

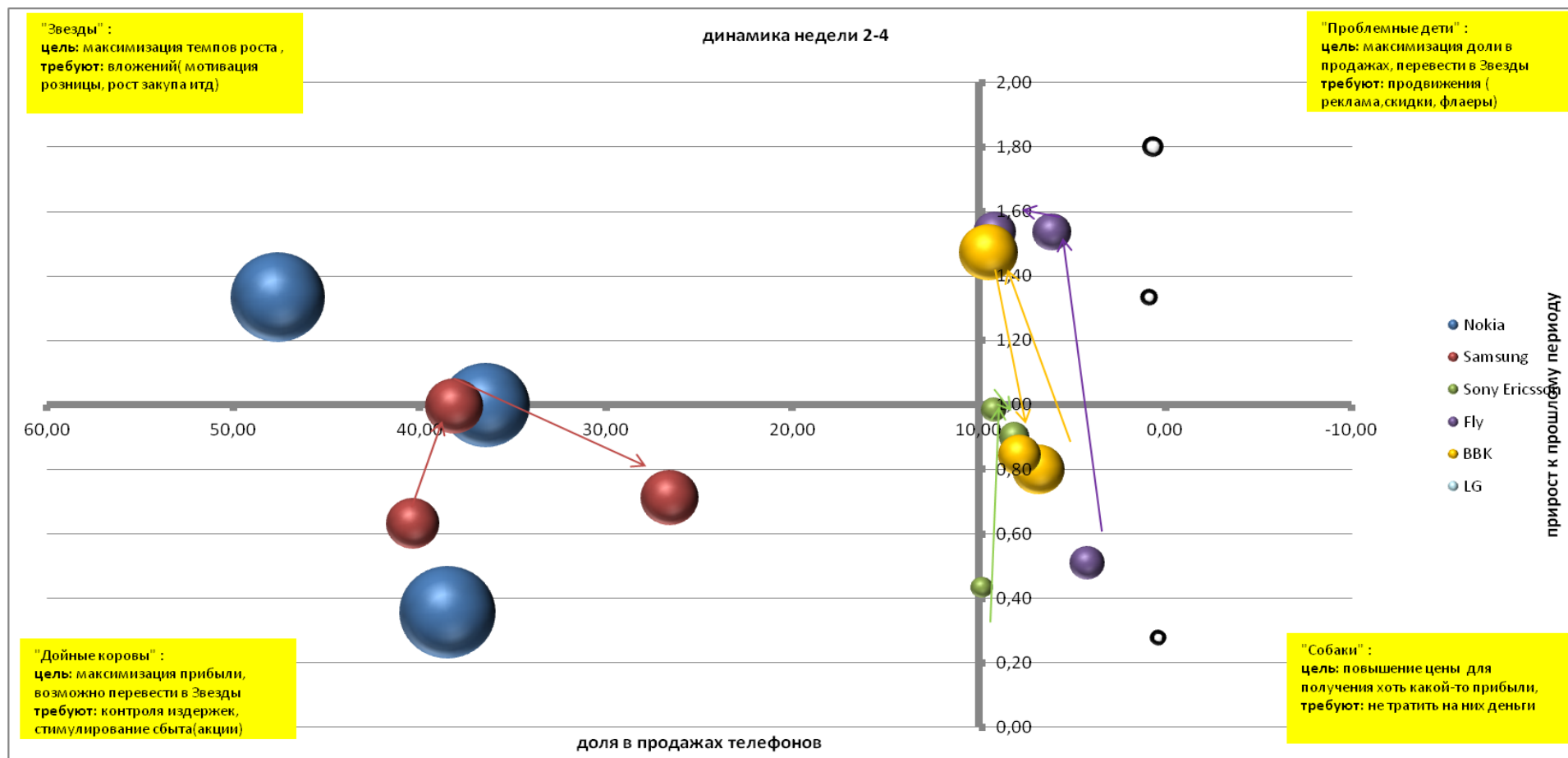
Задача: определение приоритетности в продажах телефонов трех ценовых категорий (дешевые, средние и дорогие) в рамках брендов. Динамическая оценка вклада и потенциала роста целевых товарных групп/подгрупп в объем продаж компании/товарной группы

