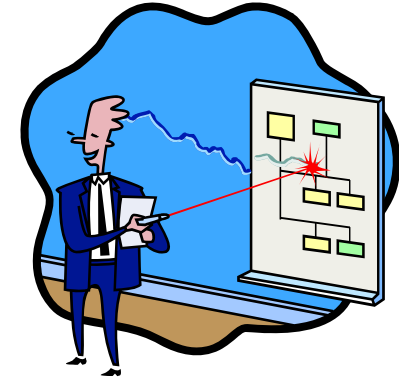


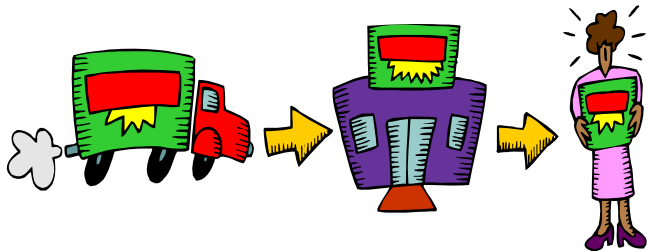


# Оптимизация логистики поставок в розничных сетях сегмента DİY

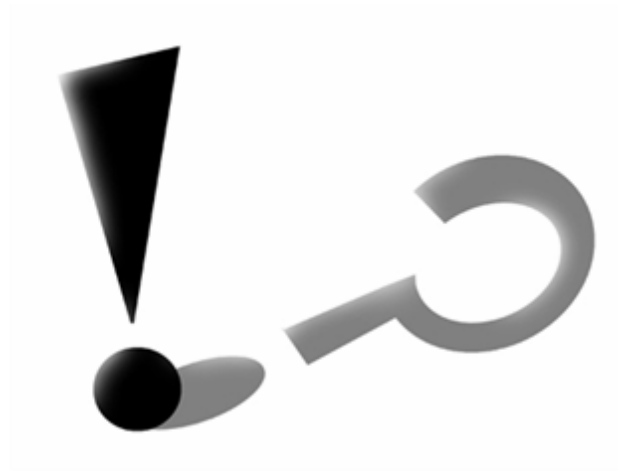




Повышение качества управления цепочками поставок - важнейшая задача построения эффективного бизнеса.



**Но значительных успехов в сетевой  
розничной торговле не  
просматривается**



**Почему**

Знаете ли Вы ответы на следующие вопросы:



Кто мои клиенты?

Сколько они купят конкретного товара?





Результаты анализа продаж говорят нам обо всех клиентах сразу.

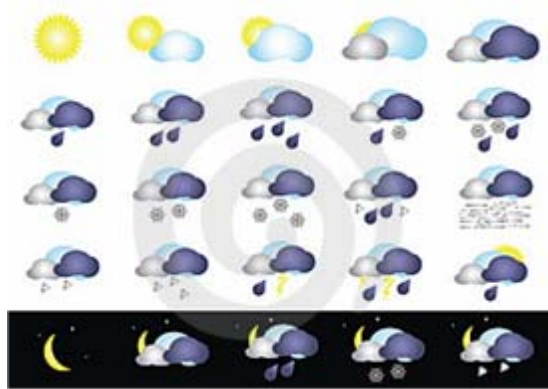
Персональный маркетинг позволяет выделить лишь некоторую группу, по которой можно делать выводы о персональных предпочтениях, но это небольшая часть покупателей.





В розничной торговле  
формирование планов  
продаж может быть  
построено

**только на основе прогноза  
спроса.**



Для качественного прогноза нужны исторические данные. Здесь мы близки к аналогии прогнозирования погоды или курса валют.

Как бы пессимистично мы не были настроены, но плохой прогноз это всегда лучше, чем его отсутствие, и это доказывает практика.



## **К трудностям прогнозирования в сегменте DIY можно отнести ряд факторов:**

- Изменчивость предпочтений (короткий жизненный цикл товара).
- Изменчивость ассортимента продукции (мода и новые технологии).
- Сезонные колебания, которые требуют данных о продажах за несколько лет.
- Наличие товаров с существенно разной интенсивностью продаж (товары массового спроса и длительного пользования), что требует использования различных методов построения прогностических моделей.
- Большой ассортимент товаров, практически исключающий возможность учета взаимного влияния продаж одного товара на другой.





Использование  
прогнозирования спроса  
может повысить  
эффективность  
управления логистикой  
поставок в розничной  
торговле на **15%** и  
более.



Информация с кассовых терминалов отражает только реальные продажи, т.е. **удовлетворенный спрос**.

