

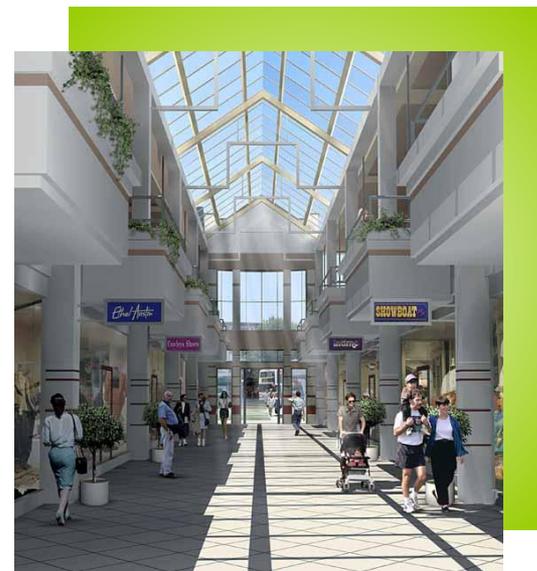
Построение системы аналитики:  
отраслевое решение для розницы



Торговые сети супермаркетов, гипермаркетов, другие типы торговых сетей, одиночные магазины, аптечные сети, сети АЗС, фаст-фуд, рестораны, развлекательные комплексы

Для этих компаний характерно:

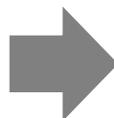
- Большое количество **покупателей**
- Большое количество **фактов продаж**
- Большое количество **поставщиков**
- Большое количество **артикулов**
- Большое количество **мест хранения**



## Факторы успеха

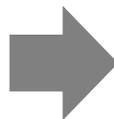
## Решение

Эффективное управление ассортиментом товаров и ценообразованием



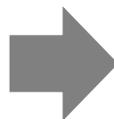
Аналитическая модель  
«Продажи»

Увеличение количества и лояльности клиентов



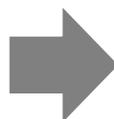
Аналитическая модель  
«Маркетинг»

Поддержка оптимального уровня запасов



Аналитическая модель  
«Складские остатки»

Оптимизация работы с поставщиками



Аналитическая модель  
«Закупки»

