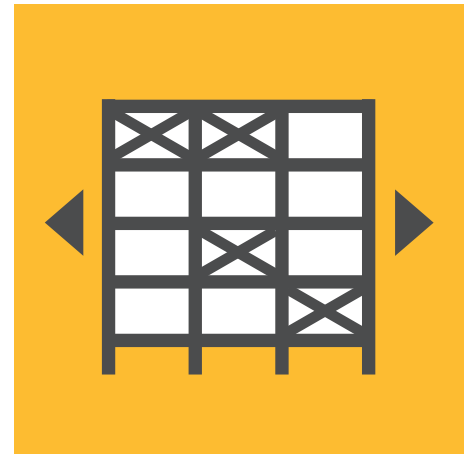
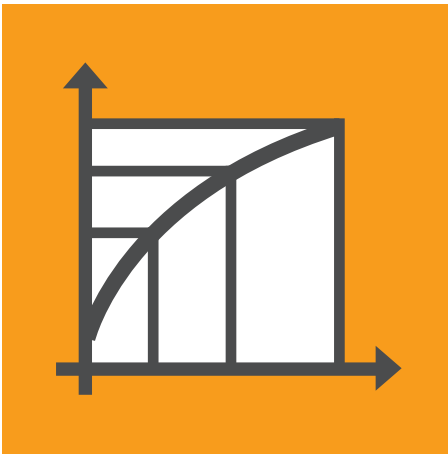
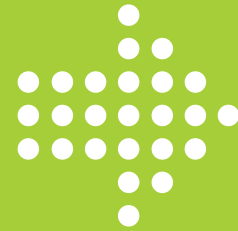


Der AssortmentFinder

Ihre Lösung für effiziente Sortimentsgestaltung



Vorteile und Besonderheiten des AssortmentFinders

- Angepasst an die täglichen Anforderungen der CM-Arbeit
- Seit Jahren **erfolgreich** in verschiedenen Warengruppen eingesetzt
- Leicht **verständlich** und überall und von jedem einsetzbar
- Absolut **transparent** und sehr **flexibel**
- Enthält eine **automatisierte Bausteinableitung**
- Eine **integrierte Sprachweiche** erlaubt variablen Einsatz in Deutsch und Englisch
- Ist durch seine **offene Programmierstruktur** (VBA-Programmierung auf Microsoft Excel) schnell an die Anforderungen verschiedener Warengruppen anzupassen

Aus der Praxis für die Praxis

Ihre Aufgabe

Das Arbeiten mit Sortimenten ist eine der Basisleistungen im Rahmen von CM-Prozessen. Dabei werden Sortimentsempfehlungen in immer kürzeren Zyklen und für immer kleinere Regionen gefordert.

Eine Automatisierung der datenbasierten Sortimentsfindung spart im Laufe dieses Prozesses einen großen Teil der Arbeitszeit. Diese kann dann stärker in die finale Empfehlung investiert und somit eine höhere Wertschöpfung generiert werden.