А сколько у Вас **неудовлетворенного спроса** не по причине нежелания покупателя купить, а по причине неумения продать?

## Причины неудовлетворенного спроса:

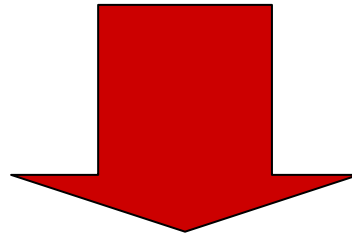


Покупатель не мог найти нужный ему товар или не мог получить нужную информацию о товаре для принятия решения о его покупке.



Товара не было на полке. При этом он есть на остатках в ИС, а физически его нет в магазине. Или он есть в магазине, но его нет на полке. Или его нет в ИС и Вы его не можете продать, а физически он есть в магазине. Или он есть в другом магазине или на складе, а Вы не можете его сейчас продать покупателю!

Устранение причин расхождения между потребительским спросом и реальными продажами означает повышение эффективности, как логистики поставок, так и бизнеса в целом.

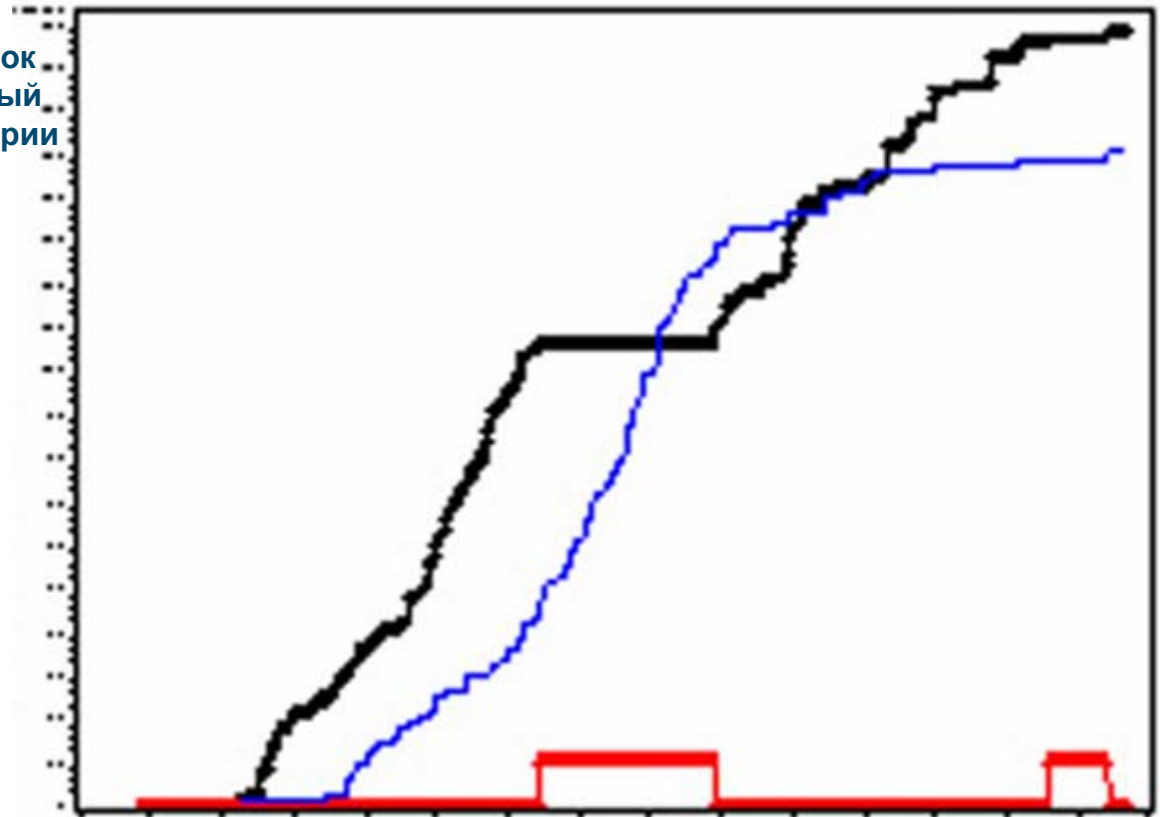


Важная задача: выявления отсутствия товаров на полке.  
**«Тревожная кнопка»**



**Благодаря «тревожной кнопке» можно выявить периоды отсутствия товаров на полке, а также скорректировать прогноз спроса, и, следовательно, лучше организовать логистику поставок.**