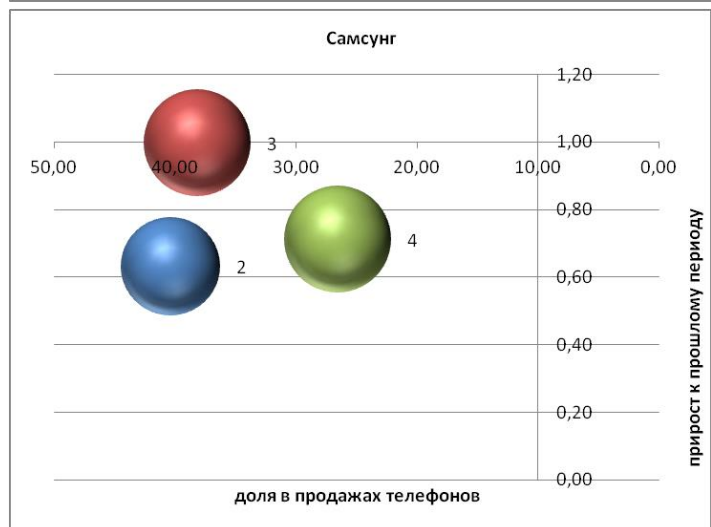
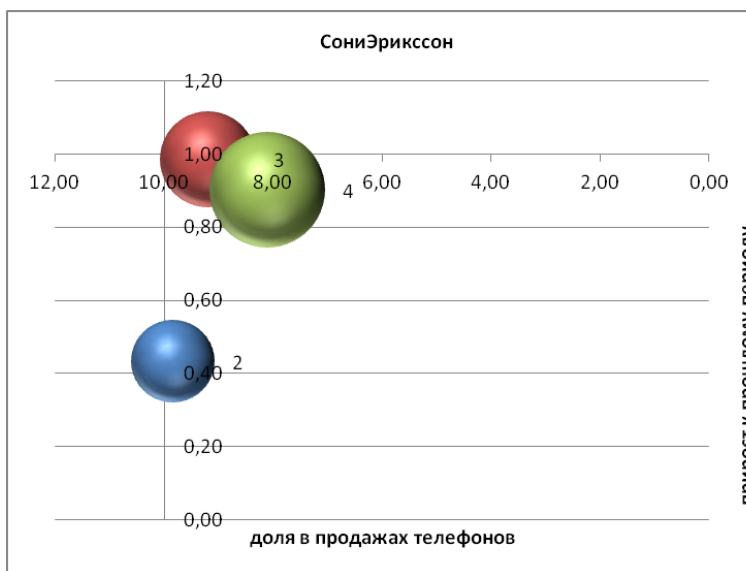
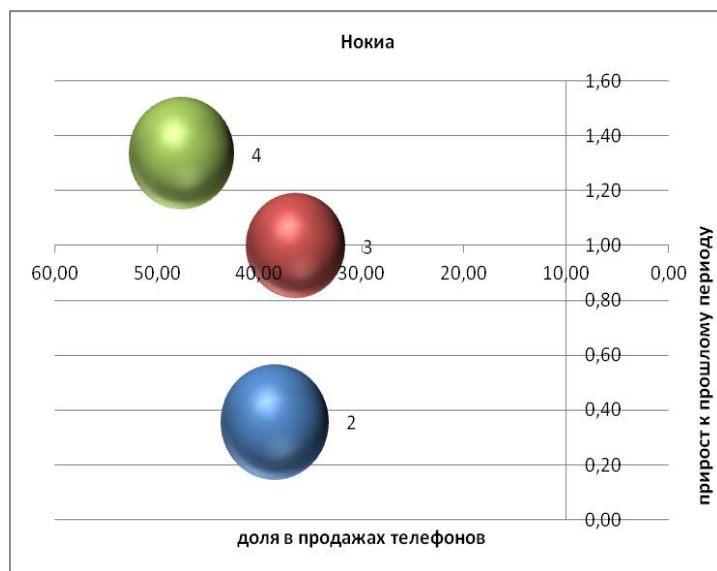


Решение и Фишки: применение Бостонской матрицы (Матрицы BCG)

- ▶ Ось X: доля в объеме продаж компании (рассчитывается как отношение объема продаж продукта к объему продаж всей компании за соответствующий период);
- ▶ Ось Y : темпы роста продаж продукта по отношению к предыдущему периоду (отношение объема продаж данного продукта за текущий период к объему продаж этого же продукта за предыдущий период). В случае если товар не присутствовал в ассортименте компании в прошлом году, рекомендуется темпы его роста принимать за 100%.
- ▶ Точка раздела товаров по темпам роста можно определить как средний темп роста всех продуктов компании за оцениваемый период. Точка раздела товаров по величине доли в объеме продаж определяется путем экспертной оценки, после нанесения на матрицу всех товаров компании.
- ▶ Размер точки, обозначающей товар, отражает вклад данного товара в прибыль компании либо, что оптимально, маржинальный доход на объем от продаж данного товара.