Решение для розницы – совокупность многомерных аналитических моделей

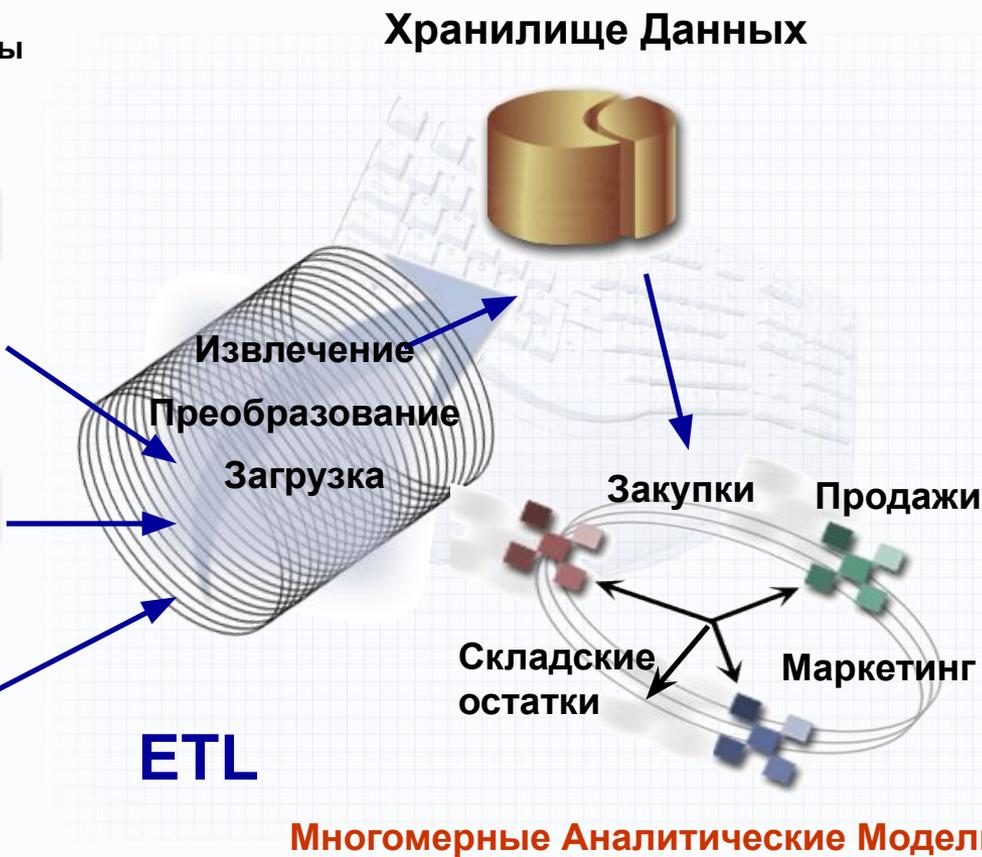
Реляционные  
учетные системы



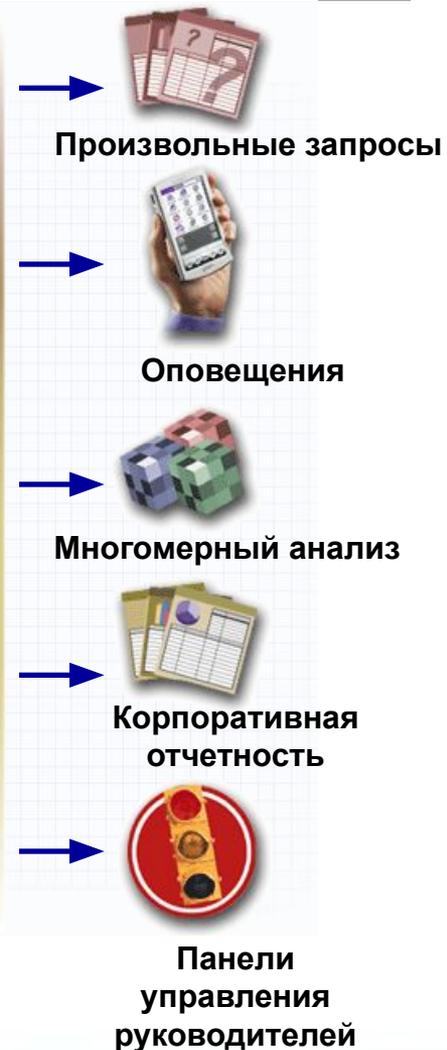
ERP- система



Локальные файлы



**ИНТЕРФЕЙСЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**



## Аналитическая модель «Продажи» позволяет:

- Определять наиболее/наименее прибыльные/оборачиваемые товары/группы **товаров**
- Определять **эластичность спроса** на товары
- **Находить зависимости** между местом продажи товара и его оборотом/прибыльностью/эластичностью спроса
- Управлять **ассортиментом** с учетом сезонности, праздников, маркетинговых акций и других факторов