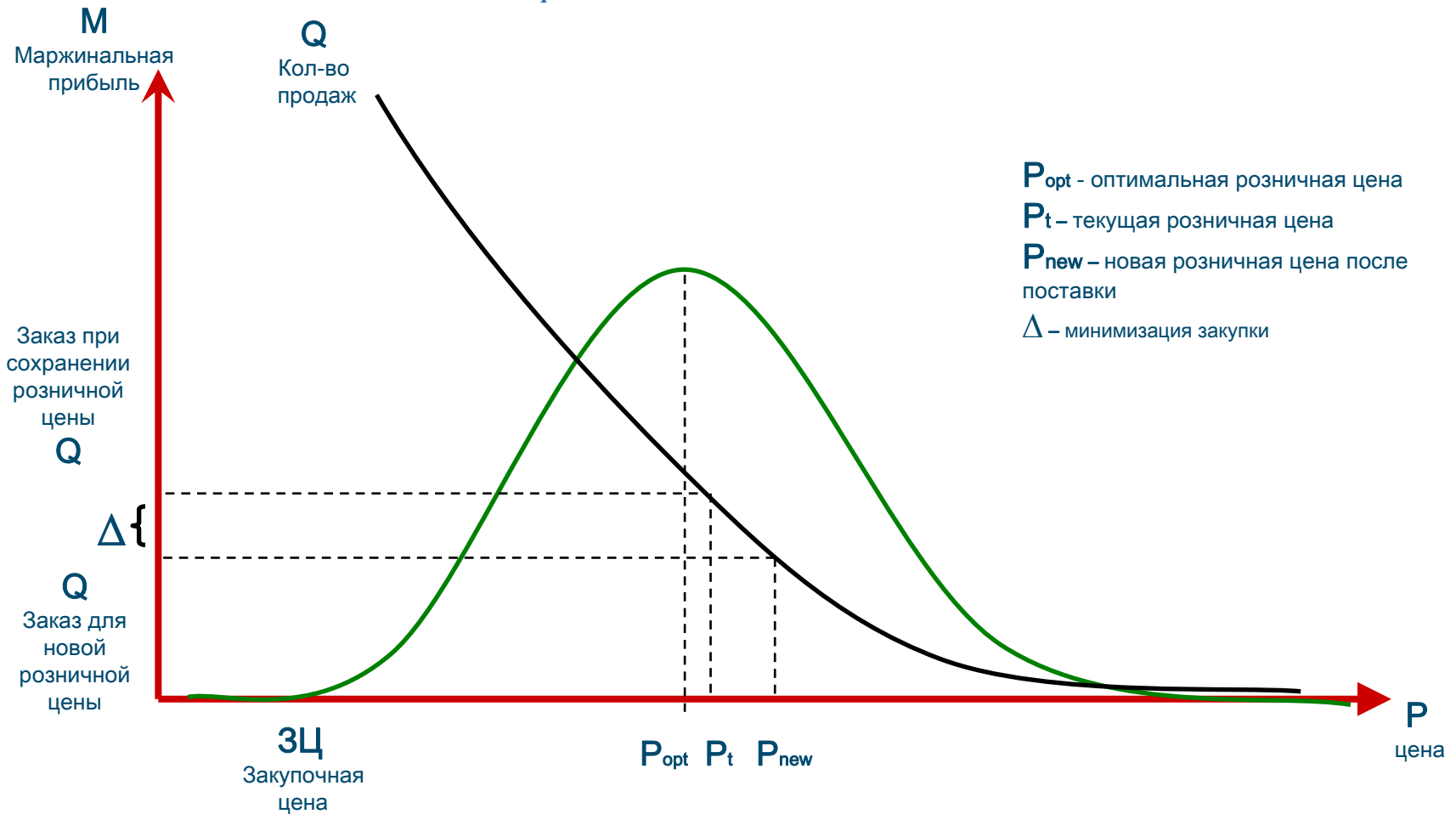
Кол-во покупок  
товара (черный  
цвет и категории  
(синий цвет)



Часы работы  
магазина



Наличие в модели переменной со значением розничной цены – это безусловное требование к построению прогностической модели потребительского спроса для целей управления цепочкой поставок



Зависимость продаж и маржинальной прибыли от розничной цены.  
 Коррекция заказа в условиях предполагаемого изменения цены продажи.

## Суть интеллектуального заказа:





# Ваши вопросы





**Спасибо за внимание!**

НАШИ КООРДИНАТЫ:

Тел.: +7 /495/ 787.49.40

Факс: +7 /495/ 792.50.78

**[WWW.FIT.RU](http://WWW.FIT.RU)**

