

М.ВидеоЭльдорадо

КСП, Ассортимент и наполнение магазинов



Дәһәһәһәһә
әһәһәһәһә ЕНІ

М.ВидеоЭльдорадо

Структура товарного наполнения магазинов:



Планирование МО происходит до планнейма, а за счет каких групп будет выполнен план это уже задача ДМ он может решать на месте, анализируя группы растущие и группы имеющие падение. Наименование группы материалов это и есть наименование кластера стандарта по площади(КСП).



КСП – кластер стандарт по площади.

КСП – это не отдельный Магазин , а группа магазинов, с сопоставимым миксом продаж и количеством посадочных мест.

Кластеры имеют буквенно-цифровые обозначения: **A001, B003, C001**, где буква это премиальность КСП, а цифра это ширина КСП.

Премиальность КСП – соотношение товаров разного ценового сегмента в ассортименте магазина.

Кол-во SKU	P	A	B	C
Например	Premium	Advance	Base	Economy.
10 SKU	P003	A002	B003	C003
20 SKU	P002	A002	B002	C002
30 SKU	P001	A001	B001	C001

75 % матрицы, в КСП одного стандарта по площади, имеет одинаковое наполнение.

Детальная Информация во вложенном файле выше.





Текущие КСП назначенные в магазинах, линейка возможных КСП, а также НН входящие в состав того или иного КСП расположены на FTP по адресу:

Удаленный сайт: /Dgr/МЕРЧЕНДАЙЗИНГ/ТЕКУЩИЕ КСП

Имя файла	Размер	Тип файла	Последнее из...	Права	Владелец/...
..					
Архив		Папка с файлами	28.09.2021 14:4...	drwxrwxrwx	owner group
2109 КСП Линейка.xlsm	686 370	Лист Microsoft Excel с поддержк...	21.09.2021 17:0...	-rwxrwxrwx	owner group
2509 КСП Магазины.xlsm	17 896 268	Лист Microsoft Excel с поддержк...	25.09.2021 23:2...	-rwxrwxrwx	owner group
2509 КСП Э250.xlsm	1 942 743	Лист Microsoft Excel с поддержк...	27.09.2021 16:0...	-rwxrwxrwx	owner group
SKU в каждом КСП.xlsm	3 749 479	Лист Microsoft Excel с поддержк...	19.08.2021 12:5...	-rwxrwxrwx	owner group

Например: для завода АХХХ по группе *LED- 4K UHD телевизор 39"-43"* – назначен КСП В001 этим КСП предусмотрено 14 SKU (**14 / 0 / 14**) (актив / неактив/ сумма).

Далее при анализе мы выявляем необходимость изменения или назначения КСП(если ячейка пустая), выбираем подходящий нам КСП из файла «Линейка» и отправляем запрос Менеджеру по развитию продаж конкретного экоюнита(МРП).



М.ВидеоЭльдорадо Основания изменения КСП

1. Пере зонирование магазина в соответствии с требованиями надзорных органов.
2. Проигрываем конкуренту по ассортименту (при условии соответствия критериям по продажам). Учитывать поведение категории в динамике продаж. Решение индивидуально.
3. Открытие/закрытие конкурента. Через 1-3 месяца после наступления события. В зависимости от динамики продаж.
4. Расширение товарных групп конкурента. Через 1-3 месяца после наступления события. В зависимости от динамики продаж.
5. Открытие/закрытие наших магазинов. С момента принятия решения о закрытии магазина. В случае открытия – 3 месяца.
6. Изменение трафика, связанное с изменениями внешней среды (открылся продуктовый гипермаркет в ТЦ, открыли станцию метро в локации магазина и прочие внешние факторы). По факту наступления события корректировка ЦЗ магазина, через 1-3 месяца анализ премиальности и ширины КСП, в зависимости от динамики продаж.
7. Обеспечение соответствия премиальности в смежных группах. (например, выровнять премиальность в саундбарах, под премиальность в ТВ).
8. Изменения по инициативе МРП, ввиду установки бренд зон, установки категорийного менеджмента категории

Основания изменения КСП

М.ВидеоЭльдорадо

1. Сопоставимый магазин со схожим миксом продаж, показывает продажи товарной группы, которая отсутствует/либо имеет маленький КСП в анализируемом магазине. Актуально для не больших городов сателлитов, с маленькими расстояниями между магазинами. При запросе директор представляет отчет обоих магазинов. (Например, в городе 2 магазина, расстояние – 10 минут на машине, в одном магазине саундбары в кластере А1, во втором С4 и есть посадочные места для перехода в больший кластер. Тогда директор формирует запрос МРП, с анализом отчета по обоим магазинам).
2. События локального/федерального/мирового масштаба (например, ЧМ по футболу, Универсиада). Без изменения планограмм. Временные изменения КСП, до следующей Ввод/вывод в ассортимент новой товарной группы.

Формирование запроса на изменение КСП осуществляется, с предоставлением дополнительных материалов, подтверждающих наступление форс мажора (фотографии, отчет с продажами LfL) + согласование АСМ.

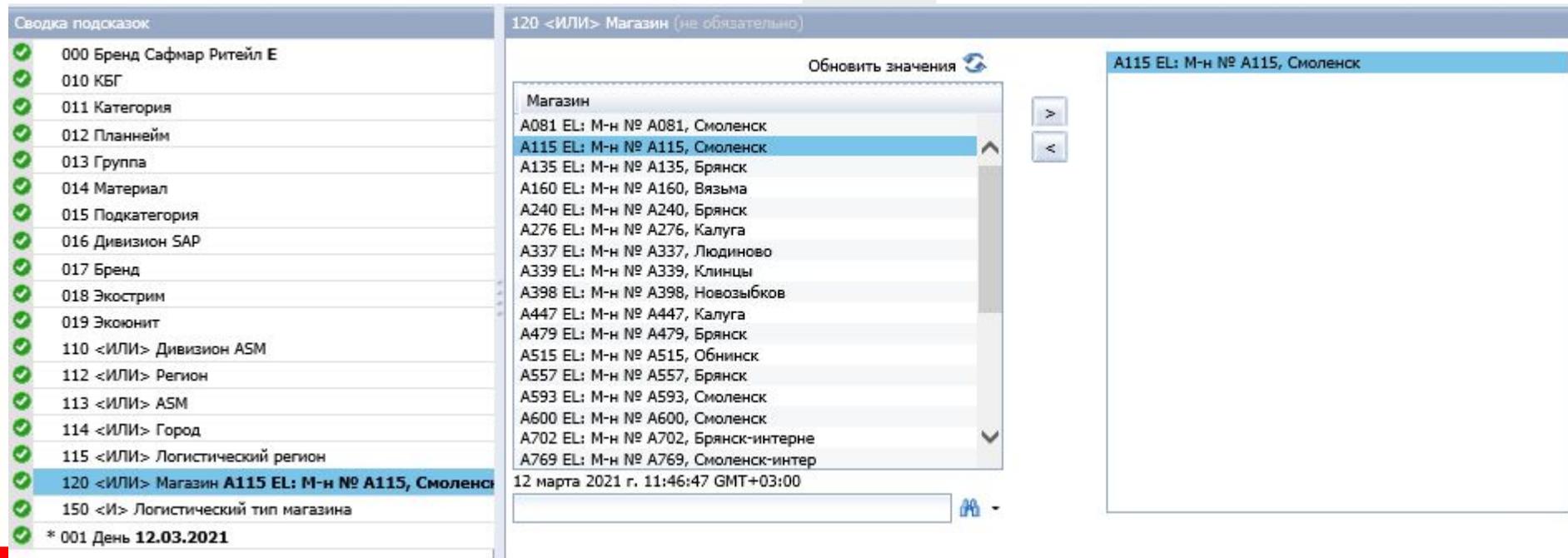
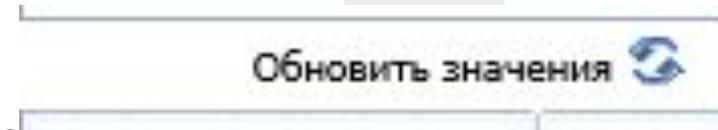
М.ВидеоЭльдорадо

АНАЛИЗ И ИЗМЕНЕНИЕ КСП

Для анализа продаж мы используем отчет «Изменение КСП магазин» (отчет R70)
Для того чтобы не разбираться долго в группах товара, рекомендуется для анализа выгружать все группы разом, для этого необходимо поставить всего 3 фильтра:

- Эльдорадо (Е).Мвидео(М)
- Магазин.
- Сегодняшняя дата.

