МЕЛОМАН®

Группа компаний

CONSULTING FOR RETAIL

Управление пространством магазинов. Практика внедрения.

Игорь Василюк
Андрей Шевчук

МЕЛОМАН®

Группа компаний

ГРУППА КОМПАНИЙ МЕЛОМАН

Холдинг Меломан один из крупнейших в Центральной Азии и включает в себя 5 основных бизнес направлений:

MARWIN
Marwin Family Shop

Розничная сеть магазинов товаров для детей

КОМФОРТ

Сеть гипермаркетов товаров для дома и ремонта

МЕЛОМАН

Розничная сеть магазинов домашних развлечений

Entertainment
MELOMAN

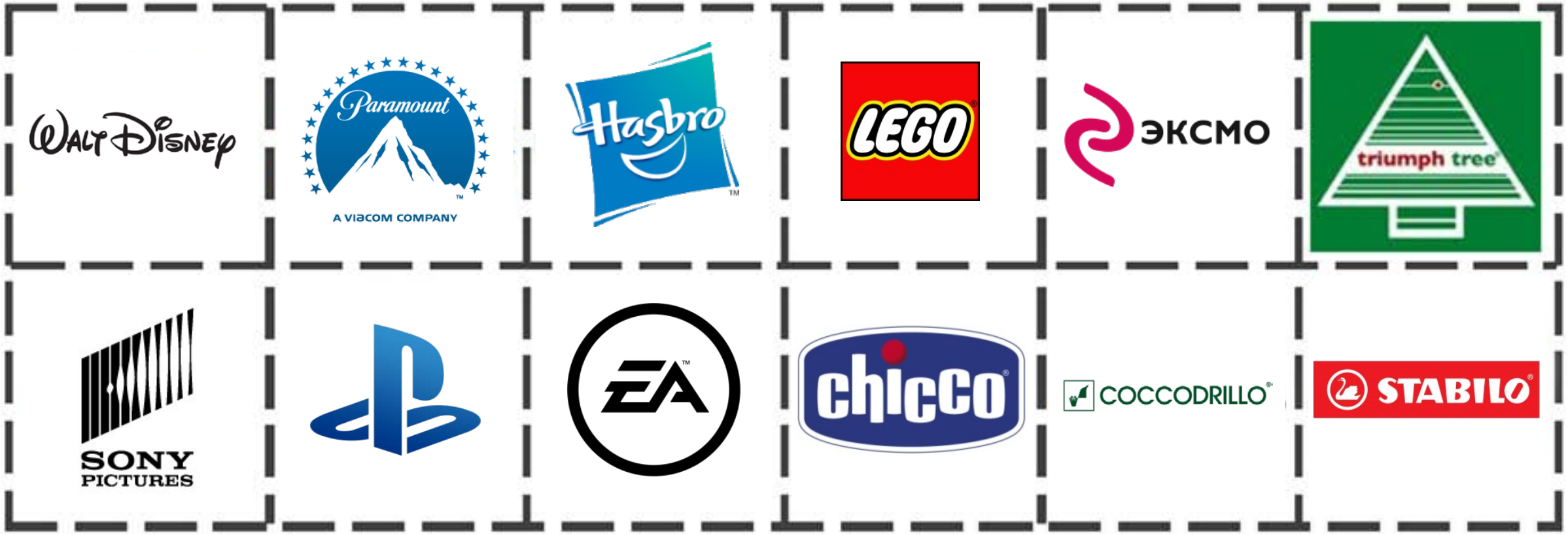
Кинодистрибьюция и управление сетью кинотеатров

МЕЛОМАН Билетное агентство

Распространение билетов на мероприятия

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

МЕЛОМАН®



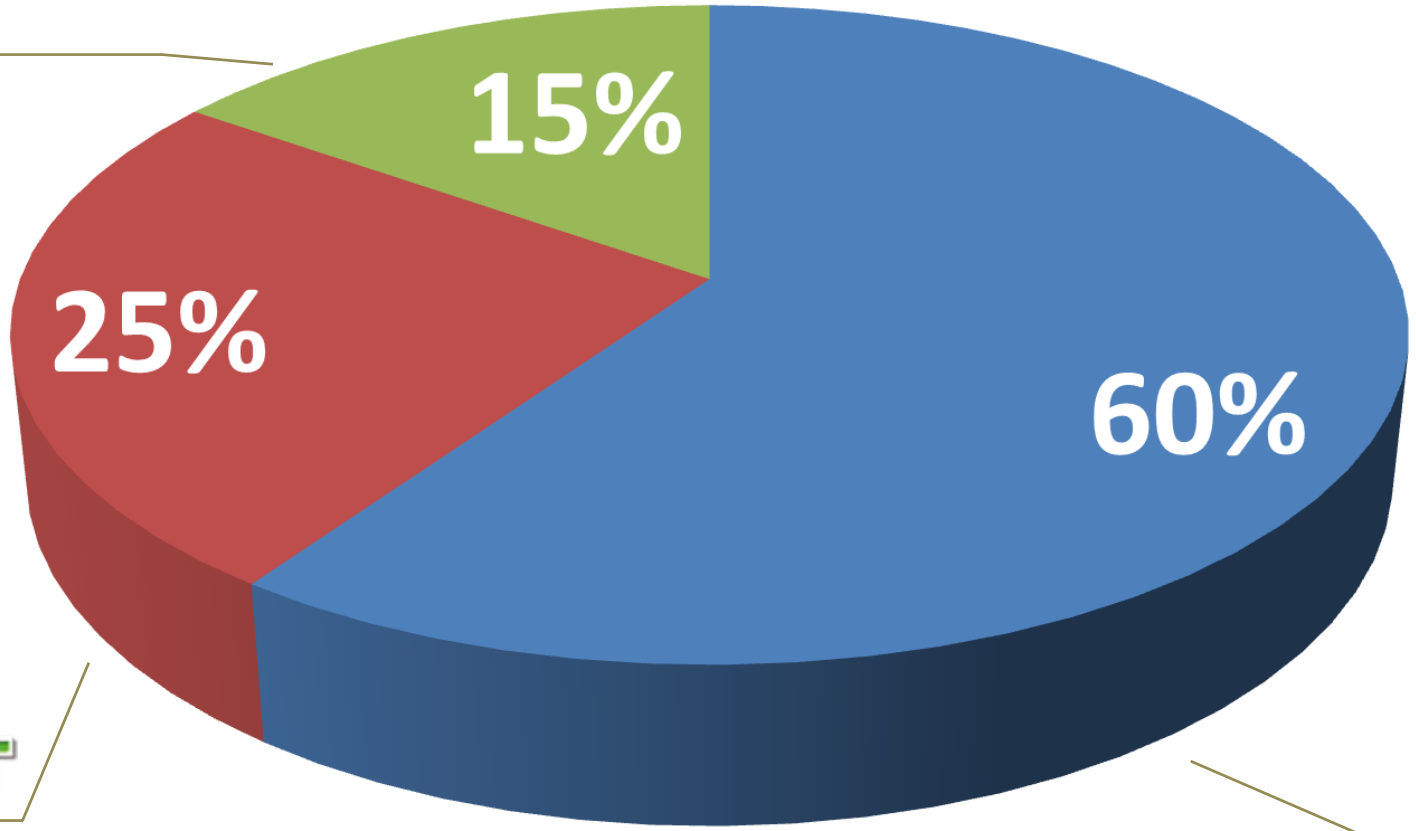
ДОЛИ РЫНКА

МЕЛОМАН®

	65%	Видеоигры	№1 в Казахстане
	15%	Книги	№1 в Казахстане
	35%	**Кинопрокат фильмов** Disney, Sony **и** Paramount **на территории Центральной Азии**	№1 в Казахстане
	1.2%	**Игрушки и сопутствующие товары для детей**	№1 в Казахстане

НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА

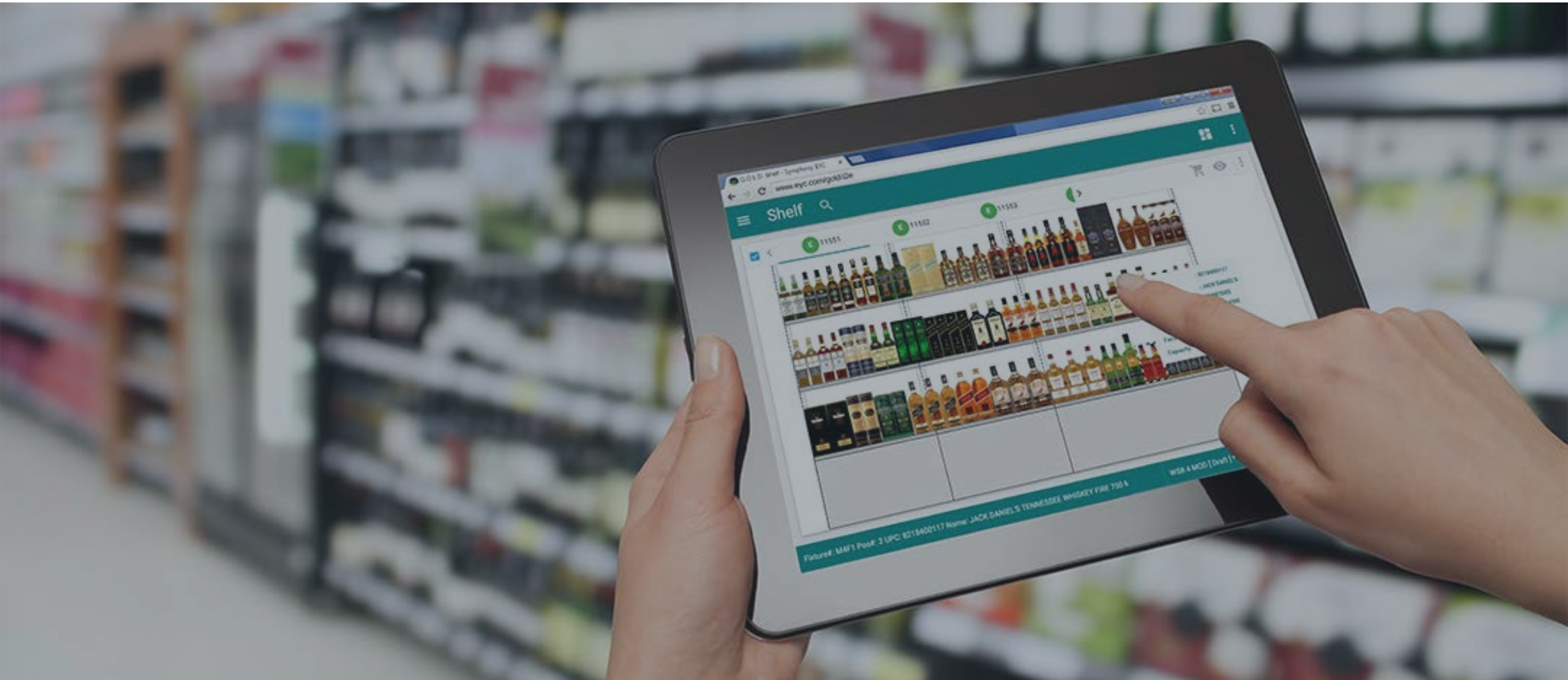
Распределение годового оборота группы компаний МЕЛОМАН



О НАС В ЦИФРАХ

- Количество магазинов - 38
- Общая площадь магазинов - более 40 000 кв.м.
- Количество SKU - более 130 000
- В скольких городах работаем - 14
- Количество сотрудников - более 2 000
- Количество покупателей в день - более 10 000
- Количество посетителей в месяц - более 1 000 000
- Ежемесячная аудитория онлайн-ресурсов - более 2 000 000
- Количество кинотеатров в управлении - 8
- Дистрибуция кинорелизов в год - более 100

О компании Consulting For Retail



Группа компаний

IRCG
INTERNATIONAL RETAIL CONSULTING GROUP

- Business consulting
- Strategic consulting
- Corporate management

CONSULTING FOR RETAIL

- IT consulting
- Functional consulting
- Business SW implementations

Partners

SYMPHONY RETAILL

ORACLE

Microsoft

vmware

NetApp

CISCO

amazon

ULTINOUS RETAIL

CITRIX

Copyright © 2015 Consulting for retail

Направления деятельности

Ценообразование

Прогнозирование и пополнение

Система лояльности

Центральная учетная система

Аналитика

Управление ассортиментом

Логистика

Copyright © 2015 Consulting for retail

География проектов

- ✓ Азербайджан
- ✓ Казахстан
- ✓ Украина
- ✓ Россия
- ✓ Чехия

Copyright © 2015 Consulting for retail

Наши клиенты

CONSULTING FOR RETAIL

МЕЛОМАН
У НАС ИНТЕРЕСНО!

BF GROUP

пчёлка маркет

NOVUS

MARWIN
Marwin Family Shop

magnum cash & carry

КОМФОРТ
для вашего дома

Д
ДИКСИ
Просто. Рядом. По-соседски

WOG

SPAR

Bravo

RLC
LOGISTIC COMPANY

Доступні товари для дому
Червоний МАРКЕТ

Copyright © 2015 Consulting for retail

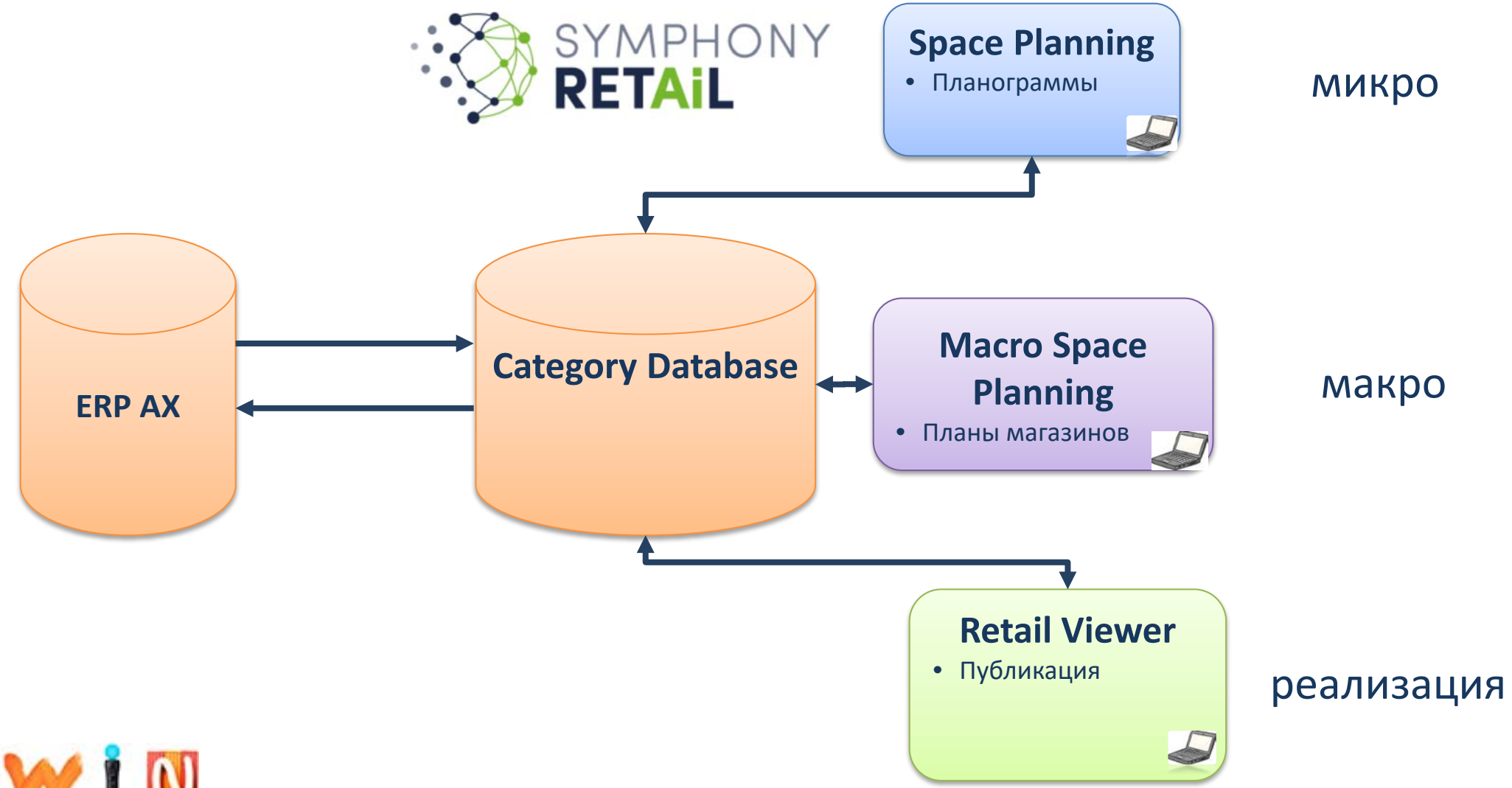
Цели в рамках проекта

- Старт проекта 01.02.2017 году

- Основные цели проекта:
  1. Увеличение продаж с квадратного метра
  2. Контроль ввода ассортимента через размещение на планограмме
  3. Уменьшение «overstock» и «out-of-stock»

