

Инструменты управления цепочками спроса в DeloPro 4.0



В. Лунин

канд. тех. наук, директор
ООО «КСИКОМ СЕРВИС»
г. Киев

Эффективное управление спросом и товарными запасами предполагает наличие в корпоративной информационной системе инструментов, позволяющих учитывать все особенности ассортимента, гибко и эффективно стимулировать покупателей, а также прогнозировать спрос и планировать продажи с учетом исторических данных, своевременно пополнять запасы товаров. В настоящей статье описаны инструменты для управления цепочками спроса системы DeloPro 4.0 (в дальнейшем ПО)

Для успешного продвижения товаров необходимо учитывать их многочисленные параметры и свойства — технические, технологические, эргономические, пользовательские, наличие товаров-аналогов, особенности сезонной, коллекционной и модельной продукции, брендов и др.

ТОВАРОВЕДЧЕСКИЙ УЧЕТ

Правильная классификация товаров, их сегментирование и кластеризация повышают эффективность продвижения, ценообразования, мерчендайзинга и, в целом, управления цепочками спроса. Проводя анализ структуры продаж с использованием правильно построенного дерева товаров, дистрибьютор может предоставить производителю достоверную информацию о поведении конкретного товара на рынке, выявить тенденции, связанные с определенными свойствами (группами свойств) товаров, а также поддерживать оптимальный уровень запасов по товарным группам. В свою очередь, покупатель может быстро найти товар (или группу товаров) с необходимыми ему потребительскими свойствами и приемлемой ценой.

При создании классификатора товаров, позволяющего учесть все их существенные свойства, возникает необходимость использования большого числа уровней классификации. Это приводит к сложностям навигации при выборе товара для продавцов и покупателей, а также усложняет процессы формирования цен и управления скидками. Поэтому важно иметь возможность представления номенклатурной картотеки товаров в виде нескольких древовидных каталогов для решения различных задач управления ассортиментом (рис. 1).

Ниже описаны инструменты DeloPro 4.0, позволяющие эффективно решать вышеупомянутые задачи.

Номенклатурная карточка товара

Эта карточка является своеобразным «досье» товара и содержит связанную с ним информацию, структурированную в