Для вывода доступных к выбору фильтров нажимаем кнопку.



Сводка подсказок

- 000 Бренд Сафмар Ритейл Е
- 010 КБГ
- 011 Категория
- 012 Планнейм
- 013 Группа
- 014 Материал
- 015 Подкатегория
- 016 Дивизион SAP
- 017 Бренд
- 018 Экострим
- 019 Экоюнит
- 110 <ИЛИ> Дивизион ASM
- 112 <ИЛИ> Регион
- 113 <ИЛИ> ASM
- 114 <ИЛИ> Город
- 115 <ИЛИ> Логистический регион
- 120 <ИЛИ> Магазин A115 EL: М-н № A115, Смоленск**
- 150 <И> Логистический тип магазина
- * 001 День 12.03.2021

120 <ИЛИ> Магазин (не обязательно)

Обновить значения

Магазин

- A081 EL: М-н № A081, Смоленск
- A115 EL: М-н № A115, Смоленск**
- A135 EL: М-н № A135, Брянск
- A160 EL: М-н № A160, Вязьма
- A240 EL: М-н № A240, Брянск
- A276 EL: М-н № A276, Калуга
- A337 EL: М-н № A337, Людиново
- A339 EL: М-н № A339, Клинцы
- A398 EL: М-н № A398, Новозыбков
- A447 EL: М-н № A447, Калуга
- A479 EL: М-н № A479, Брянск
- A515 EL: М-н № A515, Обнинск
- A557 EL: М-н № A557, Брянск
- A593 EL: М-н № A593, Смоленск
- A600 EL: М-н № A600, Смоленск
- A702 EL: М-н № A702, Брянск-интерне
- A769 EL: М-н № A769, Смоленск-интер

12 марта 2021 г. 11:46:47 GMT+03:00

A115 EL: М-н № A115, Смоленск

М.ВидеоЭльдорадо

АНАЛИЗ И ИЗМЕНЕНИЕ КСП

В нем вы сможете увидеть :

1. Название товарной группы и код товарной группы в САП
2. Название КСП
3. Количество посадочных мест для товарной группы
4. Текущее кол-во посадочных мест
5. Продажи за 14 недель с посадочного места по магазину в рублях
6. Продажи за 14 недель с посадочного места в среднем по КСП в рублях
7. Процентное соотношение показателей п.5 и п.6
8. Уникальные продажи за 14 недель магазина в штуках
9. Уникальные продажи за 14 недель в среднем по КСП в штуках
10. Процентное соотношение показателей п.8 и п.9
11. Оборот за 14 недель по магазину в рублях
12. Оборот за 14 недель в среднем по КСП в рублях
13. Оборачиваемость товара по магазину неделя
14. Оборачиваемость товара по ксп неделя
15. Процентное соотношение показателей п.13 и п.14
16. Коэф.оборачиваемости и уникальных продаж
17. Рекомендованный КСП по премиальности.
18. Желаемый КСП

Пример выгрузки отчета «Изменение КСП магазин» по двум товарным группам в магазине:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Материал: Группа	КСП	Количество посадочных мест, шт.	Текущее количество посадочных мест	Продажи 14 нед. с посад. места по маг., руб.	Продажи 14 нед. с посад. места в ср. по КСП, руб.	Разница, %	Уникальные продажи за 14 нед. магазина, шт.	Уникальные продажи за 14 нед. в среднем по КСП,	Разница, %	Оборот за 14 нед. по магазину, руб.	Оборот за 14 нед. в среднем по КСП, руб.	Оборачиваемость товара по магазину, нед	Оборачиваемость товара по в среднем по КСП, нед	Разница, %	Коэффициент оборачиваемости и уникальных продаж	Рекомендованный КСП по премиальности	Желаемый КСП
Компьютерная гарнитура	A001	10	10	2049	354	478,18%	10	3,43	191,67%	20 492	3 544	16	101,44	84,58%	2,76		

АНАЛИЗ И ИЗМЕНЕНИЕ КСП

М.ВидеоЭльдорадо

Критерии изменения премиальности

По каждой товарной группе в отчете отображается текущий КСП по премиальности (РАВС), и Рекомендованный КСП, рассчитанный на основе продаж магазина:

- **Кластер Р** присваивается магазину, если доля премиум в обороте магазина больше доли премиум по компании минимум на 2%, и продвинутого+ премиального товара в обороте магазина. больше доли эконом и базового товара.
- **Кластер А** присваивается магазину, если продажи не соответствуют кластеру Р, при этом доля продаж премиум и продвинутого товара в обороте больше доли базового и эконом товаров в обороте и доля продаж продвинутого товара в обороте магазина, больше доли продвинутого товара по компании.
- **Кластер В** присваивается магазину, если продажи не соответствуют кластеру Р или А, при этом, доля продаж базового и продвинутого товара в обороте магазина больше доли продаж базового и продвинутого в обороте компании или доля продаж эконом сегмента в обороте меньше 15%.
- **Кластер С** присваивается магазину, если продажи не соответствуют кластерам Р,А,В.

Важным критерием является положительная разница продаж в рублях по магазину в отчете.

АНАЛИЗ И ИЗМЕНЕНИЕ КСП

М.ВидеоЭльдорадо

Анализ ширины:

Для анализа ширины группы используем колонку «Коэффициент оборачиваемости и уникальных продаж». Отчет автоматически закрашивает ее зеленым, если выполнены оба критерия для расширения КСП, красным – если оба критерия не выполнены.

Коэффициент оборачиваемости и уникальных продаж, это сумма 1 и 2 критерия.

Первый критерий – разница уникальных продаж в штуках, между магазином и средним по КСП.

Чем выше у магазина уникальные продажи, относительно среднего по КСП, тем лучше.

Второй критерий - разница оборачиваемости товара между магазином и средним по КСП. Чем ниже оборачиваемость по магазину, относительно среднего по КСП, тем лучше.

- $\text{Оборачиваемость за период (в неделях)} = \{ \text{Средне-недельный сток за 14 недель (руб.)} / \text{Объем продаж за период (руб.)} \} * \{ 98 / 7 \}$, где

$\text{Средне-недельный сток за 14 недель (руб.)} = (\text{Сток0} + \text{Сток1} + \text{Сток2} + \text{Сток3} + \dots + \text{Сток14}) / 15$, где

Сток0 – это сток на воскресенье предыдущей недели (т.е. ВС недели 0)

Сток1 – это сток на ВС недели 1,

Сток14 – это сток на ВС недели 14

Объем продаж за период (руб.) = сумма продаж за период с Неделя1 по Неделя14

Для получения рекомендации расширения по КСП, оба критерия должны быть минимум на 10% лучше среднего по КСП.

АНАЛИЗ И ИЗМЕНЕНИЕ КСП

М.ВидеоЭльдорадо

Смешанные условия:

- В случае, если у магазина уникальные продажи в штуках выше, чем в среднем по КСП, при этом, оборачиваемость хуже, чем в среднем по КСП, в обязательном порядке рассматривается вопрос об изменении премиальности по данной товарной группе, если это рекомендовано отчетом «Анализ премиальности».
- В случае, если оборачиваемость лучше, чем в среднем по КСП, но уникальные продажи в штуках ниже среднего по КСП, директора магазина анализирует отчет R54 Ассортимент и наполнение, с целью проверки наполнения магазина матричным товаром в достаточной глубине стока.

Анализ продаж

М.ВидеоЭльдорадо

Для анализа продаж мы используем отчет «Изменение КСП магазин» (отчет R70)

Соответствие критериям изменения ширины КСП	Рекомендация изменения премиальности КСП	Наличие свободного места для расширения КСП	Действия
+	+	+	Меняем премиальность и ширину
+	+	-	Меняем премиальность. Если премиальность максимальная, согласуем сокращением групп с отрицательной динамикой продаж или минимальным весом в обороте
-	+	-	Меняем премиальность
+	-	+	Меняем ширину
-	-	+	МРП, Директор, Отдел мерчендайзинга, отдел планограмм согласуют изменение планограммы/ расширение смежных групп.
+	-	-	МРП, директор, отдел мерчендайзинга, отдел планограмм согласуют изменение планограммы/ сокращение смежных групп

М.ВидеоЭльдорадо

Формат запроса на изменение КСП

Для формирования запроса вам необходимо:

1. Выгрузить отчет «Изменение КСП»
2. Проанализировать продажи всех интересующих групп
3. Сформировать единый запрос по всем интересующим группам используя информацию о «Текущих КСП»
4. Выслать Менеджеру по развитию продаж конкретного Эко-Юнита.