Copyright © 2015 Consulting for retail

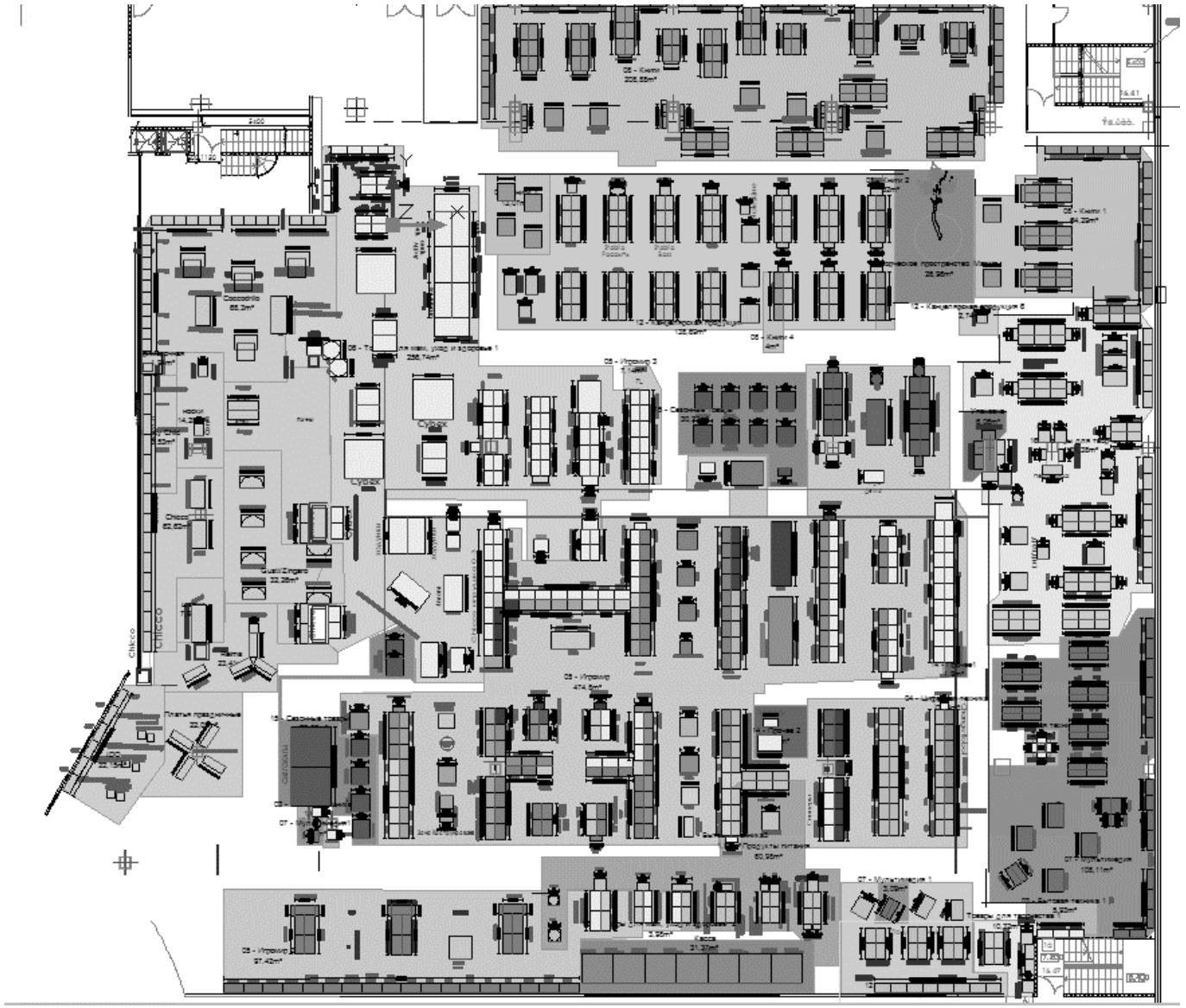
Решения в рамках проекта



Copyright © 2015 Consulting for retail

Решения в рамках проекта Macro Space Planning

- Нанесение торгового оборудования

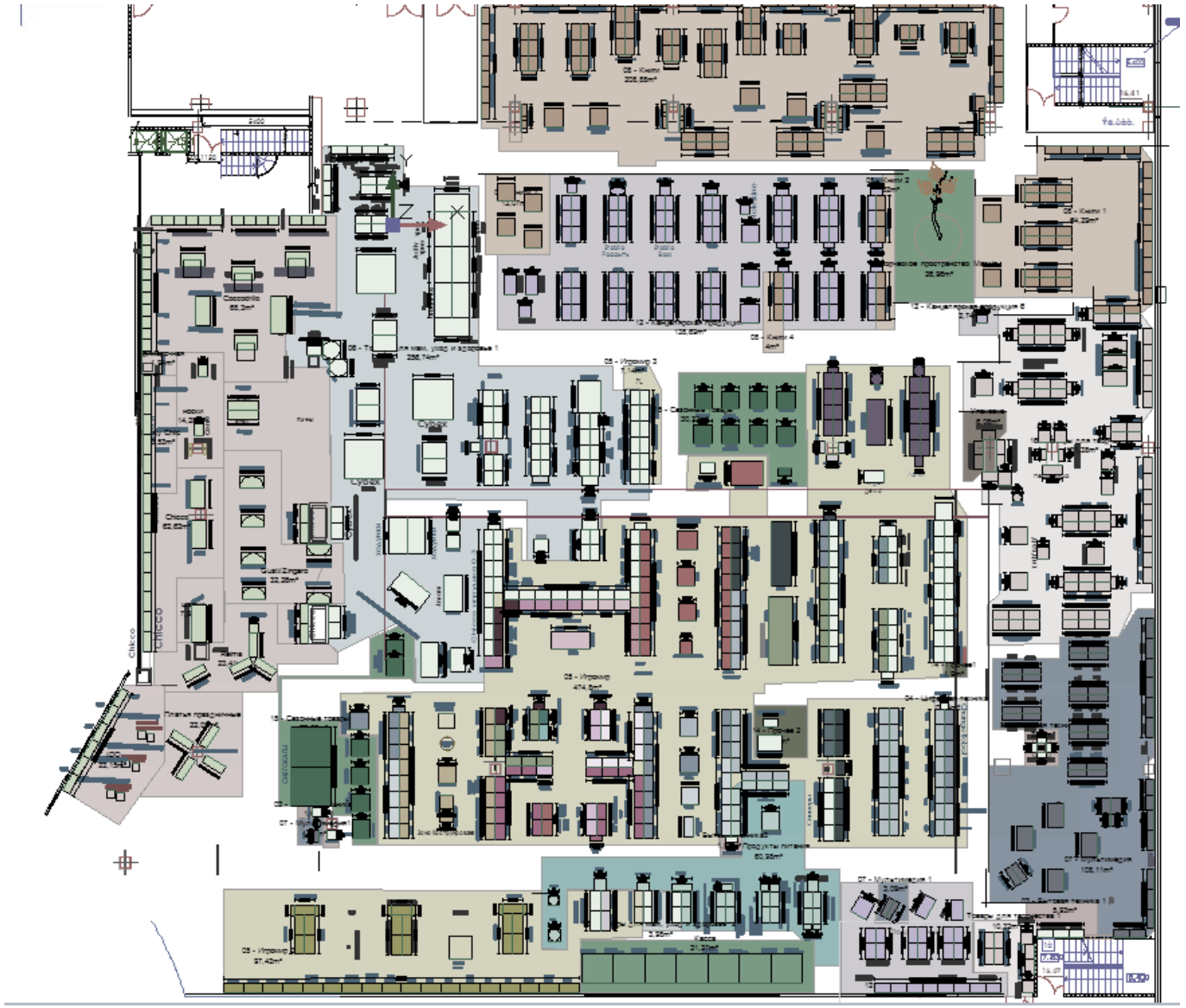


Marwin Family Shop

Copyright © 2015 Consulting for retail

Решения в рамках проекта Macro Space Planning

- Нанесение торгового оборудования
- Нанесение групп товаров на оборудование



Marwin Family Shop

Copyright © 2015 Consulting for retail

Решения в рамках проекта Macro Space Planning

- Нанесение торгового оборудования
- Нанесение групп товаров на оборудование
- Нанесение рабочих областей (отделов)