Результат:





Задача: Определение прибыльности целевых товарных групп/подгрупп с помощью отношения вклада в продажи ко вкладу в покрытие затрат на продажи этой группы.

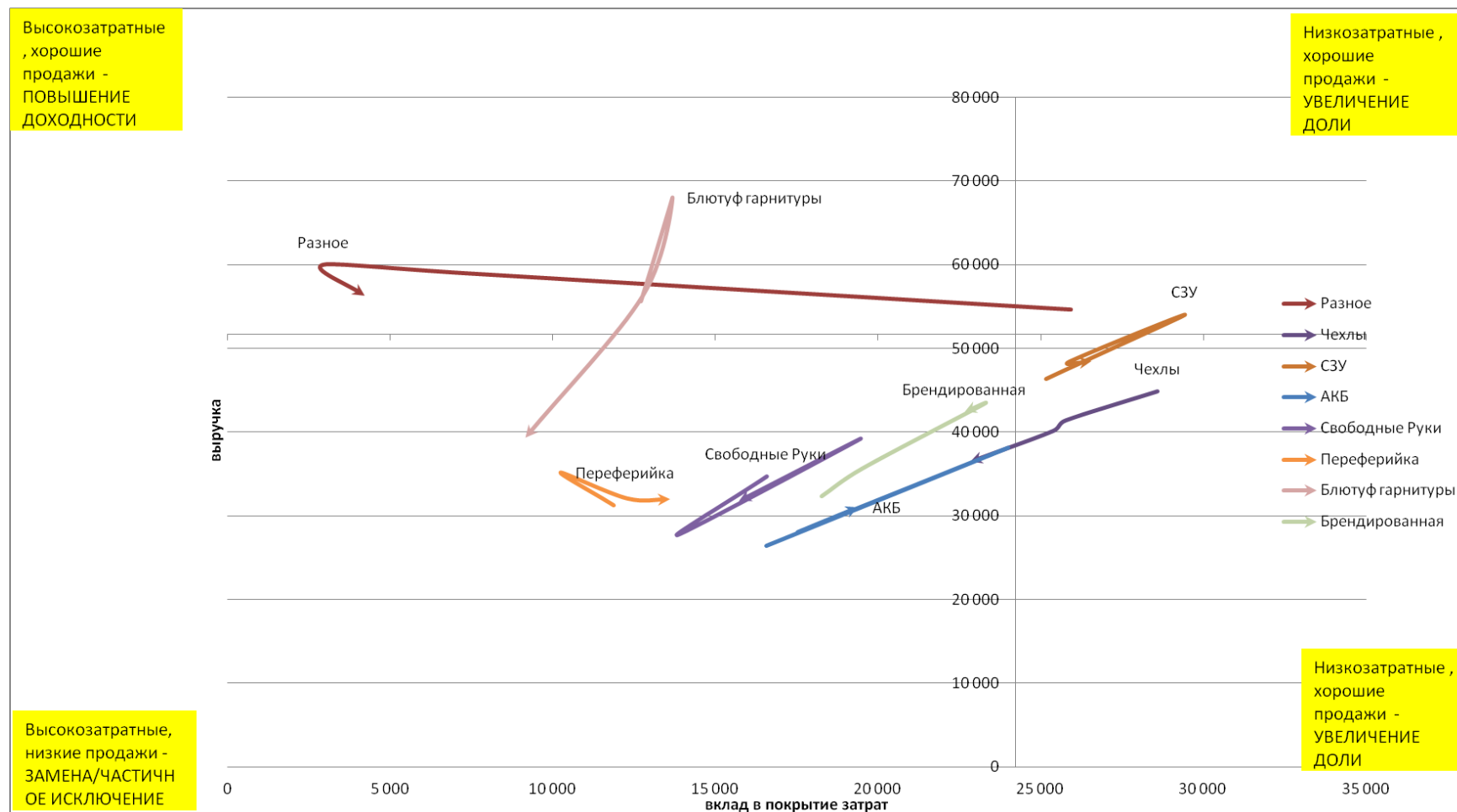


Решение и Фишки: применение матрицы Дибба-Симкина (вклад в покрытие затрат)

- Для анализа используются данные о динамике продаж и себестоимости продукции (включающей только переменные затраты, без учета постоянных затрат).
- На основе соотношения объема продаж в стоимостном выражении и вклада в покрытие затрат товар относится к одной из 4-групп.
- Финансовый вклад в покрытие затрат (МДО) = выручка от реализации – переменные затраты.