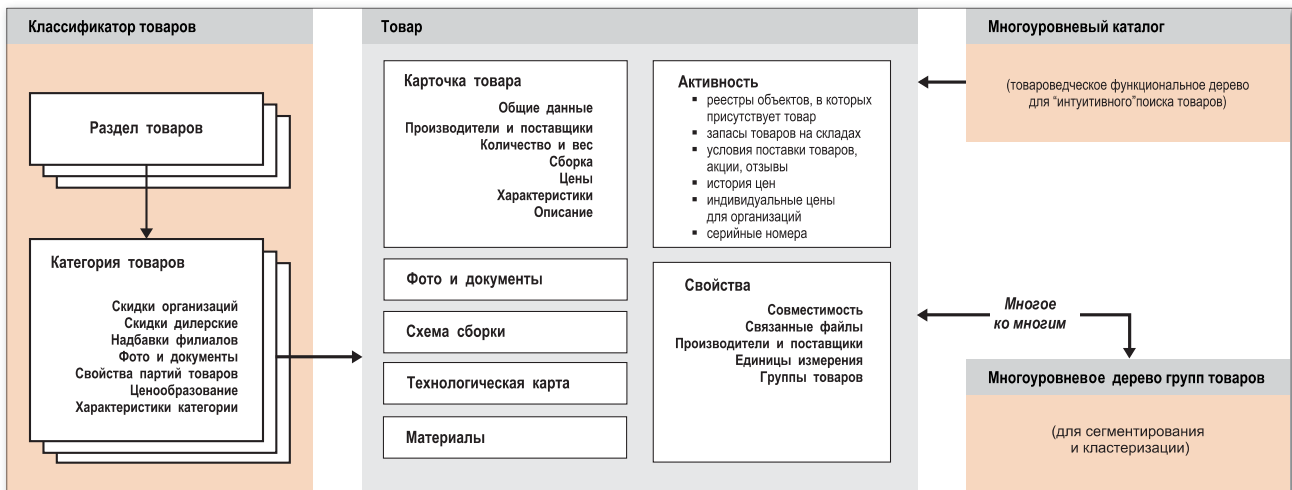


Рис. 1 Номенклатурная картотека и средства навигации

отдельных блоках — общие данные (названия, тип, артикулы, различные коды, счета аналитики, связи с группами и др.), поставщики и производители (названия, артикулы, сроки и др.), количество и вес (единицы измерения и их весогабаритные характеристики, нормы закупки, фасовки, поставки и др.), сборка (различные параметры производства товара), цены (значения цен и курсов, себестоимостей и др.), запасы (количества товара на складах, в резерве, незавершенном производстве, прогнозах по закупкам, а также место хранения по умолчанию и др.), характеристики (значения ключевых характеристик категории, к которой принадлежит товар), описание и дополнительные поля пользователя.

Тип товара (товар, услуга, ресурс, работа или тара) определяет способ его дальнейшей обработки в учете. Товар может быть представлен в виде сборочной единицы (сборки), характеризующейся ведомостью материалов и комплектующих, технологической картой и схемой. Сборка может быть «фантомной» (при попадании в заказ распадаться на комплектующие), представлять собой комплект (не собираться), собираться в заказе, в производстве или на складе.

В карточке товара хранится произвольное число фотографий и документов. В ней могут быть сформированы списки совместимых товаров, зафиксированы условия поставки от различных поставщиков и цены конкурентов в разрезе торговых точек. Карточка товаров содержит полную информацию о движении товаров в разрезе сделок (продаж, закупок и производственных заданий), складские запасы, история цены, индивидуальные цены организаций, акции, отзывы и др.

Настраивая универсальные свойства объекта, пользователь может хранить в карточке товара связанные с ним мини-базы данных значений произвольных свойств. Для каждого свойства ис-

пользуются текстовые, числовые и логические поля, а также даты и ссылки на произвольные разделы справочников базы данных.

Средства навигации и аналитики

Товар одновременно может быть представлен в нескольких каталогах: в *многоуровневом дереве* (с целью точного позиционирования и «интуитивной» навигации), в *классификаторе разделов и категорий* (для ценообразования и учета товароведческих характеристик), а также в *дереве групп товаров* (для сегментирования и кластеризации). Любое из упомянутых деревьев может использоваться для товарной навигации и задания условий формирования аналитических отчетов.

Многоуровневое дерево строится на основе развернутой классификации товаров, учитывающей все их существенные родовые и потребительские признаки. Товар занимает единственную позицию в одной из ветвей дерева.

Классификатор разделов и категорий является трехуровневым. Товар может принадлежать одной из категорий классификатора. На уровне категории задаются параметры и принципы ценообразования, ключевые потребительские характеристики (индивидуальные значения которых хранятся в номенклатурных карточках), а также свойства партий входящих в нее товаров (например, цвет, размер, полнота, материал и т. д.). Свойства партий товаров учитываются по всей логистической цепочке — в заказах на продажу и закупку товаров, при расчете дефицита, а также в картах складского учета.

Дерево групп товаров содержит неограниченное число уровней вложенности. Товар может быть помещен в произвольное число групп (кластеров, сегментов) в соответствии с особенностями их поведения на рынке. В дальнейшем это может использоваться, например, для оптимизации товарных запасов.

