

АССОРТИМЕНТНАЯ МАТРИЦА

- Анализ ассортиментной матрицы, анализ стабильности ассортимента;
- Анализ статистических показателей по заказам: мин/макс/средний заказ, количество позиций в заказе;
- Расчет скидки по заказам;
- Сравнение фактических продаж с плановыми показателями, с данными по продажам прошлых периодов, like-for-like сравнение менеджеров/брендов и т.д.;
- Анализ рейтингов по брендам, товарным группам;

ПРОДАЖИ

- Анализ продаж в различных разрезах (клиенты, артикулы, бренды, регионы, поставщики, производители)
- План-фактный анализ продаж
- Распределение и анализ маржинальности по товарным группам
- Прогнозирование спроса в разрезе товарных групп, артикулов, регионов и т.п.
- Мониторинг рейтингов по брендам, товарным группам/подгруппам
- Мониторинг рейтингов по покупателям (объем задолженности на дату; объем просроченной задолженности на дату; объем реализации за период; полученная валовая маржа за период)
- Визуализация показателей на географической карте.

ТОВАРЫ И ТОВАРОДВИЖЕНИЕ

- Оценка затоваренности склада;
- Товарные остатки в штуках, стоимости и количестве дней продаж;
- Расчет оборачиваемости товара;
- Поддержка оперативного контроля уровня товара на складе на уровне дня;
- Анализ логистических затрат в различных разрезах;
- Товарные рейтинги по объему продаж, марже, уровню запаса;
- Комбинированный ABC анализ;
- Движение товара за период.
- Совмещенный анализ товарных остатков с уровнем продаж
- Управление излишками и дефицитом товарных запасов

МАРКЕТИНГ

- Сегментация и анализ целевых групп и рынка;
- Расчет и прогнозирование объема «маркетинговых доходов» (ретро-бонусов) за период;
- Анализ структуры «покупательской корзины»;
- Анализ эластичности спроса по промо-акциям;
- Выявление и эффективность товаров-драйверов;
- Поддержка планирования стратегий продвижения и сбыта;
- Оценка эффективности маркетинговых активностей и каналов;
- Мониторинг посещаемости торговых точек в разбивке по часам и дням недели;
- Анализ трейд-маркетинга (стимулирование спроса, BTL)