Форма запроса – сводный excel файл, на основе выгрузки отчета «Изменение КСП» (отчет R70) с указанием желаемых изменений, письмо согласование АСМ. Обоснование изменений.

ВНИМАНИЕ! Все запрашиваемые КСП должны выбираться из действующих стандартов – файл Линейка /Drp/МЕРЧЕНДАЙЗИНГ/ТЕКУЩИЕ КСП, где указаны все возможные кластеры и

Материал: Группа	КСП	Количество посадочных мест, шт.	Текущее количество посадочных мест	Продажи 14 нед. с посад. места по маг., руб.	Продажи 14 нед. с посад. места в ср. по КСП, руб.	Разница, %	Уникальные продажи за 14 нед. магазина, шт.	Уникальные продажи за 14 нед. в среднем по КСП	Разница, %	Оборот за 14 нед. по магазину, руб.	Оборот за 14 нед. в среднем по КСП, руб.	Оборачиваемость товара по магазину, нед.	Оборачиваемость товара по в среднем по КСП, нед.	Разница, %	Коэффициент оборачиваемости и уникальных продаж	Рекомендованный КСП по премиальности	Желаемый КСП
Эпилятор	C002	17	17	6 515	4 655	39,96%	19	14,49	31,13%	110 750	79 132	16	28,16	44,40%	0,76	A	A002(15/2/17)

В данном случае мы хотим изменить КСП группы “Эпиляторы” т.к. имеем положительную разницу как в штуках так и в рублях относительно других магазинов кластера. Желаемый КСП A002(15/2/17) где 15 это активный ассортимент, 2 неактивный ассортимент и всего 17 посадочных мест.

Ответственные МРП

Менеджеры по развитию продаж	Руководитель группы.	Деркачев Юрий	8-968-014-75-67	Деркачев Юрий Сергеевич <yury.derkachev@mvideo.ru>
	Телеком.	Метнер Игорь	8-968-748-99-35	Метнер Игорь Николаевич <Igor.Metner@mvideo.ru>
	Гаджеты и инновации\Развлечения.	Филитов Денис	8-929-556-97-77	Филитов Денис Николаевич <Denis.Filitov@mvideo.ru>
	Домашний офис и фото.	Баринов Геннадий	8-908-562-60-14	Баринов Геннадий Евгеньевич <Gennady.Barinov@mvideo.ru>
	Кино и звук.	Сухарев Александр	8-962-860-14-41	Сухарев Александр Сергеевич <Aleksandr.Sukharev@mvideo.ru>
	Кухня.	Айвазян Анастасия	7-968-506-19-57	Айвазян Анастасия Николаевна <Anastasiya.Ayvazyan@mvideo.ru>
	Дом и забота о себе.	Шахаров Руслан	8-916-755-56-55	Шахаров Руслан Александрович <Ruslan.Shakharov@mvideo.ru>
	Аксессуары SE («Кухня», «Дом и забота о себе», «Кино и звук»).	Шахаров Руслан	8-916-755-56-55	Шахаров Руслан Александрович <Ruslan.Shakharov@mvideo.ru>
	Аксессуары «Digital».	Глебов Алексей	8-951-549-23-18	Глебов Алексей Николаевич <Aleksey.Glebov@mvideo.ru>

М.ВидеоЭльдорадо

Частные случаи:

Смартфоны / Смартфоны Samsung

Смартфон

КСП	Средний оборот в день по КСП 2021г	Кол-во магазинов	Комментарии
P001 (88 / 20 / 108)	68 037 ₺	40	Лучшие магазины сети, эксклюзивные модели, первый приоритет
A001 (96 / 12 / 108)	44 318 ₺	55	
A002 (84 / 11 / 95)	32 461 ₺	106	
B002 (80 / 15 / 95)	24 141 ₺	130	
B005 (54 / 6 / 60)	18 844 ₺	9	
C003 (63 / 22 / 85)	18 451 ₺	80	
C004 (57 / 21 / 78)	13 969 ₺	74	
C005 (48 / 12 / 60)	14 690 ₺	10	
P005 (54 / 6 / 60)	11 733 ₺	40	Только магазин Э250, ассортимент лучше чем в С/В

Смартфоны

КСП	Средний оборот в день по КСП 2021г	Кол-во магазинов	Комментарии
P001 (46 / 18 / 64)	75 873 ₺	25	Лучшие магазины сети, эксклюзивные модели, первый приоритет
A001 (31 / 25 / 56)	49 986 ₺	77	
A002 (31 / 4 / 35)	32 185 ₺	108	
B003 (28 / 20 / 48)	22 144 ₺	114	
B004 (25 / 4 / 29)	15 641 ₺	81	
C004 (21 / 12 / 33)	12 261 ₺	84	
C005 (21 / 14 / 35)	11 992 ₺	15	
P005 (33 / 4 / 37)	8 112 ₺	40	Только магазин Э250, ассортимент лучше чем в С/В

При запросе на повышение КСП необходимо смотреть на:

- **Средние продажи за 14 недель (магазин / КСП)** – соотношение продаж должно быть 15%+ для P001 30%+
- **Уникальные продажи** – соотношение со средним по КСП выше 0
- **Оборачиваемость группы по магазину** – соотношение со средним по КСП выше 0



İàïëíàíèà ÊÑİ

Дом и забота о себе

Основные моменты, на которые необходимо обращать внимание:

Открытие КСП по группам с брендом DYSON

- По группам категории «Уборка» КСП открывается только в рамках расширения адресной программы и подтверждением магазина выполнения минимального плана продаж – 300 000 руб. ежемесячно.
- По группам категории «Красота» КСП открывается ТОЛЬКО при наличии специального брендированного оборудования.

Корректировка КСП для СМА делается только по трём группам: стандартные СМА, сушильные машины и монтажные элементы к ним



Актуальные КСП и их наполнение: Êëãñòáðèçàöëÿ
 ñòèðàëüíúõ ìàøè

Климатическая и сезонная техника

ДМ должны следить за своевременным изменением КСП по климатической и сезонной технике и своевременно подавать запросы на изменение (открытие и закрытие) КСП.

Пример:

Летом закрыть КСП (блокировать поставки) по зимней климатической технике и открыть КСП (разрешить поставки) летней.

Встраиваемая техника

Изменение КСП по Встройке

По группам Духовые шкафы и всем группам Варочные панели должен быть сквозной КСП в зависимости от соотношения Газ / Электро, изменения по отдельным группам не рассматриваются.

газ 95-100%, электро 0-5%			
A001	A002	A003	A004
15	26	47	57
газ 70-94%, электро 6 -30%			
B001	B002	B003	B004
15	26	47	57
газ 31 - 69%, электро 69 -31%			
C001	C002	C003	C007
15	26	47	57
электро 70-94%, газ 6-30%			
D001	D002	D003	D004
15	26	47	57
электро 95-100%, газ 0 -5%			
E001	E002	E003	E004
15	26	47	57

Кластер	Условия Q1 -Q3		
	Продажи Apple iPhone от 85 000р.	от 59 990	Оборот шт. всех смартфонов Apple
P001	60 шт		от 180 шт.
P002	45 шт		140 шт
A001	от 33 шт.		от 115 шт
A002	от 14 -32 шт.		от 85 шт
A003		34 -42(дополнительно смотрим продажи устройств дороже 85000р..	от 60 шт.
A004		от 24 шт.	от 40 шт.
A005			меньше 40 шт.



- Условия присвоения КСП(Данные смотрим за последние 3 месяца)
- Централизованно КСП меняется, в среднем, 1 раз в 4 месяца

Группа	Наполнение КСП	Комментарий
PS4	все КСП (1 / 0 / 1)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров
PS5	все КСП (1 / 0 / 1)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров
Xbox	все КСП (1 / 0 / 1)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров
Nintendo	A001 (5 / 1 / 6)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров
	A002 (5 / 1 / 6)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров
	A003 (2 / 1 / 3)	Буквенное значение(А.....) зависит от КСП видеоигр и др. аксессуаров

При запросе повышения КСП необходимо прислать:

- Отчет R70 по видеоиграм и др. аксессуарам по платформе
- Фото презентации всех категорий платформы (регламент)
- Информацию о наличии оборудования для выставления доп. ассортимента после повышения КСП

Больше консолей получают магазины, которые больше всех продают видеоигры на физ. носителях.