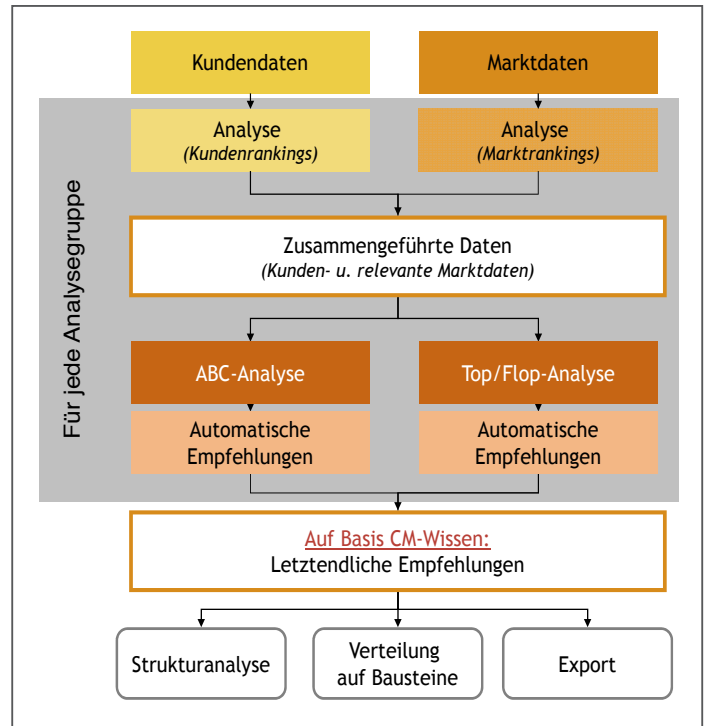
Unsere Lösung

Der AssortmentFinder erstellt automatisiert auf Basis von vorliegenden Daten (Händler- und/oder Paneldaten) und unter Berücksichtigung sortimentsrelevanter Parameter einen Sortimentsvorschlag (angelehnt an die Empfehlungen von ECR D-A-CH).

Dieser Sortimentsvorschlag kann mit dem spezifischen Wissen des CM-Mitarbeiters in kurzer Zeit manuell angepasst werden (z.B. dem Wissen über Produkte, die aus dem Markt gehen, aktuelle Werbekampagnen, Sortenabdeckungen etc.).

Die Struktur der Sortimentsempfehlung (z.B. Anteile der Subkategorien, Markenausprägung, Vergleiche zum Ist-Sortiment oder der Markt-Performance) wird analysiert und kann daraufhin schnell und flexibel angepasst werden. Die finale Sortimentsempfehlung kann durch den AssortmentFinder anhand fest definierter Rechenlogarithmen und unter Beibehaltung der Sortimentsstruktur auf Größenbausteine verteilt werden.

Praxisgetestet und nahe an der täglichen CM-Arbeit ist der AssortmentFinder bei einer Vielzahl führender Industrieunternehmen im Einsatz.



Ablaufschema

Gewichtetes Ranking

| | |
|-----------------------------------|------|
| Projekt | 20% |
| UMSATZ | 50% |
| PROP. Ø UMSATZ | 10% |
| ABSATZ | 5% |
| PROP. Ø ABSATZ | 0% |
| DISTRIBUTION VERK. GEW. % MONATL. | 5% |
| Einzelkäuferreichweite | 0% |
| | 100% |

ABC-Analyse

| | |
|---|-------------------------|
| Klassif. A-Artikel bis | 70% |
| Klassif. B-Artikel bis | 95% |
| Klassif. C-Artikel bis | 100% |
| Basis ABC-Einstellung ohne schlecht distribuierte Artikel | Durchschnittswerte nein |
| Korrektur Umsatz-/Absatzwerte berücksichtigen | ja |
| Grenzwert Distribution für Absatzvergleich - min.: | 5,00% |

Definition der Analysegruppen

| Analysegruppe | Subsegment | Preisklasse |
|-----------------|------------|-------------|
| MW Heilwasser | egal | egal |
| MW MWQ | egal | egal |
| MW WMZ in CO2 | egal | egal |
| MW WMZ o CO2 | egal | egal |
| MW WMZ Sport | egal | egal |
| MW WMZ Wellness | egal | egal |
| MW Schorle | egal | egal |

Listungskandidaten und KO-Kriterien

| | |
|--|-----|
| Listungskandidaten in % der Kundenartikel | 150 |
| min. Anzahl Kundenartikel | 3 |
| Grenzwert gew. Distribution für Einlistung | 10% |
| Schonfrist für neue Artikel in Wochen | 28 |
| neue Artikel mittels Anz. Wochen bestimmen | ja |

Ergebnisausgabe

Marktkarte mit Distribution unter Grenzwert: einblenden ja

Jede zweite Zeile hervorheben: ja

Sortierung: 1. Analysegruppe, 2. Rang (besten), 3. wie angegeben

Autoklassifizieren aktiviert: ja

Parametereinstellung



Solution Partner
Plan + Impuls

plan + impuls

Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Lindwurmstrasse 101 | 80337 München

Tel +49 89 54 03 18 0 | Fax +49 89 54 03 18 11

Email: info@planundimpuls.de

www.planundimpuls.de | www.handelsmafo.de



plan + impuls