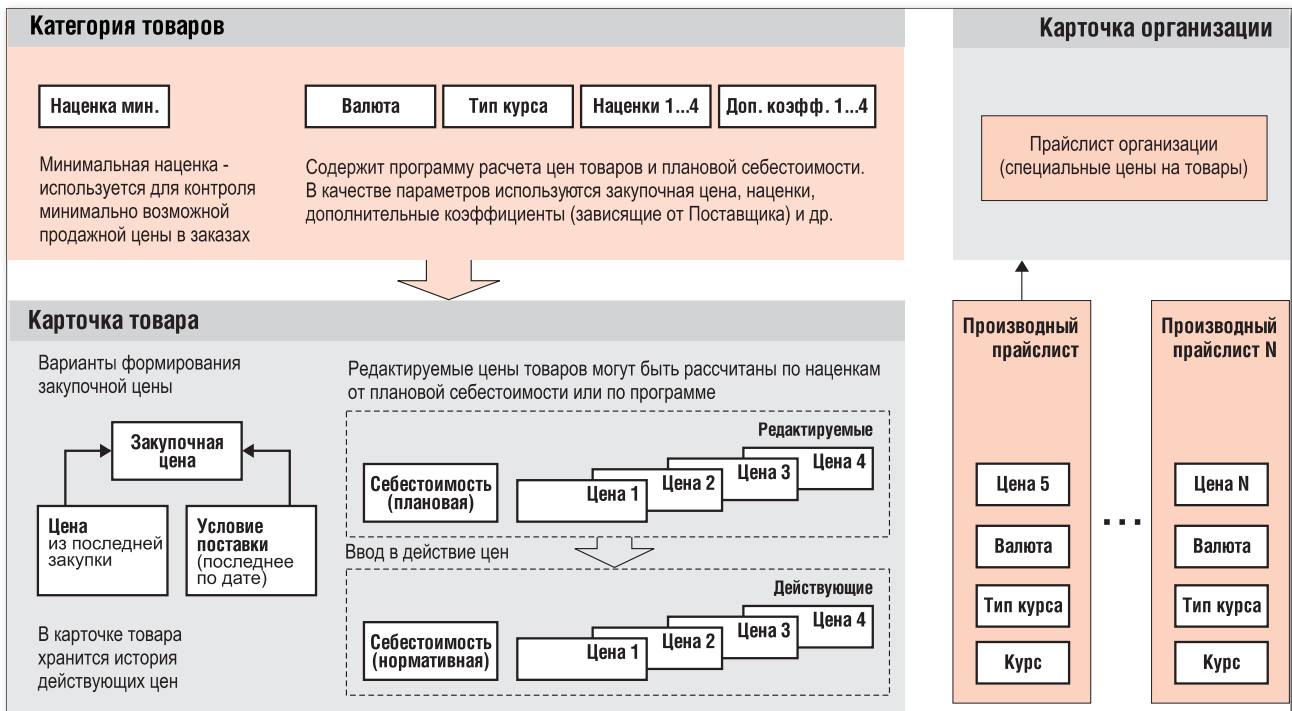


Рис. 2 Ценообразование DeloPro 4.0

Средства конфигурирования

В составе DeloPro 4.0 имеется ряд специализированных *конфигураторов модельных рядов* (для компьютеров, мебели, окон и др.). Конфигуратор модельного ряда является инструментом для автоматизированного формирования товара-сборки (модели) в соответствии с требованиями клиента. При этом используется настроенный пользователем древовидный алгоритм выбора взаимосвязанных компонентов товара (комплектующих) и их параметров (из набора возможных для каждого компонента). В результате конфигурирования автоматически формируется уникальный код модели и ее цена.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Важным компонентом цепочки спроса является ценообразование. Его можно рассматривать в качестве одного из инструментов управления товарными запасами.

С одной стороны, необходимо иметь возможность формирования индивидуальных цен товаров для различных категорий клиентов (розница, мелкий и крупный опт и т. п.) и способов продажи (тендеры, опционы и др.). В идеале, цена должна быть индивидуальной для каждого клиента и соответствовать его покупательскому поведению.

С другой стороны, цена должна быть оптимальной, чтобы обеспечить планируемый объем маржинального дохода при максимальной рентабельности. Процесс определения оптимальной цены требует учета большого числа изменяющихся параметров: различную интенсивность спроса по регионам, цены конкурентов на аналогичную про-

дукцию, планируемые объемы маржинального дохода, реакцию клиентов на изменения уровня цен и др.

Для проведения гибкой ценовой политики DeloPro 4.0 обладает рядом инструментов (рис. 2).

Валюты и курсы

Для формирования цен товаров предусмотрена возможность использовать любые валюты и произвольное число типов курсов валют. Текущее значение курсов валют по отношению к национальной валюте для всех типов курсов валют хранится в *матрице курсов*. Базовая валюта и тип курса валюты для формирования цен товаров задается на уровне категории товаров. При этом в качестве источника курса валюты может быть определен Поставщик. В заказах на продажу товаров для формирования цены товара в валюте заказа используется кросс-курс, рассчитываемый исходя из текущих значений курсов валюты товара и валюты заказа.