## Аналитическая модель «Маркетинг» позволяет:

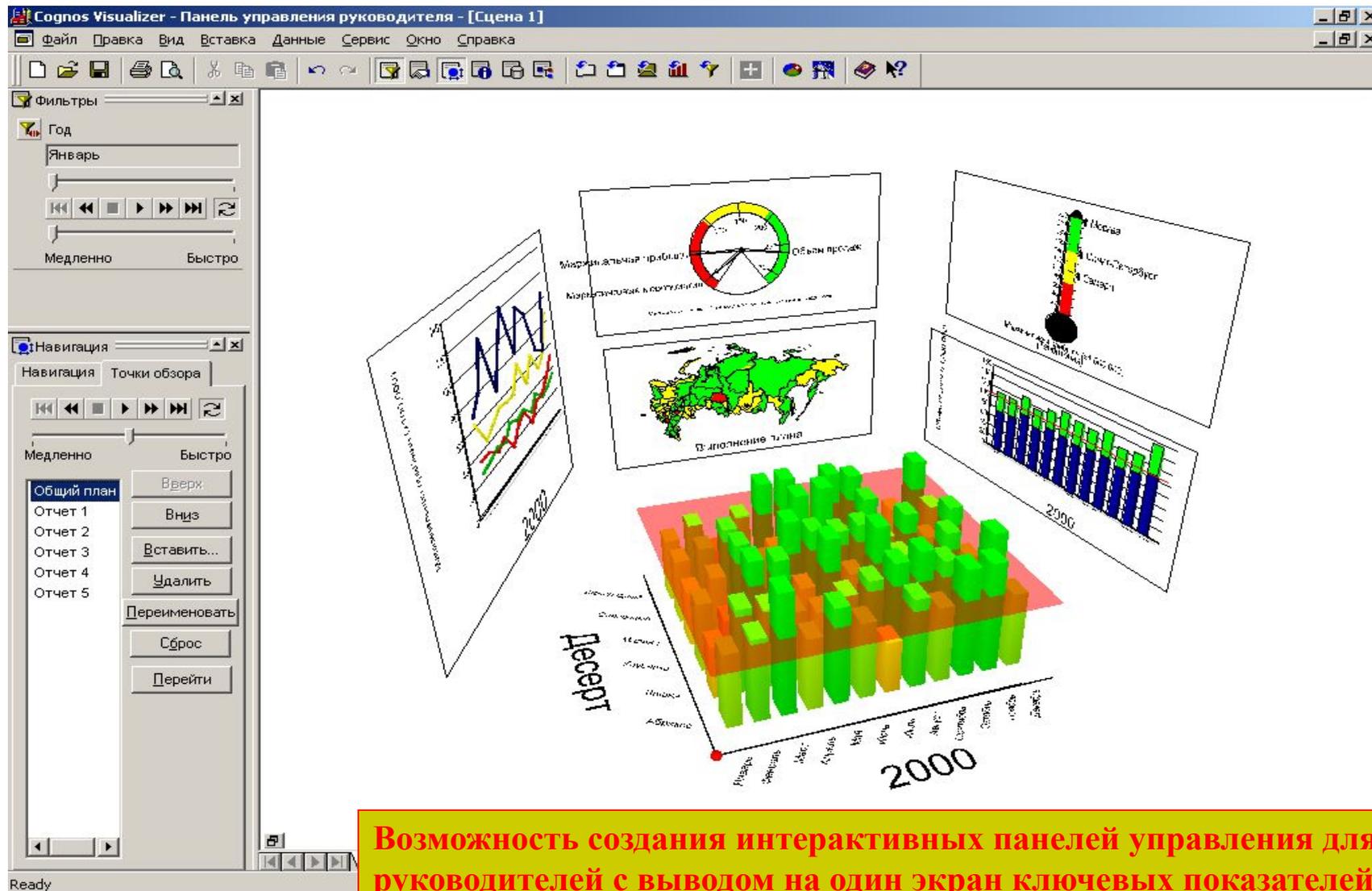
- Находить способы повышения **лояльности** потребителей
- Предлагать потребителям наиболее **востребованные товары**
- Прогнозировать **предпочтения** потребителей
- Проводить наиболее успешные **маркетинговые акции**
- Привлекать **новых покупателей**
- Анализировать поведение держателей **дисконтных карт**
- Анализировать **конкурентов**

## Аналитическая модель «Складские остатки» позволяет:

- Организовать систему поставок **Just-in-time**
- Оперативно получать информацию о необходимости **пополнения полок** в торговом зале
- Определять товары **срок годности** которых подходит к концу и для которых нужно установить специальные цены
- Определять **упущенную выгоду** от отсутствия ходовых товаров в торговом зале

## Аналитическая модель «Закупки» позволяет:

- Определять наиболее **важных поставщиков** (поставщиков наиболее прибыльных, ходовых товаров)
- Определять **наилучших поставщиков** для конкретных товаров/групп товаров с учетом требуемых сроков поставки, условий оплаты и доставки
- **Ранжировать** поставщиков по критерию надежности (своевременность поставок, высокое качество продукции)



**Возможность создания интерактивных панелей управления для руководителей с выводом на один экран ключевых показателей деятельности компании.**

PowerPlay - [PPlay1 of retail\_sales\_3 (Исследователь)]

Файл Правка Вид Вставка Исследователь Вычислить Формат Сервис Окно Справка

Сектор 2004/06 Час суток 1. Не более 100 руб. 3. От 6 до 12 строк Касса Ед. изм. Выручка, руб. Средняя цена реализации, руб.