Copyright © 2015 Consulting for retail

Решения в рамках проекта Macro Space Planning

- Нанесение торгового оборудования
- Нанесение групп товаров на оборудование
- Нанесение рабочих областей (отделов)
- Загрузка данных о продажах

Copyright © 2015 Consulting for retail

Решения в рамках проекта Macro Space Planning

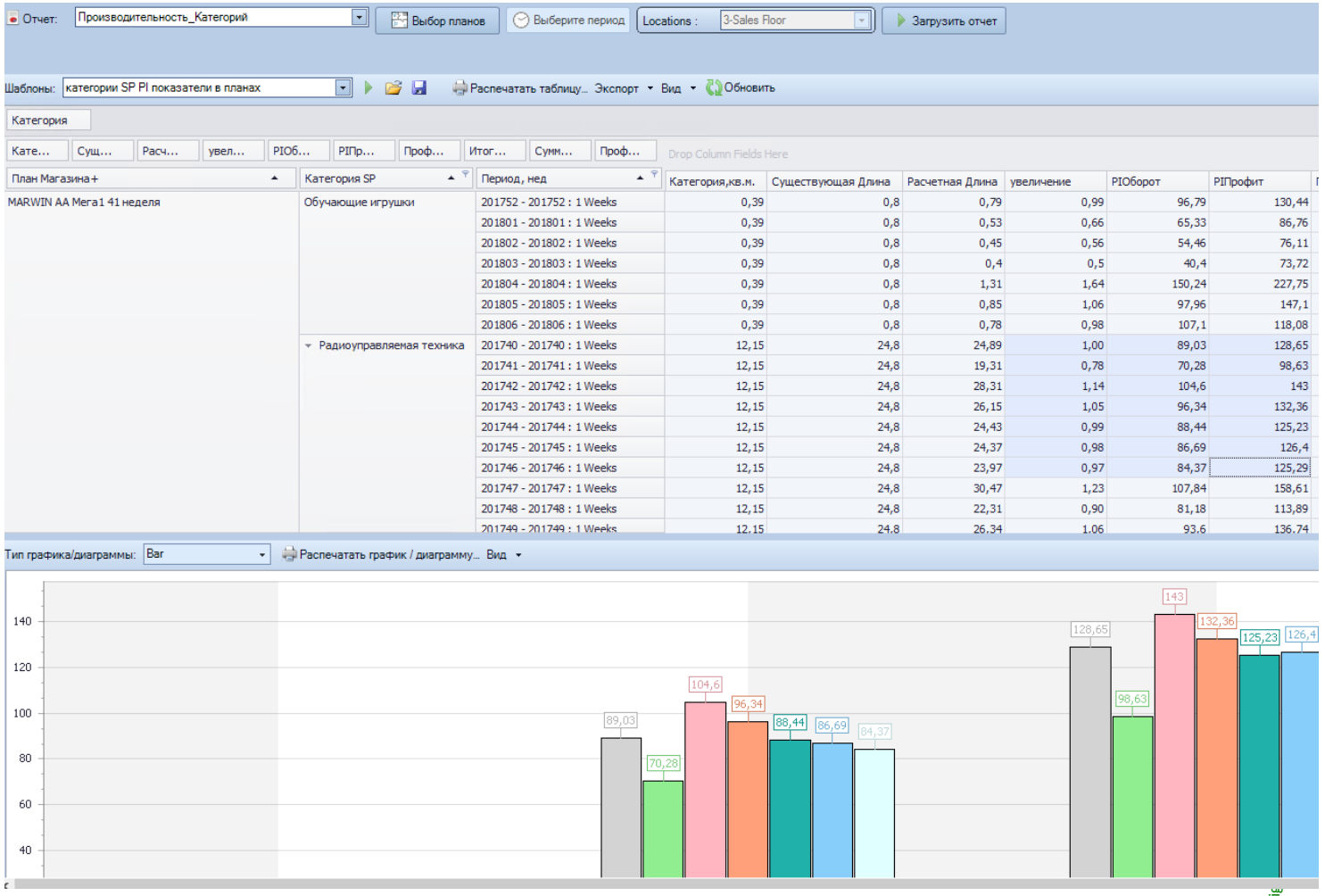
- Нанесение торгового оборудования
- Нанесение групп товаров на оборудование
- Нанесение рабочих областей (отделов)
- Загрузка данных о продажах
- Подсветка горячих и холодных зон

MARWIN Marwin Family Shop

Copyright © 2015 Consulting for retail

Отчетность в рамках проекта Macro Space Planning

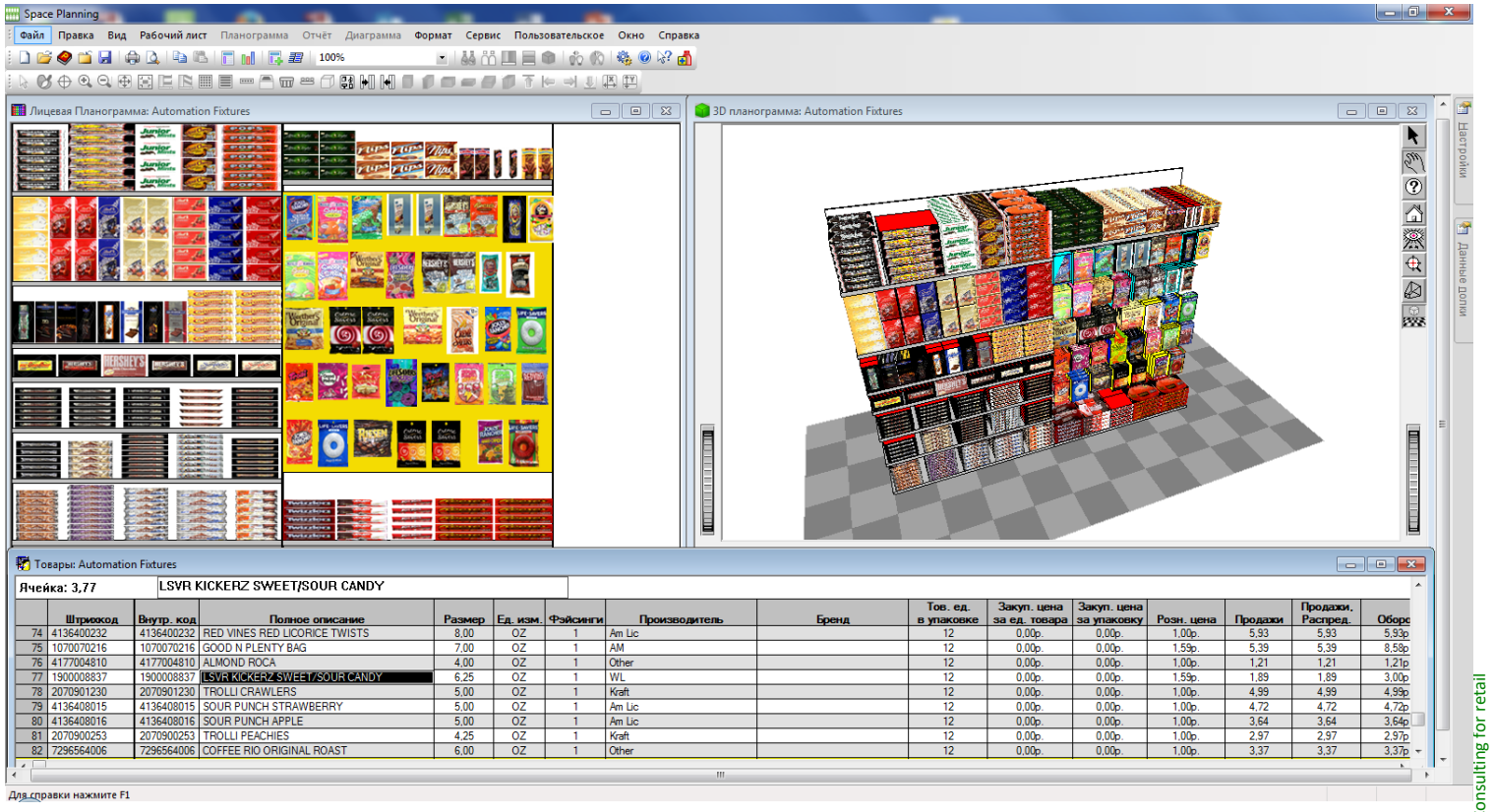
- Продажи с метра
- Оптимизация пространства
- Сравнение производительности категорий по магазинам
- Динамика продаж/выделенного места