Наименование	A001	A002	A003	РРЦ руб.
Apple AirPods Pro (MWP22RU/A)	1	1		19 990
Apple AirPods (2019) в футляре с возможностью беспроводной зарядки (MRXJ2RU/A)	1			15 990
Apple AirPods (2019) (MV7N2RU/A)	1	1	1	12 990

При запросе повышения КСП необходимо прислать штучные продажи по каждой модели за последние 3 месяца.

При запросе повышения КСП необходимо прислать:

- Отчет R70 по умным колонкам
- Файл с продажами умных колонок (Не Яндекс)
- Остатки магазина по умным колонкам (Не Яндекс)
- Фото презентации категории
- Информацию о наличии оборудования для выставления доп. ассортимента после повышения КСП

В том случае, если большую долю продаж магазина по умным колонкам составляет Яндекс, а на остатках присутствуют другие бренды, КСП не повышается.

В Яндекс. Станциях (Мини, Макс), наблюдается дефицит.

Данные модели отправляются ручными заказами и при отправке учитываются сл. условия:

- Рейтинг продаж умных колонок
- Рейтинг продаж умного дома (Бренды: Рубитек, Акара, Легран, Филипс, Хайпер, СБЕР, Яндекс)
- Текущие стоки
- Магазины со стендами умного дома



Íàïëíáíèà ÊÑÏ

При запросе повышения КСП необходимо прислать:

- Отчет R70 по TWS - наушникам
- Фото презентации категории
- Информацию о наличии оборудования для выставления доп. ассортимента после повышения КСП
- Информацию по продажам за последний квартал и предыдущий квартал (оборот, вырос или нет)
- Информацию по ССП группы



Íàïñåíàéà ÊÑÏ

Частые ошибки

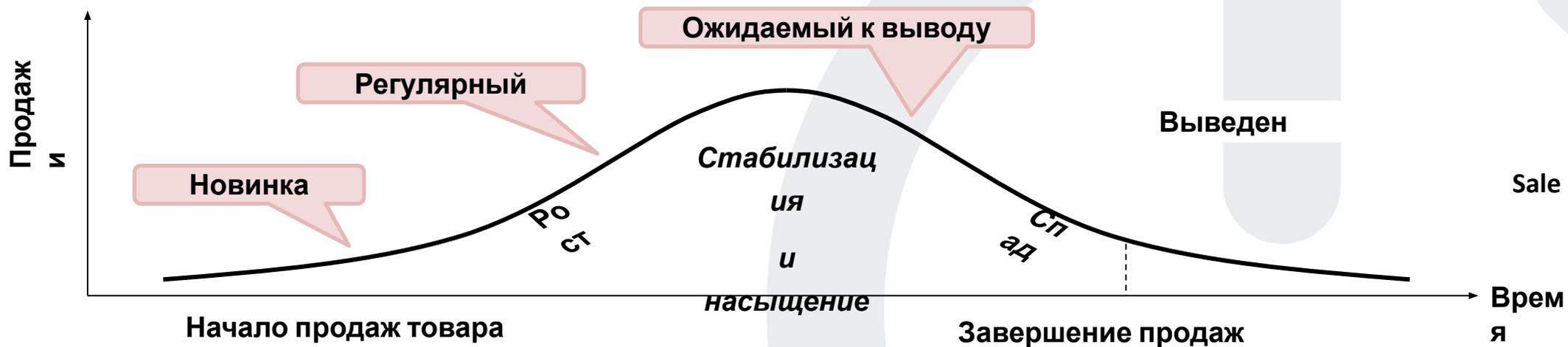
- ДМ не присылает отчёт R70;
- ДМ присылает отчёт R70 по всем группам товара сразу, а не по фокусным, где требуется изменение;
- ДМ не указывает желаемый КСП, тем самым не подтверждая посадочные места;
- ДМ не анализирует отчёт по запрашиваемым группам товара, а просто протягивает 1 желаемый КСП на все группы;
- В рамках конкуренции с ДНС, ДМ запрашивает смену КСП Р (Премиум) на В (базовый);
- ДМ запрашивает повышение КСП при текущих отрицательных показателях.

М.ВидеоЭльдорадо

Проблемы с товарным наполнением

М.ВидеоЭльдорадо

Жизненный цикл товара



Статус в системе
Новинка (активный ассортимент)
Регулярный (активный ассортимент)
Ожидаемый к выводу (активный ассортимент)
Выведен (неактивный ассортимент)
Sale (неактивный ассортимент)

Активный ассортимент

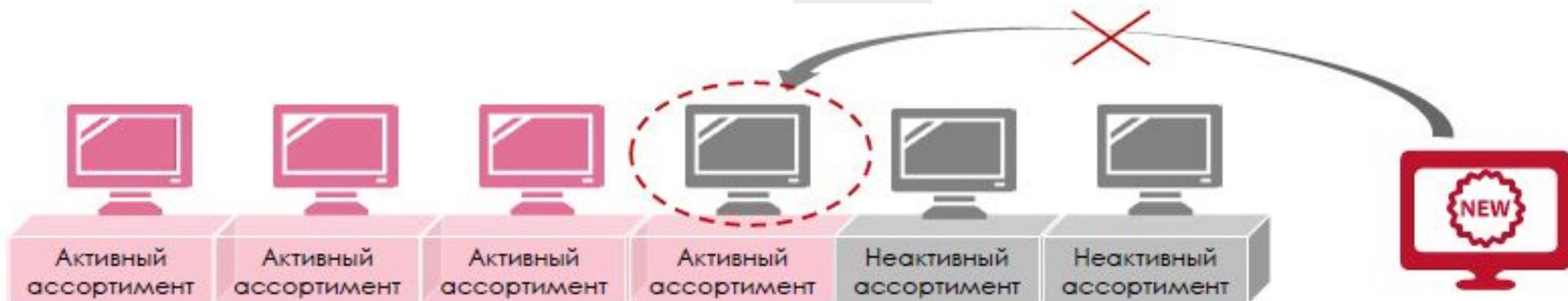
**Неактивный
ассортимент**

Активный и неактивный ассортимент

КСП А001(4/2/6)- 4 под активный ассортимент и 2 под неактивный, автопополнение работает



Место новинки занято неактивом, срабатывает Деселект, новинка не поступит в магазин.



Запросы по проблемам с наполнением

При наличии проблем с наполнением, необходимо обращаться к сток-планеру соответствующего эко-юнита. Запрос должен обязательно содержать в себе проанализированный отчёт R54 – Ассортимент и наполнение. Срок обработки запроса составляет 3 рабочих дня.

Информация по актуальным контактам сток-планеров, полезным ссылкам всегда доступна в Логистическом вестнике

ОТЧЕТ АССОРТИМЕНТ И НАПОЛНЕНИЕ

МАГАЗИНОВ В 54

В отчете можно увидеть:

Количество посадочных мест для актива и неактива по группе товара

Количество назначенных в матрицу план и факт товаров

Количество неактивных товаров на полке магазина

Стоки магазина, транзит на магазин

Остатки склада привязки

Продажи за период

Целевой запас по товару

Статус жизненного цикла

М.ВидеоЭльдорадо Отчет ассортимент и наполнение магазинов(R 54)

Магазин	Менеджер	Материал: Планнейм Текст	Материал: Группа Текст	Материал	Материал Текст	а т о е н л и с т г р е п л и с т	ч а с т н о в м а т р и ц у (П л а н)	в к л ю ч е н о в м а т р и ц у (Ф а к т)	Остатки для расчета Матрицы (факт), шт	Остатки в магазине на дату отчета, шт	В транзи те	Фактическ ие продажи за 30 дней, шт	Статус ЖЦ
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038429	Брасл. Jet SPORT FT-3	1	1						Регулярный
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038622	Брасл. Jet SPORT FT-4 BI	0		1	10	10			Регулярный
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038623	Брасл. Jet SPORT FT-4BP1 BI	0			3	3		1	Регулярный
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038624	Брасл. Jet Sport FT-4BP1 B	0	1	1	9	9			Новинка
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038625	Брасл. Jet SPORT FT-5C BI	0							Новинка
S011	Дитяткина	Смарт-часы и браслеты	Smart Браслет	000000000030038626	Брасл. Jet SPORT FT-7C Gr	0		1	6	6			Регулярный

!!! в магазин поступит только товар:

включённый в матрицу факт,

до целевого запаса,

при условии наличия товара на ЦС

Товары, включенные в матрицу (план), но не включенные в матрицу (факт) попадают в деселект.