Цены товаров

Число используемых цен *неограничено*. Нормативная себестоимость и четыре базовые цены товара в валюте категории товаров хранятся в карточке товара. Остальные цены товара — в производных прайс-листах, формируемых в любых валютах с использованием произвольных типов курсов по заданному пользователем алгоритму.

Базовые четыре цены товаров могут быть рассчитаны автоматически на основании наценок в процентах и (или) по абсолютной величине к нормативной себестоимости товара или с помощью специальной программы пересчета цен, задаваем-

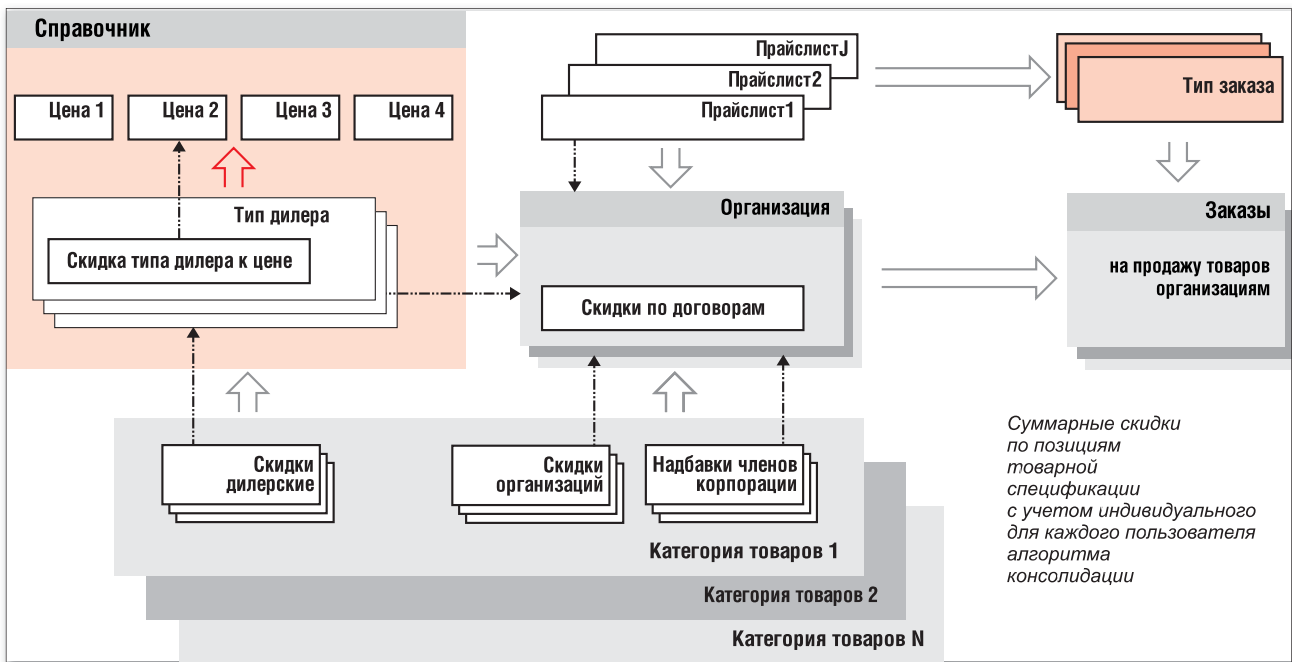


Рис. 3 Управление скидками DeloPro 4.0

мых в категории товара. Программа для пересчета цен в качестве параметров может использовать зависящие от Поставщика дополнительные коэффициенты, а также наличие товара на складе. Нормативная себестоимость товара может формироваться на основании закупочной цены и использоваться для расчета нормативного дохода в сделках по продаже товаров. Для категории товаров можно задавать *минимальную наценку* в процентах от нормативной себестоимости.

С помощью ПО можно предварительно подготовить все цены, а затем ввести их в действие с определенной даты. Возможно хранение истории цен товаров.