C:\1\cognos\mosmart\data1\syng\cub

- Сектор
- Дата
- Час суток
- Сумма чека
  - 1. Не более 100 руб.
  - 2. От 100 до 250 руб.
  - 3. От 250 до 500 руб.
  - 4. От 500 до 1000 руб.
  - 5. От 1000 до 2000 руб.
  - 6. Более 2000 руб.
- Строк в чеке
  - 1. 1 строка
  - 2. От 2 до 5 строк
  - 3. От 6 до 12 строк
  - 4. Более 12 строк
- Касса
- Ед. изм.
- Показатели
  - Выручка, руб.
  - Количество в нат. выпр.
  - Средняя цена реализации, руб.
  - Количество строк чеков
  - Средняя выручка по строке чека, руб.
  - Количество строк чеков на кассу
  - Среднесуточная выручка, руб.
  - Количество касс
  - Количество дней

Выручка, руб.

2004/06

■ Выручка, руб. ■ Средняя цена реализации, руб.

	17	18	19	20	21	Час суток
01/06/2004	1,389	2,022	2,092	1,793	1,058	21,140
02/06/2004	1,960	1,746	2,290	2,025	1,464	19,590
03/06/2004	1,388	1,770	2,003	595	1,535	18,717
04/06/2004	1,507	1,669	1,943	1,500	1,255	18,831
05/06/2004	1,172	2,196	1,210	1,384	1,141	16,107
06/06/2004	1,379	1,512	873	1,114	1,247	17,772
	1,432	1,606	1,641	934	1,418	16,918
	1,466	1,799	1,459	1,634	1,453	16,929
	1,577	1,805	1,728	1,113	1,527	15,549
	<b>20,698</b>	<b>25,803</b>	<b>26,075</b>	<b>21,796</b>	<b>19,711</b>	<b>264,314</b>

2004/06 Row 16 of 16

**Возможность отображения на одном экране информации как в табличном, так и в графическом виде**

Cognos Connection - Банк сегодня - Microsoft Internet Explorer

Address: http://localhost/crn/cgi-bin/cognos.cgi?b\_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m\_tab=p44A6211D76F4EC91D8A5230595A0D19D

Мансуров Евгений

**Cognos Connection**

Home Preferences Log On Log Off About Help

Welcome Public Folders My Folders **Банк сегодня** Законодательство Статистика Банковская система Публикации Поиск Tools

Report View of banktoday

Курсы валют		18.08.05	19.08.05
AUD	Австралийский доллар	5	5
USD	Американский доллар	8	8

[подробней](#)

Цены на драгоценные металлы			
	Масса	Покупка	Продажа
Золото	1 г.	8	10
Палладий	1 г.	35	40
Платина	1 г.	20	25
Серебро	1 г.	4	6

[подробней](#)

Цена на мерные слитки			
	Масса	Покупка*	Продажа**
Золото	1 г.	300	234 234
Платина	5 г.	34 534 534	34 234
Серебро	10 г.	44	234 234

[подробней](#)

Ставка рефинансирования **12%**

[подробней...](#)

**Текущие ставки по операциям Национального банка на финансовом рынке**

кредит "овернайт"	17%
двусторонние операции	17%
депозиты	3%..4%

[подробней...](#)

**Ставки отсечения по регулярным аукционным операциям Национального банка**

> ломбардный аукцион 14 дн.	28.01.05	21.00
> ломбардный аукцион 7 дн.	23.02.05	20.00
> размещение КО 28 дн.	15.08.05	10.51
> размещение КО 14 дн.	03.08.05	9.42

[график аукционов](#)