Copyrig

Решения в рамках проекта Space Planning

- Создание планограмм выкладки товаров
- Расчет минимальных запасов товаров в по планограммам
- Выделение оптимального пространства для каждого SKU



Copyright © 2015 Consulting for retail

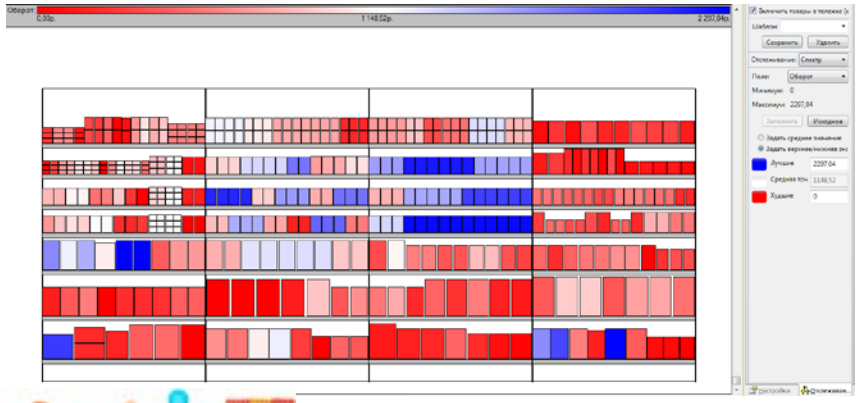
Визуализация Space Planning

Space Planning: подсветки

Товарные группы, сегменты

ABC анализ – 80%; 15%; 5%

Спектр по продажам



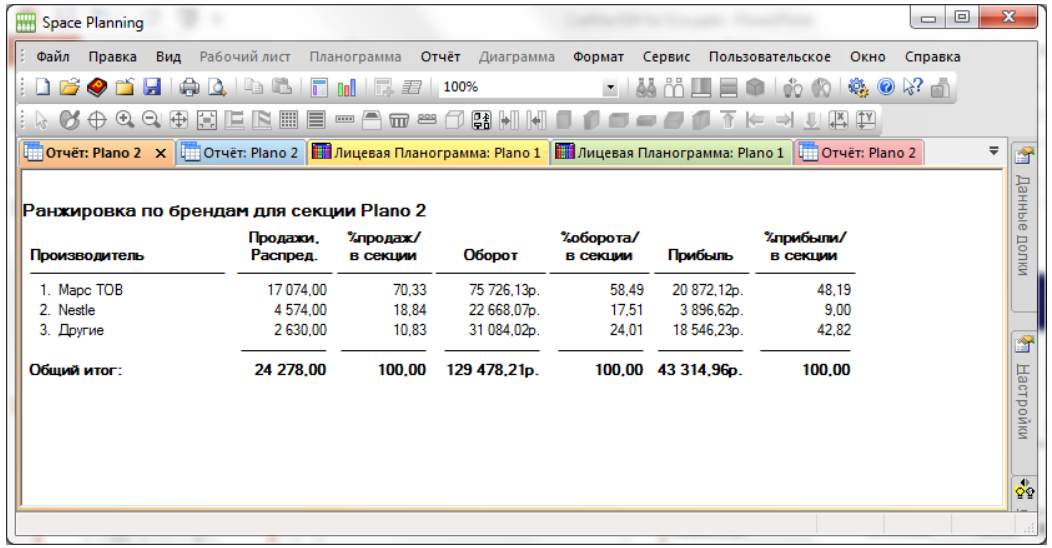
Сравнение оборота и прибыльности

И много других способов визуального анализа

Copyright © 2015 Consulting for retail

Отчетность Space Planning

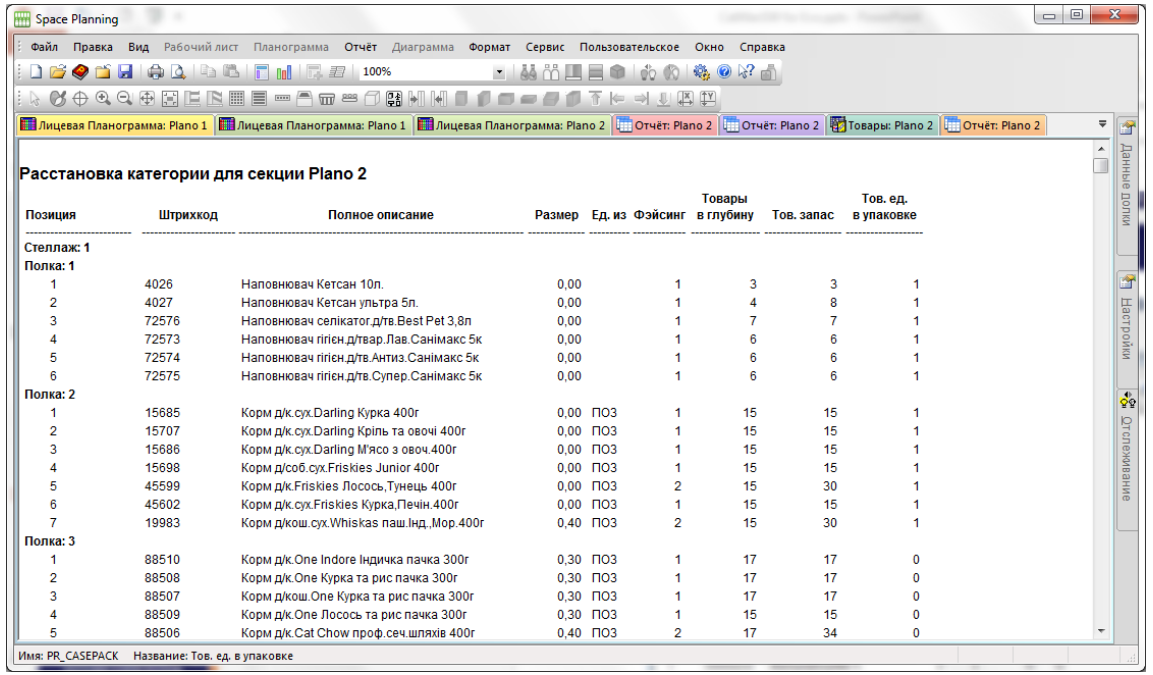
Анализ



Ранжировка по брендам для секции Plano 2

Производитель	Продажи, Распред.	%продаж/ в секции	Оборот	%оборота/ в секции	Прибыль	%прибыли/ в секции
1. Марс ТОВ	17 074,00	70,33	75 726,13р.	58,49	20 872,12р.	48,19
2. Nestle	4 574,00	18,84	22 668,07р.	17,51	3 896,62р.	9,00
3. Другие	2 630,00	10,83	31 084,02р.	24,01	18 546,23р.	42,82
Общий итог:	**24 278,00**	**100,00**	**129 478,21р.**	**100,00**	**43 314,96р.**	**100,00**