Формирование цен из условий поставки

Предусмотрен механизм расчета продажной цены товара на основании выбранного условия поставки от конкретного поставщика с помощью специальной программы. При этом в условиях поставки учитываются валюта и курс поставщика, а также цены для четырех различных минимальных партий и сроков поставки.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ И СКИДКАМИ

Еще одним существенным компонентом цепочки спроса является политика предоставления скидок (рис. 3). Ее целью является получение максимальной прибыли от продажи товаров или услуг в течение определенного периода (сезона, при проведении промо-акций, выходе на региональный рынок и т. п.) или всего жизненного цикла товара. Скидки являются инструментом «тонкой настройки» для формирования индивидуальных

цен и условий поставки для каждого клиента с учетом его текущего рейтинга (лояльности), планов продаж, объемов закупок, текущего спроса, запасов товаров и др. Ниже представлены возможности DeloPro 4.0 для управления скидками.

Профилирование клиента

Индивидуальные скидки и прайс-листы являются составляющими профиля клиента. Имеется несколько уровней формирования индивидуальных условий:

- ❖ тип цены и скидка для групп организаций;
- ❖ скидки организаций по категориям товаров;
- ❖ специальные цены и скидки на товары для организаций.

Клиенты могут быть сегментированы путем включения их в группы по типам дилера, для каждой из которых устанавливается связь с одной из четырех базовых цен товаров, а также процентная скидка (надбавка) ко всем типам цен.

Профилирование сделок

Для каждого члена корпорации тип заказа на продажу товаров может быть связан с одной из четырех базовых цен товаров или с произвольным прайс-листом.

Профилирование договоров

С каждым клиентом можно заключить неограниченное число долгосрочных договоров, характеризующихся специальными условиями — скидкой и индивидуальным прайс-листом.

Профилирование членов корпорации

Для членов корпорации (филиалов) обеспечивается формирование индивидуальных цен по категориям товаров путем задания надбавок (в процентах и по абсолютной величине) к типам цен товаров, используемых при продаже.

При выборе клиента, в заказ на продажу товара автоматически попадут ценообразующие параметры из профилей клиента, сделки, договора и члена корпорации. Для каждого пользователя ПО индивидуально задается алгоритм консолидации скидок при заполнении спецификации сделки, а также допустимый диапазон изменения продажных цен товаров.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА, СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНОВ ПРОДАЖ И ЗАКУПОК

В процессе составления плана продаж в системе DeloPro 4.0 могут быть использованы различные аналитические отчеты-кубы по структуре продаж. Эти отчеты позволяют за выбранный интервал времени (с разбивкой по заданному числу дней, месяцам, кварталам или годам) получить объемы продаж товаров или групп товаров в количественном, стоимостном, или процентном выражении, а также в объеме маржинального дохода. При этом детализацию можно делать по регионам, продавцам, филиалам, собственникам (для сетевых

структур) и др. Кроме того, в одном отчете можно сравнивать данные за два учетных периода с произвольным сдвигом.

ПО дает возможность прогнозировать спрос с учетом сезонности продаж. Специальный отчет (*Расчет дефицита по среднедневным продажам*) позволяет рассчитать необходимый объем закупок товара для выбранного периода продаж на основе информации о среднедневных продажах за период анализа и прогноза продаж за период доставки товара с учетом складских запасов на дату анализа, минимальных складских запасов, а также товара, ожидаемого по закупкам.

Данные из указанных отчетов можно экспортировать в Excel, а затем откорректировать, используя информацию о текущих продажах, изменении рыночных условий, проведении маркетинговых мероприятий и др. Это является основой для формирования плановых заявок в стоимостном и товарном выражении. Формирование плана продаж компании происходит путем консолидации плановых заявок территориально-распределенных подразделений. На основании плана продаж формируется план закупок. С помощью специализированного отчета проводится мониторинг выполнения планов — план-фактный анализ.

Владимир Михайлович Лунин

ШЕФ НЕ ДІЗНАЄТЬСЯ,



Шеф ніколи не дізнається,
що Ви шукаєте роботу
чи готові розглядати пропозиції
від інших компаній

Система конфіденційності резюме

Ви зможете:

- обирати, представники яких компаній та рекрутингових агенцій зможуть побачити інформацію про Вас, а яких - ні;
- відкривати своє резюме тільки певному колу роботодавців;
- створювати повністю конфіденційне резюме та надсилати його лише на певні вакансії.

ЩО ВИ ШУКАЄТЕ РОБОТУ

HEADHUNTER
HEADHUNTER.COM.UA