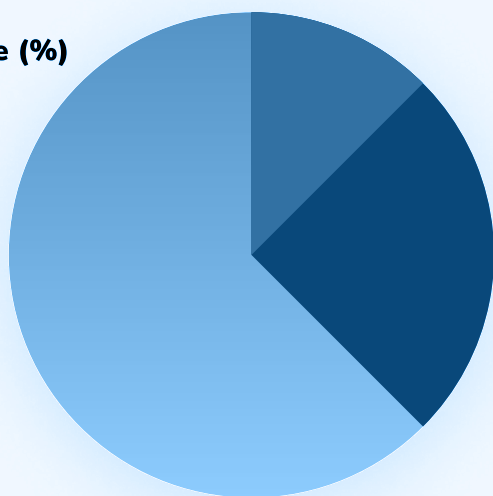


АНАЛИТИКА АССОРТИМЕНТА

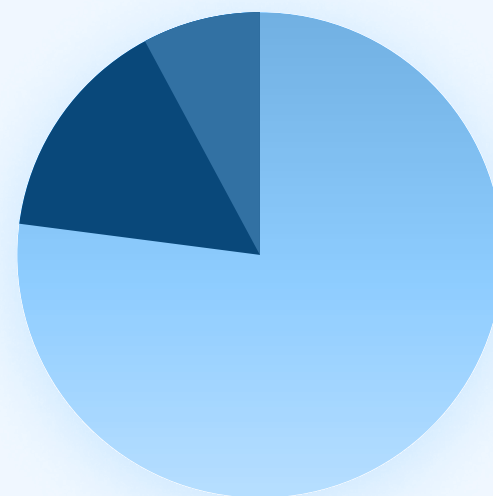
Доля групп в ассортименте (%)

Группа А 14%
Группа В 23%
Группа С 63%



Доли групп в выручке (% , руб.)

Группа А 80%
800,02 млн руб.
Группа В 15%
150,13 млн руб.
Группа С 5% млн руб.



Увеличение выручки
и повышение лояльности
клиентов за счет выявления
и введения в ассортиментную
матрицу сильных локальных
брендов, отсутствующих
на полке



Снижение затрат
на полевые
исследования



Уменьшение затрат за счет
корректировки стратегии
по работе со slow sale



Увеличение продаж
и допродаж за счет изменения
выкладки на основе
информации о популярных
категорийных парах на рынке



Управление лояльностью
клиентов посредством
введения новых категорий
и популярных локальных
брендов в ассортиментную
матрицу



Снижение издержек за счет
выработки точечных стратегий
по работе с просрочкой