Отчет по размещению товаров



Расстановка категории для секции Plano 2

Позиция	Штрихкод	Полное описание	Размер	Ед. из	Фэйсинг	Товары в глубину	Тов. запас	Тов. ед. в упаковке
Стеллаж: 1								
Полка: 1								
1	4026	Наповнювач Кетсан 10л.	0,00		1	3	3	1
2	4027	Наповнювач Кетсан ультра 5л.	0,00		1	4	8	1
3	72576	Наповнювач селікатог.д/тв.Best Pet 3,8л	0,00		1	7	7	1
4	72573	Наповнювач гігієн.д/твар.Лав.Санімакс 5к	0,00		1	6	6	1
5	72574	Наповнювач гігієн.д/тв.Антиз.Санімакс 5к	0,00		1	6	6	1
6	72575	Наповнювач гігієн.д/тв.Супер.Санімакс 5к	0,00		1	6	6	1
Полка: 2								
1	15685	Корм д/к.сух.Darling Курка 400г	0,00	ПОЗ	1	15	15	1
2	15707	Корм д/к.сух.Darling Кріль та овочі 400г	0,00	ПОЗ	1	15	15	1
3	15686	Корм д/к.сух.Darling М'ясо з овоч.400г	0,00	ПОЗ	1	15	15	1
4	15698	Корм д/соб.сух.Friskies Junior 400г	0,00	ПОЗ	1	15	15	1
5	45599	Корм д/к.Friskies Лосось,Тунець 400г	0,00	ПОЗ	2	15	30	1
6	45602	Корм д/к.сух.Friskies Курка,Печін.400г	0,00	ПОЗ	1	15	15	1
7	19983	Корм д/кош.сух.Whiskas паш.Інд.,Мор.400г	0,40	ПОЗ	2	15	30	1
Полка: 3								
1	88510	Корм д/к.One Indore Індичка пачка 300г	0,30	ПОЗ	1	17	17	0
2	88508	Корм д/к.One Курка та рис пачка 300г	0,30	ПОЗ	1	17	17	0
3	88507	Корм д/кош.One Курка та рис пачка 300г	0,30	ПОЗ	1	17	17	0
4	88509	Корм д/к.One Лосось та рис пачка 300г	0,30	ПОЗ	1	15	15	0
5	88506	Корм д/к.Cat Chow проф.сеч.шляхів 400г	0,40	ПОЗ	2	17	34	0

Marwin Family Shop

Copyright © 2015 Consulting for retail

Автоматизация процессов Space Planning

Обновление свойств товаров

Все свойства товаров в планограммах обновляются автоматически

Актуальные цены товаров

Розн. и закуп. цены определяются товарам, из привязки планограммы к магазинам

Усредненные продажи,

Продажи товаров обновляются как средние от магазинов, привязанных к планограммам

Ведение версионности

Ввод-вывод товаров

Позиции на ввод появляются в корзине планограммы, позиции на вывод – подсечиваются

При обновлении ассортимента, автоматически создается новая версия планограммы с учетом вводов - выводов

Автоматизированная публикация, шаблоны

Планограммы публикуются автоматически на дату запуска

Copyright © 2015 Consulting for retail

Процесс внедрения

- Создание модели выкладки товаров в учетной системе MS Axapta
- Интеграция
- Прорисовка планов магазинов
- Создание планограмм
- Настройка системы отчетности
- Стандартизация, дистрибуция и внедрение планограмм в магазинах

Copyright © 2015 Consulting for retail

Интеграция ассортиментов

- Процесс ввода – вывода товаров проходит через синхронизацию ассортиментных матриц в ERP

AX		CDB		Решение
ID матрицы	Код товара	ID планограммы	Код товара	
10205	100001	10205	100001	ok
10205	100002	10205	100002	ok
10205	100003	10205	100003	ok
10205	100004			Ввод
10205	100005	10205	100005	ok
		10205	100006	Вывод
10205	100007	10205	100007	ok
10205	100008	10205	100008	ok
10205	100009	10205	100009	ok

Copyright © 2015 Consulting for retail

Интеграция ассортиментов

- Процесс ввода – вывода товаров проходит через синхронизацию ассортиментных матриц в ERP
- Категорийный менеджер принимает решение в ERP по товарам для ввода – вывода в ассортиментную матрицу (кластер)

AX		CDB		Решение
ID матрицы	Код товара	ID планограммы	Код товара	
10205	100001	10205	100001	ok
10205	100002	10205	100002	ok
10205	100003	10205	100003	ok
10205	100004			Ввод
10205	100005	10205	100005	ok
		10205	100006	Вывод
10205	100007	10205	100007	ok
10205	100008	10205	100008	ok
10205	100009	10205	100009	ok

Copyright © 2015 Consulting for retail

Интеграция ассортиментов

- Процесс ввода – вывода товаров проходит через синхронизацию ассортиментных матриц в ERP
- Категорийный менеджер принимает решение в ERP по товарам для ввода – вывода в ассортиментную матрицу (кластер)
- Мерчендайзер принимает решение о размещении товаров на полке и поместится ли он вообще

AX		CDB		Решение
ID матрицы	Код товара	ID планограммы	Код товара	
10205	100001	10205	100001	ok
10205	100002	10205	100002	ok
10205	100003	10205	100003	ok
10205	100004			Ввод
10205	100005	10205	100005	ok
		10205	100006	Вывод
10205	100007	10205	100007	ok
10205	100008	10205	100008	ok
10205	100009	10205	100009	ok

Copyright © 2015 Consulting for retail

Что реализовано на текущий момент

- **24 из 32** планов в системе
- **165 планов с 2017**
- **7** планов на магазин
- Корректировка 1 раз в полтора месяца

Copyright © 2015 Consulting for retail

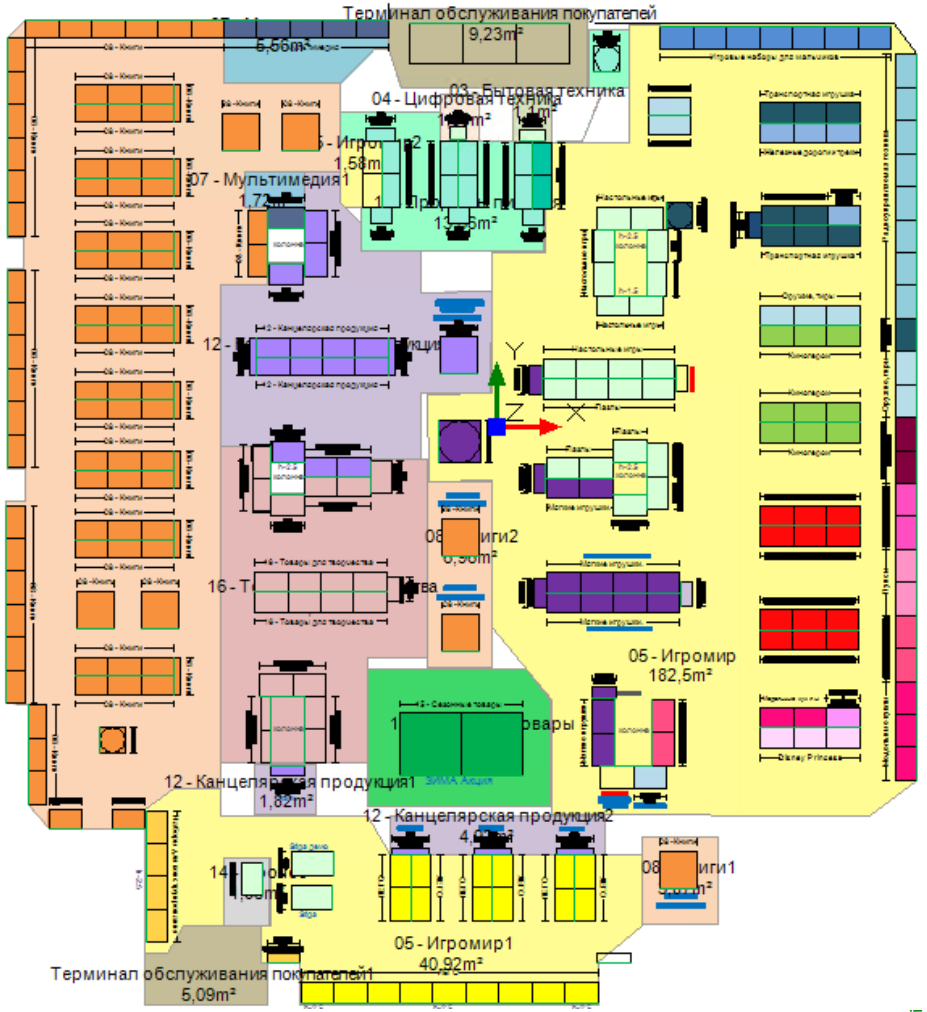
Что реализовано на текущий момент

- **21 из 45** категорий в планограммах
- **60%** доля Игромира
- **8%** товары для мам и детей
- **7 000** SKU в планограммах