На такие товары не рассчитывается Целевой запас.

Отчет ассортимент и наполнение магазинов (R 54)

Общее кол-во посадочных мест	Мест под активный ассортимент	Мест под неактивный ассортимент	Количество неактивных товаров (факт)	Целевой запас PDX, шт	Привязка ЦРС	Остатки (ОСН) склада привязки,
11	9	2	7		C025	
11	9	2	7	3	C025	308
11	9	2	7	0	C025	87
11	9	2	7	2	C025	714
11	9	2	7		C025	
11	9	2	7	0	C025	347
11	9	2	7	6	C025	2727
11	9	2	7	0	C025	3399
11	9	2	7		C025	42
11	9	2	7	0	C025	1661
11	9	2	7		C025	

В отчете видно общее кол-во посадочных мест по группе товаров, сколько активных и неактивных моделей подразумевает данный КСП, а также – сколько в магазине фактически неактивного товара. Если количество неактива будет превышать количество мест под неактив, то часть товаров из матрицы будет блокироваться к пополнению (это называется деселект- не весь товар из матрицы сможет поступить в магазин). Неактив нужно вовремя распродавать!!!

Отчет ассортимент и наполнение магазинов (R 54)

Материал: Группа Текст	Материал	Материал Текст	Online only	Участв ует в проц.	Включен о в матрицу (план)	Включен о в матрицу (факт)	Остатки для расчета матрицы (факт), шт.	Остатки магазина, шт.	Фактически е продажи за 30 дней шт.	Статус Ж	Процент скидки Sale_ (Общее кол- во посадочных мест	Мест под активный ассортимент	Мест под неактивный ассортимент	Количество неактивных товаров	И
Монитор	30020124	Мон. LG 34UM95-P		0			1	1		Выведен		19	17	2	9	
Монитор	30022804	Мон. Lenovo X24		0			2	2	1	Выведен		19	17	2	9	
Монитор	30023751	Мон. Dell E2216H		0			3	3		Регулярный		19	17	2	9	
Монитор	30024496	Мон. BenQ SW2700PT		0			1	1				19	17	2	9	
Монитор	30025112	Мон. AOC E2460SH		0			1	1				19	17	2	9	
Монитор	30025152	Мон. Samsung C27F591FDI		0			2	2	1	Регулярный		19	17	2	9	
Монитор	30025598	Мон. Acer G227HQL Awl		0	1		2	2	1	Регулярный		19	17	2	9	
Монитор	30025648	Мон. LG 27MP56VQ-W		0			1	1		Регулярный		19	17	2	9	
Монитор	30027007	Мон. Asus VP247H		0	1		2	2		Регулярный		19	17	2	9	

Чтобы узнать, какие товары в группе являются неактивными, нужно в фильтрах:

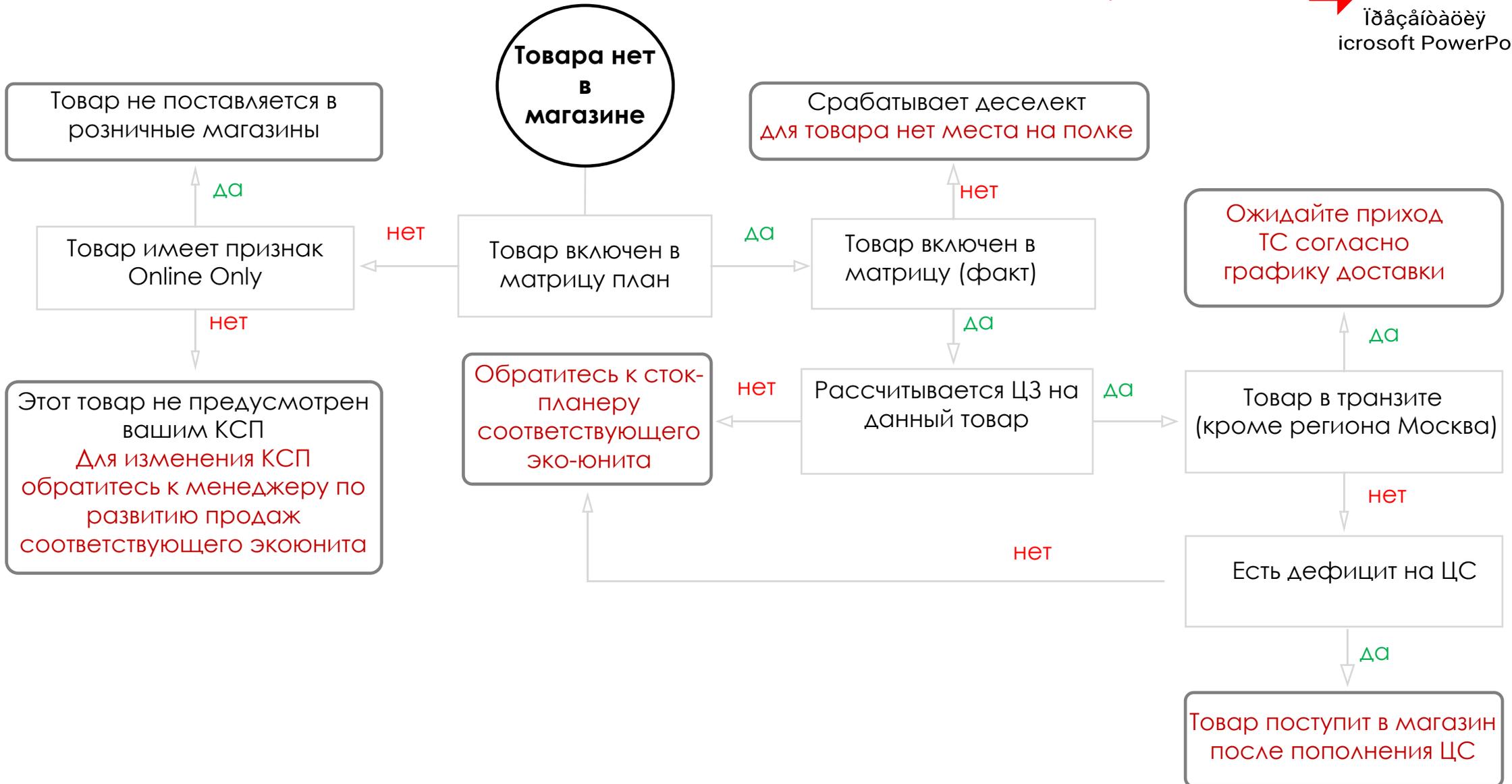
- выбрать товары, присутствующие на стоке магазина
- выбрать товары, не включенные в матрицу (план)

Отчет АиН. Дерево решений для случая «Товар отсутствует в магазине»

ИНСТРУКЦИЯ АиН ТУТ



Индикация
Microsoft PowerPoint



Дерево решений, если «товара слишком много»



* Запрос на установку стоп-листа делается директором магазина с указанием групп, сроков и причин остановки поставок

Зоны ответственности ОВТЗ

Управление по возобновлению товарного запаса и развитию цепочек поставок

Руководитель управления по возобновлению товарного запаса и развитию цепочек поставок	Светлана Семенова	svetlana.semenova@mvideo.ru
---	-------------------	--

Отдел по возобновлению товарного запаса

Руководитель отдела по возобновлению товарного запаса	Александр Карасев	Aleksandr.Karasev@mvideo.ru
---	-------------------	--

