace a través de tres líneas de diseño (sport casual, urban-preppy y business casual) y una línea de tailoring apreciada por la calidad de sus tejidos y patrones.

En 2018, Silbon presentó una colección infantil, seguida del lanzamiento de Silbon Woman en 2021, una línea para mujeres que valoran la calidad, el estilo y la individualidad, y que ven la moda como arte y cultura a la vez. La familia de marcas volvió a crecer en 2024 con Silbon Girl, construida sobre los mismos pilares que Silbon Woman: diseño, calidad y un estilo ligado a la tendencia. Y en 2025 llegó Silbon Baby.

Fundada en 2009, Silbon ha crecido hasta superar los 160 puntos de venta en España, a la vez que se abre a nuevos mercados y sienta las bases de una mayor expansión. Este crecimiento convierte la gestión eficiente del inventario en una prioridad: cuanto más grande es la red, más importa que el stock circule bien dentro de ella.

nextail



El reto

La tienda sin nada que vender y el almacén con el stock sin salida

Silbon opera con una logística sencilla: un almacén central, con dos almacenes virtuales, que abastece a más de 160 puntos de venta entre tiendas a pie de calle, centros comerciales y corners en grandes almacenes.

Esa sencillez es una ventaja, pero **sin una forma estructurada de mover el stock entre tiendas**, también significaba que, una vez que el inventario llegaba a una ubicación, **tendía a quedarse allí, hubiera o no demanda real.**

En moda masculina, eso sale caro. El cliente de Silbon es famoso por su fidelidad: el que vuelve a por cuatro camisas iguales en su talla, pero que se va igual de rápido si esa talla no está en tienda.

Además, las referencias de carry-over y continuidad son una parte importante del catálogo. **Tenerlas todas disponibles en todas partes inmovilizaba stock y dejaba menos hueco para las novedades, tanto en espacio como en caja.**

Algunas tiendas llegaban al límite de su capacidad con tallas rotas; otras tenían espacio, pero no producto. **Reequilibrar el stock entre ellas era un proceso manual**, por lo que rara vez se hacía con la rapidez necesaria para marcar la diferencia. Sobre todo en los espacios de socios comerciales clave, donde hacer hueco a las novedades es fundamental para la relación.

A medida que Silbon avanzaba hacia sus objetivos de crecimiento, el equipo tenía claro que **sacar partido al stock que ya estaba en la red era una de las formas más rápidas de proteger el margen y liberar caja**, en lugar de limitarse a comprar más.









La historia de moviemientos entre tiendas

De stock atascado a una solución que se paga sola

Silbon puso en marcha una solución inteligente para la temporada en curso que incluía **Primera Implantación, Reposición y Movimientos entre Tiendas**, para actuar de forma automática ante los desequilibrios de inventario en lugar de esperar a que alguien los detectara.

En concreto, la solución automatizada de Movimientos entre Tiendas identifica, tienda a tienda y talla a talla, dónde hay stock parado y dónde se necesita realmente, y recomienda qué mover.

En lugar de depender de decisiones manuales sobre qué tiendas revisar y cuándo, el sistema muestra de forma continua los movimientos que merece la pena hacer, a partir de datos reales de ventas y stock, y no de la intuición.

"Durante años, el stock que acababa en la tienda equivocada simplemente se quedaba allí. Alguien tenía que darse cuenta para que algo se moviera. Nextail hace ese análisis de forma automática, cruzando lo que necesita cada tienda con lo que realmente tiene la red. Es la parte de la solución que ha acabado amortizando con creces todo lo demás."

Pablo López CEO, Silbon

Silbon vio el efecto de unos movimientos de inventario más eficientes desde la primera temporada. A medida que el stock empezó a moverse hacia donde realmente podía venderse, en lugar de quedarse parado, **las tiendas de Silbon mantuvieron un 20,4 % menos de stock diario medio, mientras que las ventas crecieron un 2,7 % interanual en unidades**. Prueba de que menos stock no significa menos ventas.

El sell-through subió un 9,7 % interanual y las roturas de stock bajaron un 7,3 %, porque el inventario dejó de quedarse atrapado donde no hacía falta y llegó a donde sí. **La cobertura media de stock cayó un 10,5 %**: una red por fin equilibrada, en lugar de oscilar entre el exceso de stock y las estanterías vacías.

Y luego está la cifra que habla por sí sola. **De toda la solución (Primera Implantación, Reposición y Movimientos entre Tiendas), solo el valor generado por los Movimientos entre Tiendas bastó para lograr un ROI del 4.3x sobre toda la suscripción**. El módulo que Silbon incorporó para resolver un problema concreto, el stock atascado en el lugar equivocado, acabó amortizando todo lo demás.





"Lo que más importa es que hemos reducido el stock en nuestras tiendas sin que nos haya costado ventas y, de hecho, estamos por encima del objetivo. Para mí, eso demuestra que el sistema está tomando decisiones más inteligentes y precisas de las que nosotros podríamos tomar tienda a tienda, y nos da margen para seguir creciendo sin que el inventario se convierta en un cuello de botella."

Pablo López CEO, Silbon

¿Preparado para adoptar un enfoque más ágil en tus procesos y gestión de inventario durante la temporada?

Contacta con nosotros para saber más.

www.nextail.co info@nextail.co

nextail