Ежедневные ставки межбанковского рынка		14.08.05	15.08.05
в национальной валюте		4,5	4,5
в российских рублях		0	0
в СКВ		2,6	2,6

[подробней...](#)

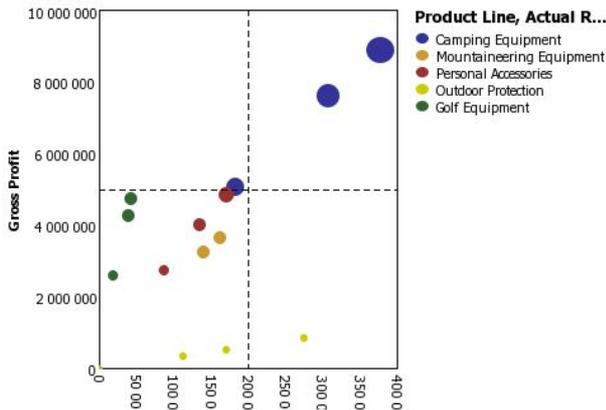
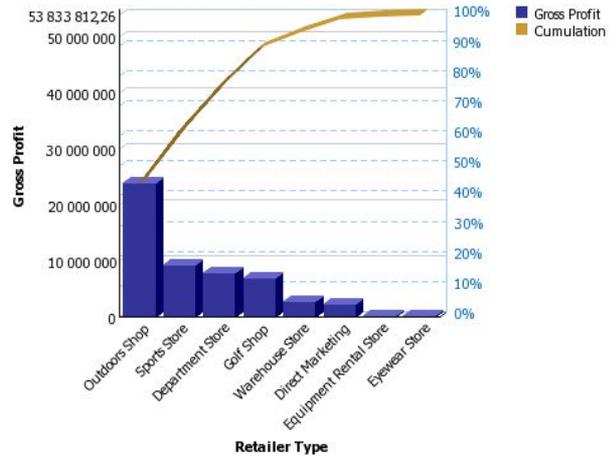
07.07.05 - Прогноз цен на драгоценные металлы (Золото, Палладий, Платина, Серебро) с сертификатом качества изд. лицам (кроме банков)