Результат:



Задача: объективная чувствительность рынка к изменению цены на товар. Расчет примерного объема продаж телефонов в шт. при определенных ценах Евросети и Связного



Решение и Фишки:

- ✓ Описание регрессионным уравнением зависимости спроса от цен ключевых конкурентов

Результат:

Расчет примерного объема продаж телефонов в шт. при определенных ценах Евросети и Связного

цена	0-1499	1500-2999	3000-4999	5000-8999	9000-11999	12000 и выше
Nokia						
Цена Евросети(вводится)			3500	6400		
Цена Связного(вводится)			3500	6400	10000	18000
Кол-во от цены Евросети(расчет)			84	76		
Кол-во от цены Связного(расчет)			124	6	53	38
Samsung						
Цена Евросети(вводится)		2700	4500		10000	17000
Цена Связного(вводится)					10000	
Кол-во от цены Евросети(расчет)		280	708		4	2
Кол-во от цены Связного(расчет)					8	
SonyEricsson						
Цена Евросети(вводится)			4000	7500	9400	
Цена Связного(вводится)		2600	4000	7500	9400	
Кол-во от цены Евросети(расчет)			23	87	5	
Кол-во от цены Связного(расчет)		17	70	80	8	
LG						
Цена Евросети(вводится)		1700		7500		
Цена Связного(вводится)			4500	7500		
Кол-во от цены Евросети(расчет)		8		25		
Кол-во от цены Связного(расчет)			14	19		

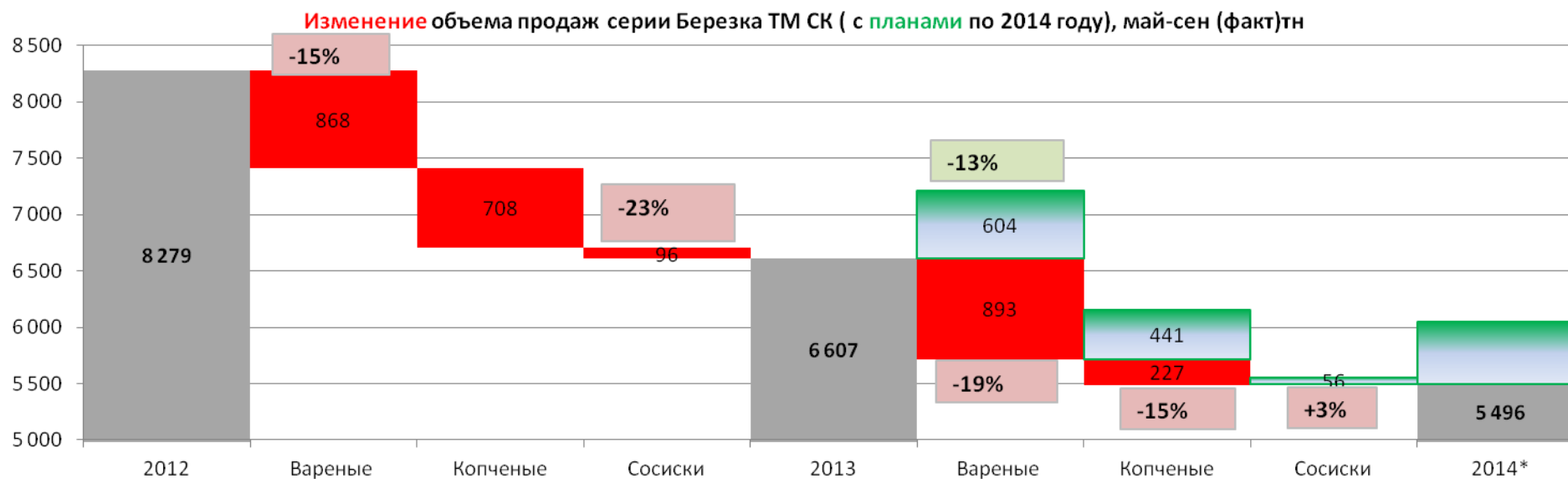
Fly						
Цена Евросети(вводится)						
Цена Свяznego(вводится)			4000			
Кол-во от цены Евросети(расчет)						
Кол-во от цены Свяznego(расчет)			55			

Задача: исследование продуктового каннибализма в условиях проведения ротации ассортимента в серии колбасных изделий



Решение и Фишки:

- ✓ Учет трех ключевых показателей (АКБ, Глубина ассортимента и Off-take)

Результат:


Ключевые показатели дистрибуции серии Березка в регионах успешной ротации