Copyright © 2015 Consulting fc

Результаты, которых добились

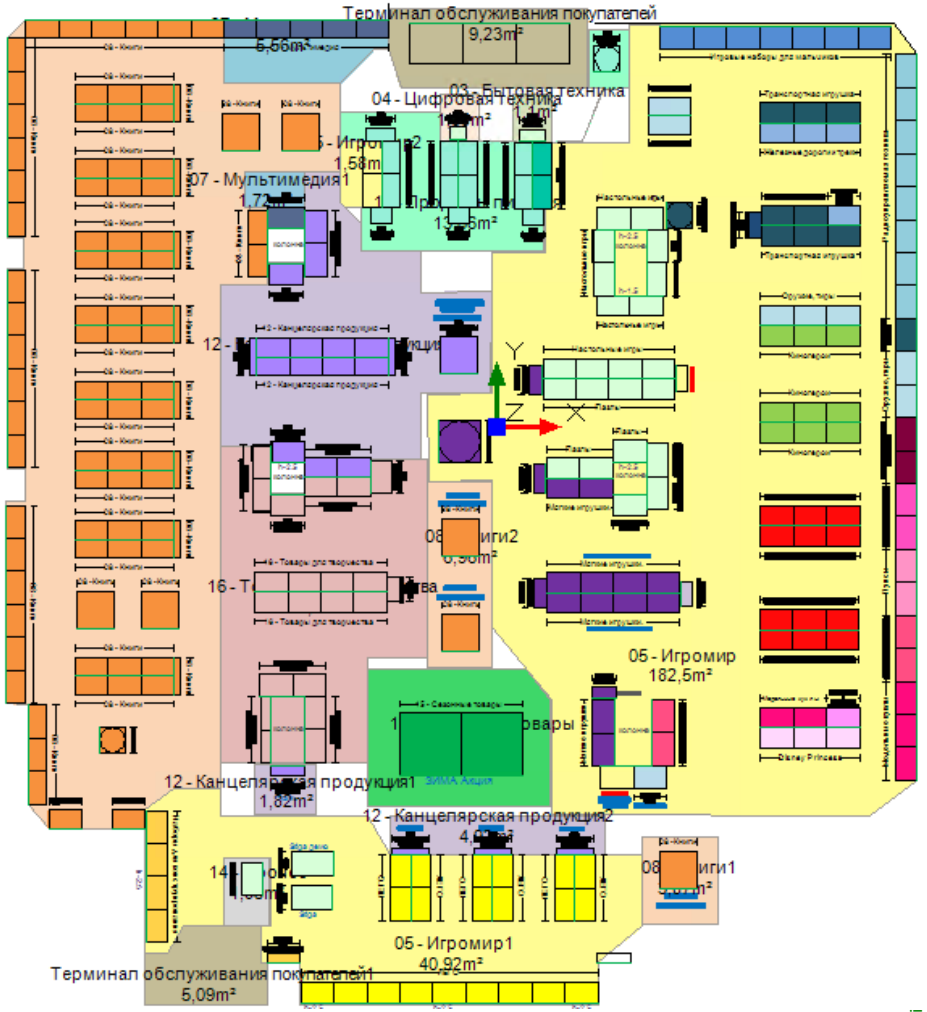
- Быстрое создание новых планов магазинов изменять существующие планы с учетом эффективности категорий и их долей в общей площади магазина



Copyri

Результаты, которых добились

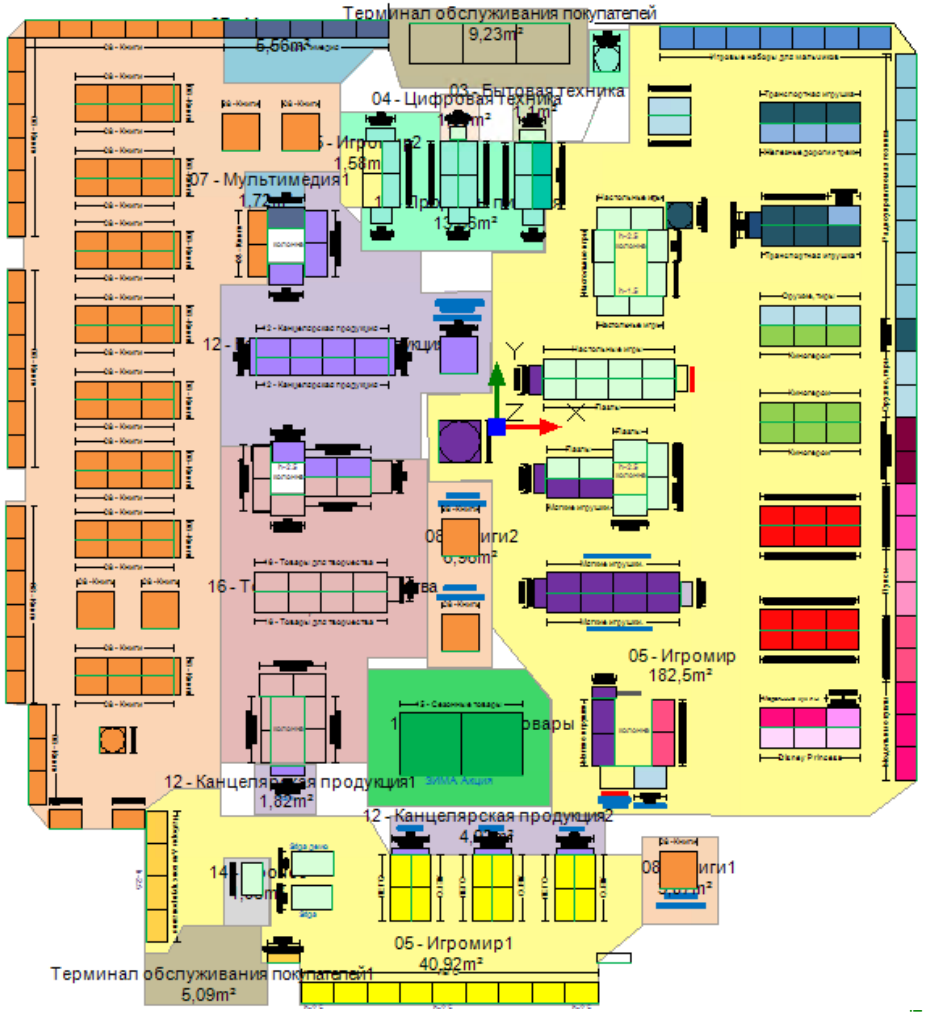
- Ассортимент товарной матрицы соответствует выделенному пространству в планограмме