Экострим	Экоюнит	Категории	сток-планер	электронная почта
Consumer Electronics Старший сток-планер Наталья Горбатых	Кино и Звук	Телевизоры/Муз. центры/Hi-Fi/Видео тех./Авто. тех.	Михаил Бунин	Mikhail.Bunin@mvideo.ru
	Дом и Забота о	Стиральные машины/ Климат	Оксана Ткачева	oksana.tkacheva@mvideo.ru
		Уход за телом/ Уход за одеждой/ Пылесосы	Елена Островерхова	elena.ostroverkhova@mvideo.ru
	Кухня	Холодильники/ Микроволновые печи	Наталья Горбатых	Natalya.Gorbatykh@mvideo.ru
Встраиваемая тех./Плиты/Посудомоечные маш. Кухонная техника/ Приготовление кофе		Мария Ратникова	Mariya.Ratnikova@mvideo.ru	
Digital Старший сток-планер Максим Медынцев	Домашний офис и фото	PC Мониторы/Акс. для Apple/Компьютеры(в т.ч. Apple)/МФУ, принтеры, оргтех./Ост. цифровая тех.	Евгений Полонский	Evgeny.Polonsky@mvideo.ru
		Акс. для компьютеров/Акс. для фото и видеокамер/Накопители инф./ПО Дом. офис/Фото и Видеокамеры	Александр Авксентьев	Aleksandr.Avksentyev@mvideo.ru
	Гаджеты и развлечения	Гаджеты/Наушники/Портативная акустика /Смартчасы	Анна Ниценко	Anna.Nitsenko@mvideo.ru
		Аудио/видео диски/Видеоигры/Игр. приставки и акс./Ост. развлечения/ПО Гаджеты и развлечения/Радиостанции/Эл. книги	Михаил Жалеико	Mikhail.Zhaleyko@mvideo.ru
	Телеком	Акс. для мобильной техники Apple/Мобильные тел./Планшетные компьютеры/Портативные плееры	Максим Медынцев	maksim.medyntsev@mvideo.ru
		Мобильные тел./Планшетные компьютеры/Портативные плееры/Тел., факсы	Арина Лукашева	Arina.Lukasheva@mvideo.ru
Accessories Старший сток-планер Егор Мазин	Аксессуары	Аксессуары для компьютеров	Егор Мазин	Egor.Mazin@mvideo.ru
		Аксессуары для смартфонов и телефонов(не Apple)/ Внешние аккумуляторы/Карты памяти/ Аксессуары для ТВ	Сергей Гуркин	Sergey.Gurkin@mvideo.ru
		Аксессуары для дома /Аксессуары для ухода за одеждой/Хоз. товары/Источники пит.	Лев Нагорнов	Lev.Nagornov@mvideo.ru
		Посуда / Кухонная утварь/ Аксессуары для кухонной техники	Анна Гришкова	Anna.Grishkova@mvideo.ru

Отчет на наполнение витрины и представленность товара (R 82)

M Наполнение витрины и представленность товара

Подсказки

Доступные варианты подсказки

Сводка подсказок

- * 001 Начало периода 01.06.2021
- * 002 Окончание периода 21.06.2021
- 010 КБГ Accessories
- 011 Категория
- 012 Планнейм
- 013 Группа
- 014 Материал
- 015 Подкатегория
- 016 Дивизион SAP
- 017 Бренд
- 018 Экострим
- 019 Экоюнит Гаджеты и развлечения
- 110 <ИЛИ> Дивизион ASM
- 112 <ИЛИ> Регион
- 113 <ИЛИ> ASM
- 114 <ИЛИ> Город
- 115 <ИЛИ> Логистический регион
- 120 <ИЛИ> Магазин A115 EL: М-н № A115, Смоленск
- 150 <И> Логистический тип магазина
- 000 Бренд Сафмар Ритейл E

000 Бренд Сафмар Ритейл (не обязательно)

Введите значения

Обновить значения

Бренд Сафмар Ритейл	Бренд Сафмар Ритейл Текст
C	ОБЩИЕ
E	ЭЛЬДОРАДО
M	M.ВИДЕО

22 июня 2021 г. 18:12:06 GMT+03:00

Отчет позволяет узнать:

- Корректность назначенного КСП в рамках посадочных мест.
- Наполненность витрины на конкретный период времени.
- Отследить слабо наполняемые группы и создать ручные заказы через сток планеров.
- Отследить количество неактивного ассортимента.

Отчет на наполнение витрины и представленность товара (R 82)

		22.2021									
Магазин :ID	Материал: Группа Текст	Наполненность посадочных мест, %	Представленность товара по матрице, %	Кол-во посадочных мест	Кол-во мест под активный ассортимент	Кол-во мест под неактивный ассортимент	Кол-во наименований по матрице план (на остатке магазина)	Кол-во наименований по матрице факт (на остатке магазина)	Кол-во наименований на остатке	Использование активных посадочных мест по матрице, %	
A115	Геймпад для PS5	100,00%	100,00%	1	1	0	1	1	1	100,00%	
A115	Геймпад для Xbox	66,67%	66,67%	3	3	0	3	2	2	66,67%	
A115	Камера для PS5	100,00%	100,00%	1	1	0	1	1	1	100,00%	

Отчет позволяет узнать:

- Корректность назначенного КСП в рамках посадочных мест.
- Наполненность витрины на конкретный период времени.
- Отследить слабо наполняемые группы и создать ручные заказы через сток планеров.
- Отследить количество неактивного ассортимента.

Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

1.Заказ промопозиций через сап

Для магазинов Эльдорадо в SAP Portal стал доступен инструмент ПРОМО-2 с его помощью можно наполнить:

- Корзины
- Промо-места
- Паллеты

Категорийный менеджер определяет:

- Какие SKU можно заказать
- Глубину наполнения (он указывает минимальное и максимальное количество, которое директор магазина может заказать в портале)
- В списках ПРОМО-2 могут быть товары, не включенные в матрицу вашего магазина, поэтому вы должны понимать, что если магазин так переполнен неактивом, то эти товары будут мешать регулярному пополнению матричным товаром
- Выбранный товар будет участвовать в пополнении до конца периода, внести изменения на портал будет не возможно
- Весь выбранный по ПРОМО-2 товар необходимо принимать в полном объеме
- В период действия Промо-каталога товар отгружается по промо-плану, а не по количествам из ПРОМО-2, т.к. он является более приоритетным

Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

1.Заказ промопозиций через сап

Заказ Промо-2 на следующий месяц

Менеджер Коммерческой Дирекции заливает списки в SAP-портал, Директор делает заказ на следующий месяц. Директор может сделать заказ в рамках «коридора» (минимум-максимум), который определила коммерческая дирекция. Например, Категорийный Менеджер указал по телевизору (из примера ниже) минимальное количество – 3, максимальное – 12, то Директор может выбрать, например, 5, 8 или другое количество на свое усмотрение в зависимости от наличия места в магазине. Если необходимости в данном SKU нет, то не надо ничего заполнять

3 недели до Промо-2	2 недели до Промо-2	1 неделя до Промо-2	1-я неделя Промо-2	2-я неделя Промо-2	3-я неделя Промо-2	4-я неделя Промо-2*
в портал внесен список и определены количества мин/макс (КМ)	в "SAP Portal" внесено количество к пополнению Промо-2 (директор магазина)	начало пополнения в магазины с большим LT	пополнение Промо-2	пополнение Промо-2	пополнение Промо-2	

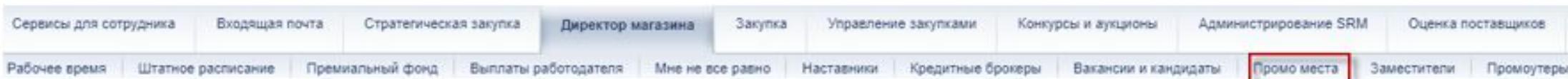
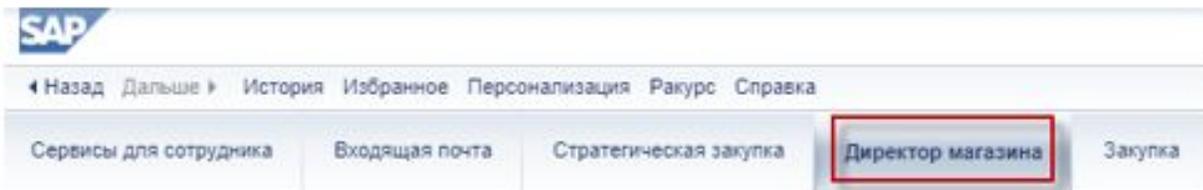


Не каждое промо доступно в сап, это решает категорийный менеджер.

Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

1.Заказ промопозиций через сап



В появившемся окне выбираем «Открытый период», в поле «Кол-во для промо зон» ставим значение в интервале от значения поля «Минимум» до значения поля «Максимум».

Если необходимости в доп.товаре нет, то ячейка должна остаться пустой
После всех действий нажимаем «Сохранить».

The screenshot shows the 'Управление промо местами' (Manage Promo Spots) screen. The 'Сохранить' (Save) button is highlighted with a red box. The screen displays a table with columns: 'Материал', 'Название', 'ГрMaterialno', 'Название', 'ПоследнееИзмен', 'Магазин', 'Минимум', 'Кол-во для промо зон', and 'Максимум'. The 'Кол-во для промо зон' column is highlighted with a red box. The table contains several rows of data for different TV models.