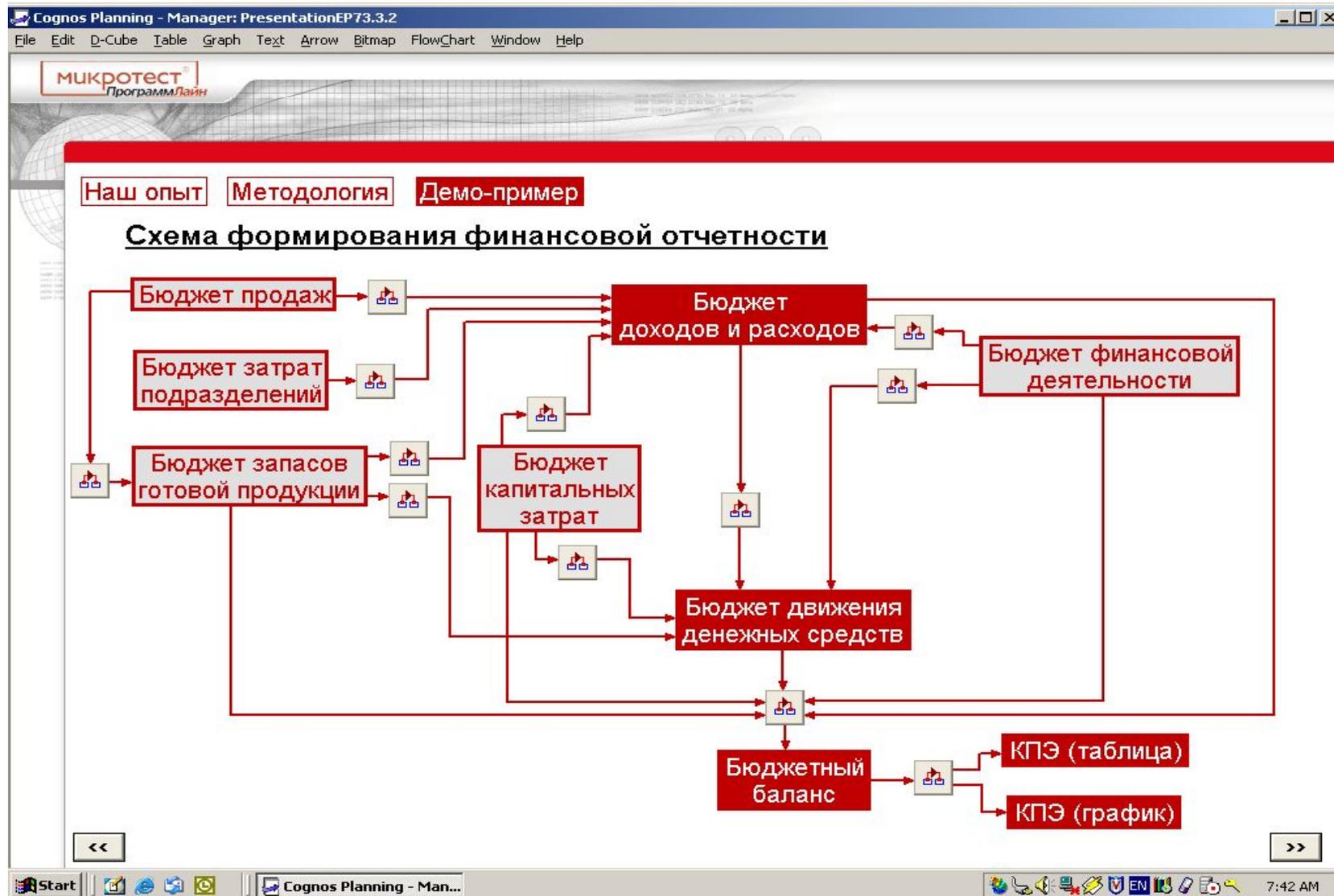
Done Local intranet

Пример отчета



Actual Revenue	2004	2005	2006
Camping Equipment	20 471 328,88	31 373 606,46	37 869 055,58
Mountaineering Equipment	0,00	9 642 674,54	11 248 676,06
Personal Accessories	7 144 797,52	10 955 708,04	13 793 960,30
Outdoor Protection	1 536 456,24	988 230,64	646 428,04
Golf Equipment	5 597 980,86	9 598 268,88	10 709 215,84





Cognos Planning - Analyst [Администратор]

File Edit D-Cube Window Help

[D-Cube] PresentationEP73.01 Бюджет продаж

2004 Итого по каналам сбыта

ОПТИМИСТИЧНЫЙ

	Реалистичный	Оптимистичный	Пессимистичный
Итого по всем регионам	100,000,000	120,000,000	65,000,000
01. Центр	40,000,000	24,000,000	13,000,000
02. Запад	20,000,000	24,000,000	13,000,000
03. Юг	10,000,000	24,000,000	13,000,000
04. Восток	18,000,000	24,000,000	13,000,000
05. Север	12,000,000	24,000,000	13,000,000

01. Центр

Start | Microsoft PowerPoint - [C...] | Cognos Planning - Ana... | 7:59 AM

Cognos Planning - Analyst [Администратор]

File Edit D-Cube Window Help

[D-Cube] PresentationEP73.06 Бюджет доходов и расходов

Итого по компании 2004 Реалистичный

	Реалистичный	Оптимистичный	Пессимистичный
<b>ДОХОДЫ</b>			
Реализация	100,000,000	120,000,000	65,000,000
Себестоимость	28,000,000	31,000,000	21,000,000
Валовая прибыль	72,000,000	89,000,000	44,000,000
<b>РАСХОДЫ</b>			
Расходы на персонал	25,489,171	0	0
Содержание помещений	3,069,232	0	0
Безопасность	1,469,378	0	0
Коммунальные услуги	3,720,216	0	0
Аренда помещений	3,862,198	0	0
Содержание оборудования	1,062,786	0	0
Коммуникационные расходы	2,573,785	0	0
Расходы на транспорт	927,197	0	0
Финансовые затраты	265,399	0	0
Расходы на маркетинг и рекламу	427,638	0	0
Налоги	9,074,583	0	0
Представительские расходы	1,821,567	0	0
Страхование	960,914	0	0
Прочие расходы	4,186,656	0	0
Итого операционных расходов	58,910,720	0	0
ЕВИТДА	13,089,280	89,000,000	44,000,000
Амортизация ОС и НМА	0	0	0
Здания, сооружения, земля	0	0	0
Торговое и складское оборудование	0	0	0
Офисная мебель, оборудование	0	0	0
Безопасность и связь	0	0	0
Транспорт 5У	0	0	0
Транспорт 3У	0	0	0
Оргтехника	0	0	0