Copyri

Результаты, которых добились

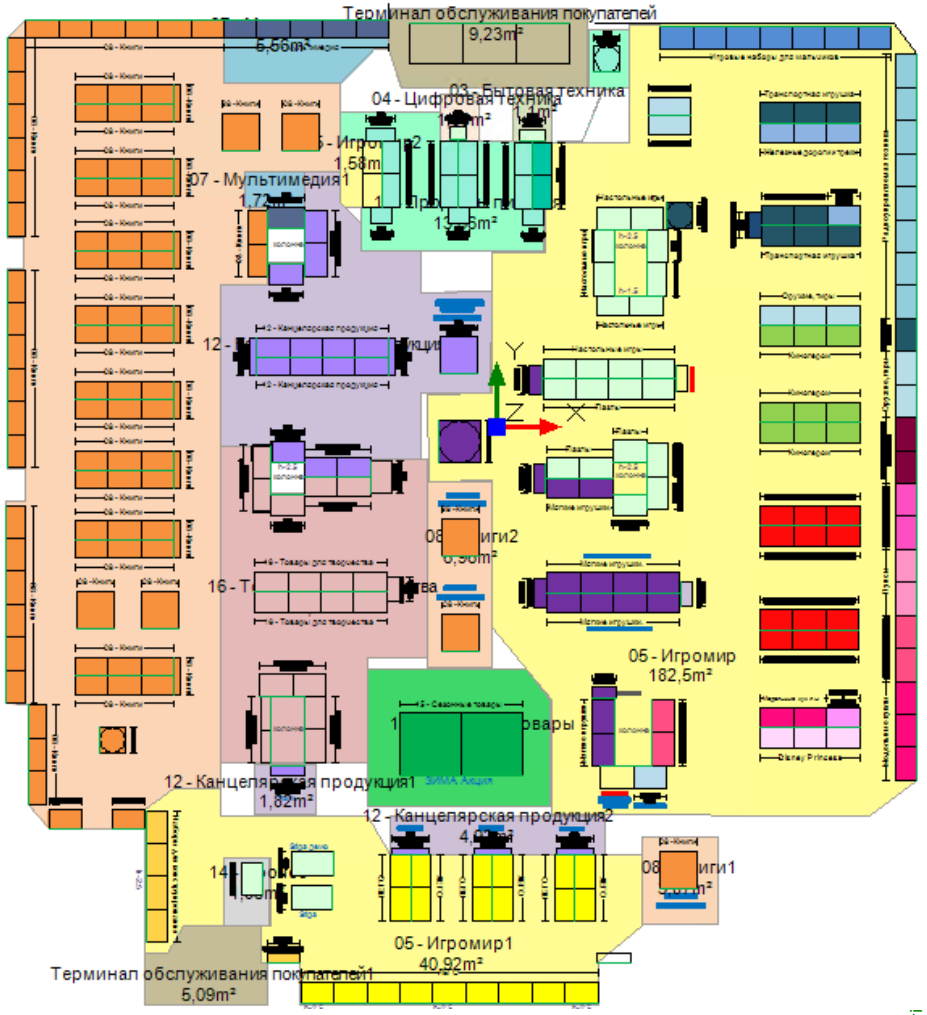
- Есть понимание вместо чего вводить новые артикула, а что выводить с учетом эффективности по данных из Планнограмм



Copyri

Результаты, которых добились

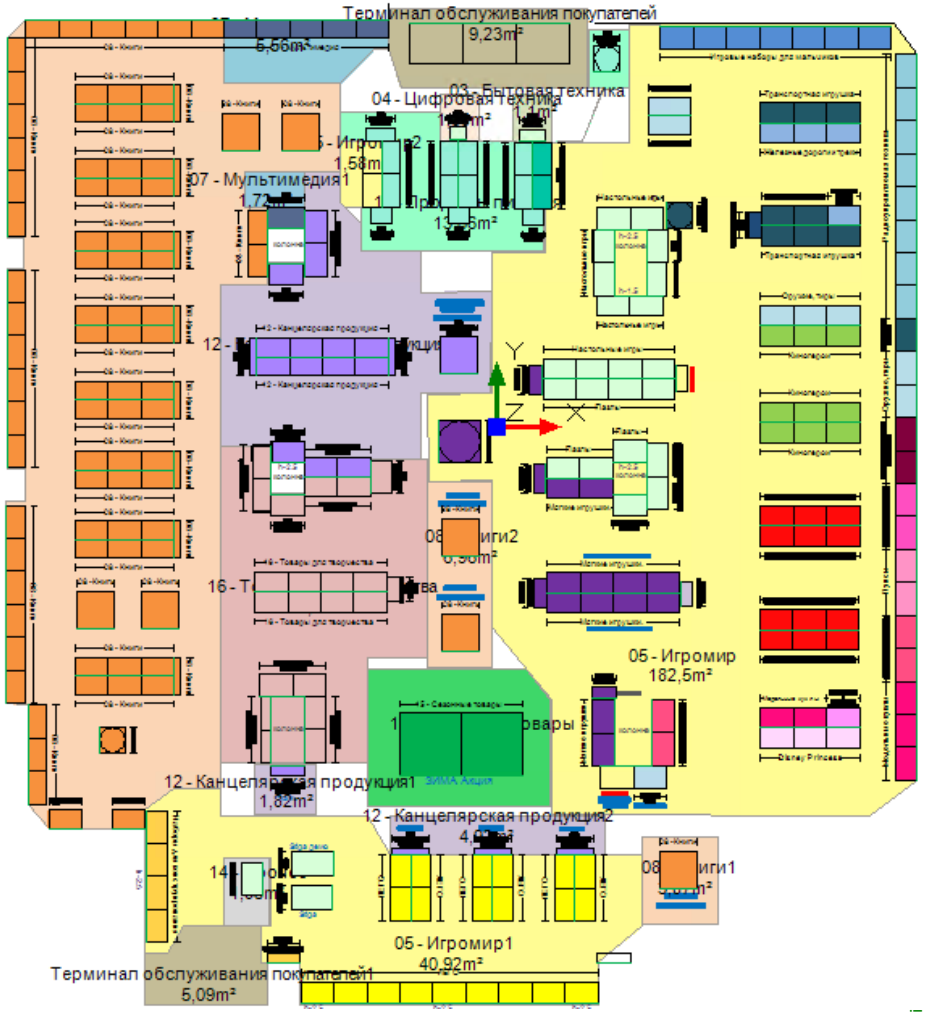
- Пересмотрели площади выделенные под категории с низкой маржинальностью



Copyri

Результаты, которых добились

- Крупногабаритные категории (коляски, стульчики, автокресла) сократили в пользу высокоэффективных категорий в сезон, что привело к увеличению продаж с квадратного метра



Marwin Family Shop

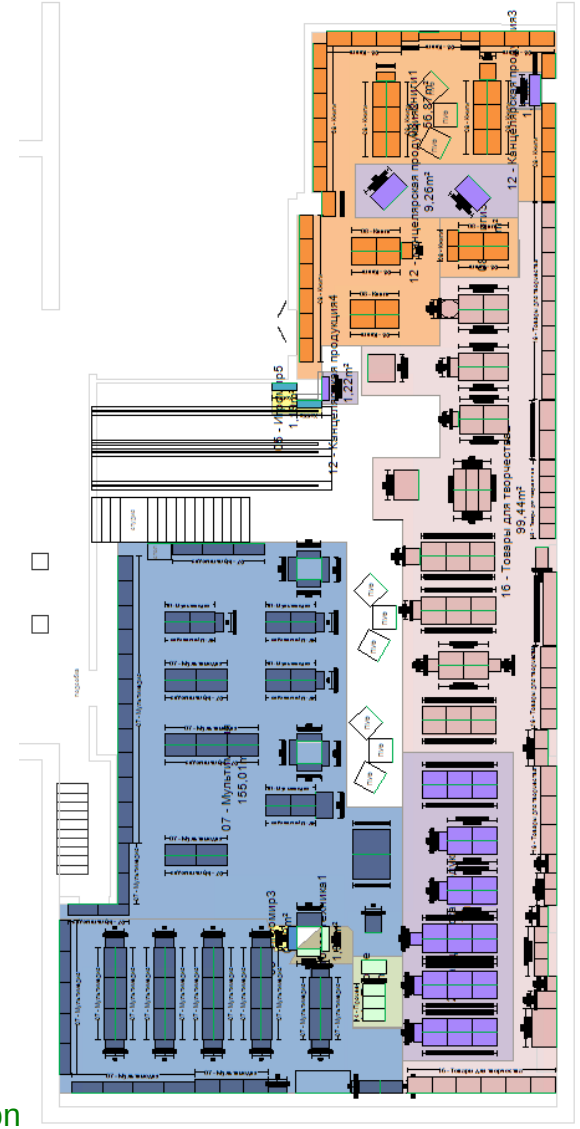
Сложности, с которыми столкнулись

- Обеспечение товаром планограмм, наличие запаса товаров в магазинах
- Размещение оборудования и категорий по флор планам (Из-за динамичного остатка товара в магазинах и отсутствия мест хранения товара в них)
- Коммуникации при внедрении ПГ на местах. Не все магазины охотно отзываются на внедрение планограмм, из-за отсутствия нужного объема товара

Copyright © 2015 Consulting fo

Дальнейшие шаги

- Активнее применять аналитику MSP с учетом прогнозирования эффективности при распределении площадей в магазинах
- Акцентировать внимание на правильном создании матриц для планограмм, стабилизация и управление ассортиментом на уровне SKU
- Интеграция с автозаказом



Con

Copyright © 2015 Consulting for retail

C4R CONSULTING
FOR RETAIL

Вопросы

+380 67 455 3722
+420 222 363 092
info@c4r.eu
www.c4r.eu
www.facebook.com/ConsultingForRetail