Материал	Название	ГрMaterialno	Название	ПоследнееИзмен	Магазин	Минимум	Кол-во для промо зон	Максимум
10010660	TV LG 43LH570V	107090302				4	0	20
10010512	TV Samsung UE32J5205AK	107090204				4	0	20
10009965	TV Sony KDL-32WD603	107090204				4	0	20
10009099	TV Samsung UE40J5200AU	107090302				4	0	20
10006895	TV Samsung UE32J4500AK	107090204				4	0	20
10007817	TV Samsung UE28J4100AK	107090702				4	0	20

При возникновении вопросов, обращайтесь к сток-планеру соответствующего Эко-Юнита

Дополнительные инструменты пополнения М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

Для быстрого вывода неактивных товаров из магазина, в трейде есть возможность установить на эти товары атрибут “Успей купить”.

ТЕЛЕВИЗОР
LG OLED65C7V

ЭКРАН	65"/3840x2160 Пикс	
ТЕХНОЛОГИЯ OLED	Да	
ПОДДЕРЖКА SMART TV	Да	
ТЕХНОЛОГИЯ HDR	Да	
МАСШТАБИРОВАНИЕ ДО 4K ULTRA HD	Да	
ПОДДЕРЖКА WI-FI	Да	
ЦИФРОВОЙ ТЮНЕР DVB	T2/C/S2	

#ЭльдоSALE ~~132 999~~₽

УСПЕЙ КУПИТЬ

66 500₽

71346007
22.09.2020

ТЕЛЕВИЗОР
LG OLED65C7V

ЭКРАН	65"/3840x2160 Пикс	
ТЕХНОЛОГИЯ OLED	Да	
ПОДДЕРЖКА SMART TV	Да	
ТЕХНОЛОГИЯ HDR	Да	
МАСШТАБИРОВАНИЕ ДО 4K ULTRA HD	Да	
ПОДДЕРЖКА WI-FI	Да	
ЦИФРОВОЙ ТЮНЕР DVB	T2/C/S2	

ЦЕНА БЕЗ КАРТЫ:
66 500₽

УСПЕЙ КУПИТЬ

ЦЕНА ПО КАРТЕ **56 525**₽

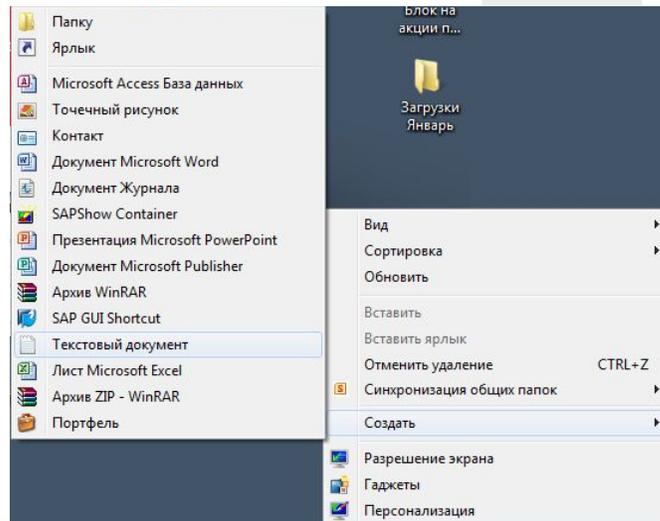
71346007
22.09.2020

Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

1. ЕЖЕНЕДЕЛЬНО, НА ФТП ПО АДРЕСУ \\CO\DFS-CO\FTP\DRP\REPORT\ОСТАТКИ\!ПРОЕКТ ДЕСЕЛЕКТ, ВЫКЛАДЫВАЕТСЯ ОБНОВЛЕННЫЙ ЗАПАС НЕКАТЕГОРИЙНОЙ МАТРИЦЫ В КСП ТОВАРНЫХ ГРУПП СО СТАТУСОМ ДЕСЕЛЕКТА. ОТЧЕТ ДОСТУПЕН С РАЗБИВКОЙ ПО ДИВИЗИОНАМ.
2. ДИРЕКТОРУ ЕЖЕНЕДЕЛЬНО, **НЕОБХОДИМО** ЗАГРУЖАТЬ СПИСОК НЕКАТЕГОРИЙНЫХ ТОВАРОВ, (ОТНОСЯЩИЙСЯ К ЕГО МАГАЗИНУ) В СПЕЦИАЛЬНО ОТВЕДЕННЫЙ ДЛЯ ЭТОГО **РА_ LIST99 5. НЕКАТЕГОРИЙНЫЙ ТОВАР** В TRADE SERVICE ПО СЛЕДУЮЩЕЙ ИНСТРУКЦИИ:
 1. СОЗДАТЬ НА РАБОЧЕМ СТОЛЕ ПУСТОЙ ТЕКСТОВЫЙ ДОКУМЕНТ (БЛОКНОТ).

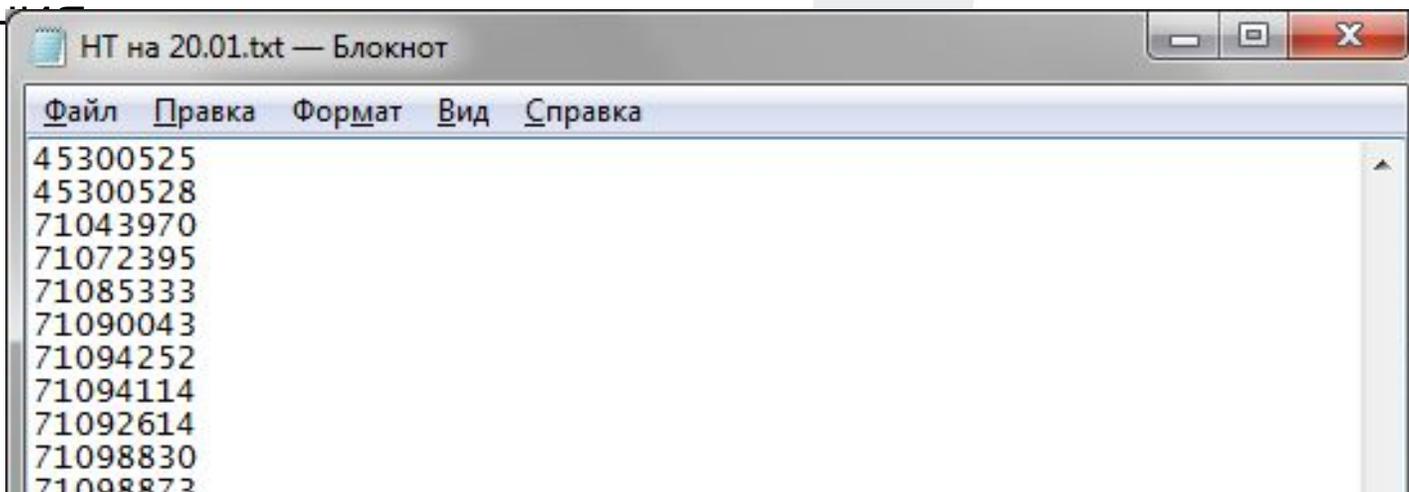


Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

1. ДАЛЕЕ В ТАБЛИЦЕ, ЗАГРУЖЕННОЙ С FTP, ОТФИЛЬТРОВАТЬ ОСТАТКИ НЕКАТЕГОРИЙНЫХ ТОВАРОВ ПО SAP НОМЕРУ СВОЕГО МАГАЗИНА.
2. ВЫДЕЛИТЬ ТОЛЬКО НОМЕНКЛАТУРЫ ДАННЫХ ТОВАРОВ В ТАБЛИЦЕ (ОТНОСЯЩИЕСЯ К ВАШЕМУ МАГАЗИНУ) И СКОПИРОВАТЬ (НАЖАВ КОМБИНАЦИЮ НА КЛАВИАТУРЕ CTRL+C)
3. ОТКРЫТЬ, РАНЕЕ СОЗНАННЫЙ НА РАБОЧЕМ СТОЛЕ ТЕКСТОВЫЙ ФАЙЛ, ВСТАВИТЬ В НЕГО НОМЕНКЛАТУРЫ (НАЖАВ КОМБИНАЦИЮ НА КЛАВ. CTRL+V), ЗАКРЫТЬ ФАЙЛ СОХРАНИВ ИЗМЕНЕНИЯ



Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

5. ПО ВЕТКЕ В TRADE SERVICE: НАСТРОЙКА > СИСТЕМНЫЕ НАСТРОЙКИ ОТКРЫТЬ УТИЛИТУ «НАЗАЧЕНИЯ НОМЕНКЛАТУРЫ»

The screenshot shows the 'Trade Service' application window. On the left, a tree view under 'System Settings' is expanded to 'Assignments of nomenclature'. The main area displays a table with columns for 'Code', 'Name', and 'Quantity of goods in assignment'. A context menu is open over the row with code 'RA_LIST87' and name '5. НЕКАТЕГОРИЙНЫЙ ТОВАР'. The menu options include 'Create', 'Change', 'Delete', 'Refresh', 'Export to file...', and 'Table parameters'. The 'Change' option is highlighted.

Код	Наименование	Кол-во товаров в назначении
RA_LIST75	2. Товар доступный в кредит 0% на 24 мес	795,00
RA_LIST76	2. Товар доступный в кредит 0% на 36 мес	0,00
RA_LIST77	2. Субсидированное оборудование	14,00
RA_LIST78	8. 19 Эльдо-Карт на 16 000 ИМ	0,00
RA_LIST79	8. 21 Эльдо-Карты на 18 000 ИМ	0,00
RA_LIST80	8. 24 Эльдо-Карты на 20 000 ИМ	0,00
RA_LIST81	9. Призы для побед. соревн. «Новогодний Джекпот»	18,00
RA_LIST82	Малоценка для ПДС	26 771,00
RA_LIST83	Стандартные установки	22,00
RA_LIST84	5. Газета №1 (07.01-20.01)	143,00
RA_LIST85	5. Газета №	0,00
RA_LIST86	9. Товар для победителей соревнований ЧТ	0,00
RA_LIST87	5. НЕКАТЕГОРИЙНЫЙ ТОВАР	0,00
RA_LIST88	5. Топ - 100	267,00
RA_LIST89	5. Хит продаж	510,00
RA_LIST90	7. Товар в кредит 0%	239,00
RA_LIST91	7. Услуги в беспроц	50,00
RA_LIST92	7. Услуги в беспроц	328,00

6. НАЙТИ В ОТКРЫВШЕМСЯ СПИСКЕ НАЗНАЧЕНИЙ НОМЕНКЛАТУРЫ, RA_LIST87 5. **НЕКАТЕГОРИЙНЫЙ ТОВАР**, НАЖАТЬ НА НЕМ ПРАВОЮ КНОПКУ МЫШИ, В ВЫПАВШЕМ МЕНЮ НАЖАТЬ «ИЗМЕНИТЬ».

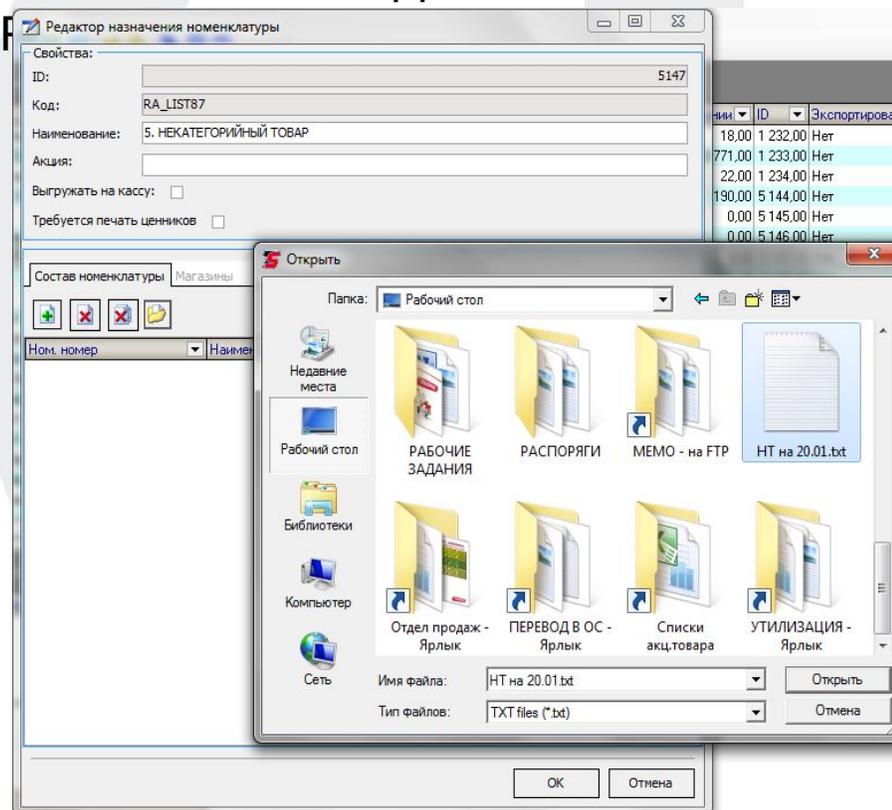
Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

7. В ОТКРЫВШЕМСЯ ОКНЕ: «РЕДАКТОР НАЗНАЧЕНИЯ НОМЕНКЛАТУРЫ»,
НАЖАТЬ КНОПК  ЕСЛИ ОНА ДОСТУПНА (ЕСЛИ ОТСУТСТВУЕТ - СМ.ПУНКТ 8).

8. ДАЛЕ НАЖАТЬ КНОП  НАЙТИ И ВЫБРАТЬ РАНЕЕ СОЗДАННЫЙ ТЕКСТОВЫЙ ФАЙЛ С
НОМЕНКЛАТУРАМИ И НАЖАТЬ КНОПКУ «ОТКР

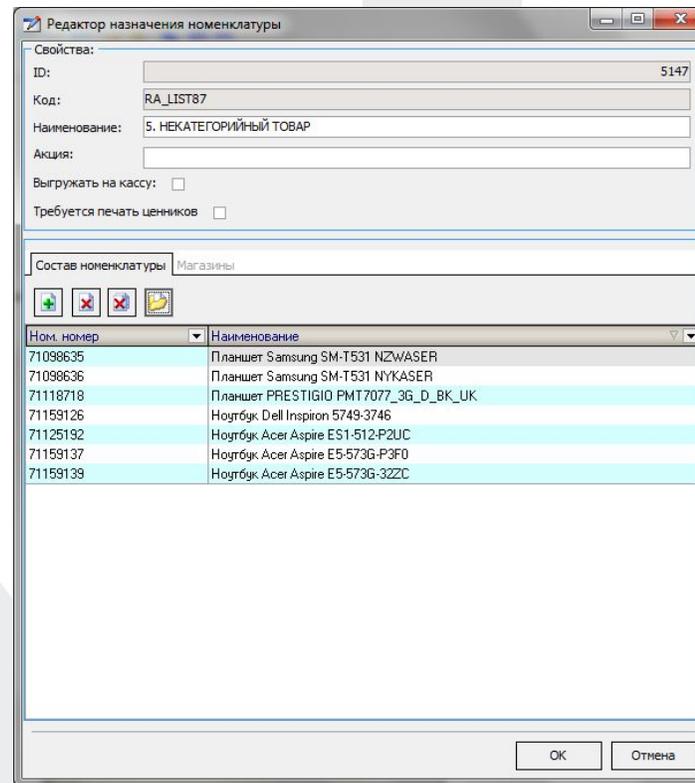


Дополнительные инструменты пополнения магазина:

М.ВидеоЭльдорадо

2. Работа с деселектом.

9. ЕСЛИ В ОКНО ПРОГРУЗИЛАСЬ ИНФОРМАЦИЯ, ЗНАЧИТ ВЫ ВСЕ ПРАВИЛЬНО СДЕЛАЛИ.
МОЖНО НАЖАТЬ «ОК» И ДАЛЕЕ РАСПЕЧАТАТЬ ЦЕННИКИ НА ТОВАРЫ ИЗ RA_LIST87 5.
НЕКАТЕГОРИЙНЫЙ ТОВАР



A diagram featuring several overlapping circles. A large red circle is on the left, and a smaller green circle is on the right. A horizontal line passes through the centers of both circles. A blue bar is on the top left, and a red and green bar is below the text 'М.ВидеоЭльдорадо'.

М.ВидеоЭльдорадо

Ватутин Илья Сергеевич А115
8(915) 656 34 77