Реализация

Start Microsoft PowerPoint - [C... Cognos Planning - Ana... 8:08 AM

Powerplay Transformer - PROFIT~1

Файл Правка Вид Выполнить Диаграмма Сервис Окно Справка

Измерения

Город	Год	Товар	Наценка	Уровень конкуренции	Наличие целевой рекламы
Город	Год	Товар	Наценка	Уровень конкуренции	Наличие целевой рекламы
Магазин	Квартал				
Товар	Месяц				

Показатели

- Рентабельность продаж
- Объем продаж
- Прибыль
- План по прибыли
- Степень выполнения плана
- План/Факт
- План - Факт
- Количество ассортиментных позиций
- Количество магазинов

Источники данных

Детальные продажи

Город	Магазин	Год	Кв	Ме	Товар	Урове
Москва	Останкинский	1996	I	1	Ветчина	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	1	Копченая к	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	1	Фарш	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	2	Ветчина	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	2	Копченая к	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	2	Фарш	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	3	Ветчина	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	3	Копченая к	Значит
Москва	Останкинский	1996	I	3	Фарш	Значит
Москва	Останкинский	1996	II	4	Ветчина	Значит
Москва	Останкинский	1996	II	4	Копченая к	Значит
Москва	Останкинский	1996	II	4	Фарш	Значит
Москва	Останкинский	1996	II	5	Ветчина	Значит

User Classes

- Администраторы
  - Высшее руководство
    - Маркетологи
    - Отдел продаж
      - Московский филиал
      - Питерский филиал
      - Самарский филиал
    - Финансисты

Многомерные кубы

- Продажи
  - Администраторы
    - Высшее руководство
      - Маркетологи
      - Отдел продаж
        - Московский филиал
        - Питерский филиал
        - Самарский филиал
      - Финансисты
  - Финансы
    - Администраторы
      - Высшее руководство
        - Финансисты

Модуль PowerPlay Transformer для проектирования, Генерации и администрирования многомерных аналитических Моделей (OLAP-кубов)

Поддержка нескольких таблиц фактов разной гранулярности в одном OLAP-кубе

Поддержка иерархических показателей

PowerPlay - [PPlay1 of retail\_sales\_3 (Исследователь)]

Файл Правка Вид Вставка Исследователь Вычислить Формат Сервис Окно Справка

Сектор 2004/06 Час суток 1. Не более 100 руб. 3. От 6 до 12 строк Касса Ед. изм. Выручка, руб. Средняя цена реализации, руб.

C:\1\cognos\mosmart\data1\syng\cub

- Сектор
- Дата
- Час суток
- Сумма чека
  - 1. Не более 100 руб.
  - 2. От 100 до 250 руб.
  - 3. От 250 до 500 руб.
  - 4. От 500 до 1000 руб.
  - 5. От 1000 до 2000 руб.
  - 6. Более 2000 руб.
- Строк в чеке
  - 1. 1 строка
  - 2. От 2 до 5 строк
  - 3. От 6 до 12 строк
  - 4. Более 12 строк
- Касса
- Ед. изм.
- Показатели
  - Выручка, руб.
  - Количество в нат. вып.
  - Средняя цена реализации, руб.
  - Количество строк чеков
  - Средняя выручка по строке чека, руб.
  - Количество строк чеков на кассу
  - Среднесуточная выручка, руб.
  - Количество касс
  - Количество дней

Выручка, руб.

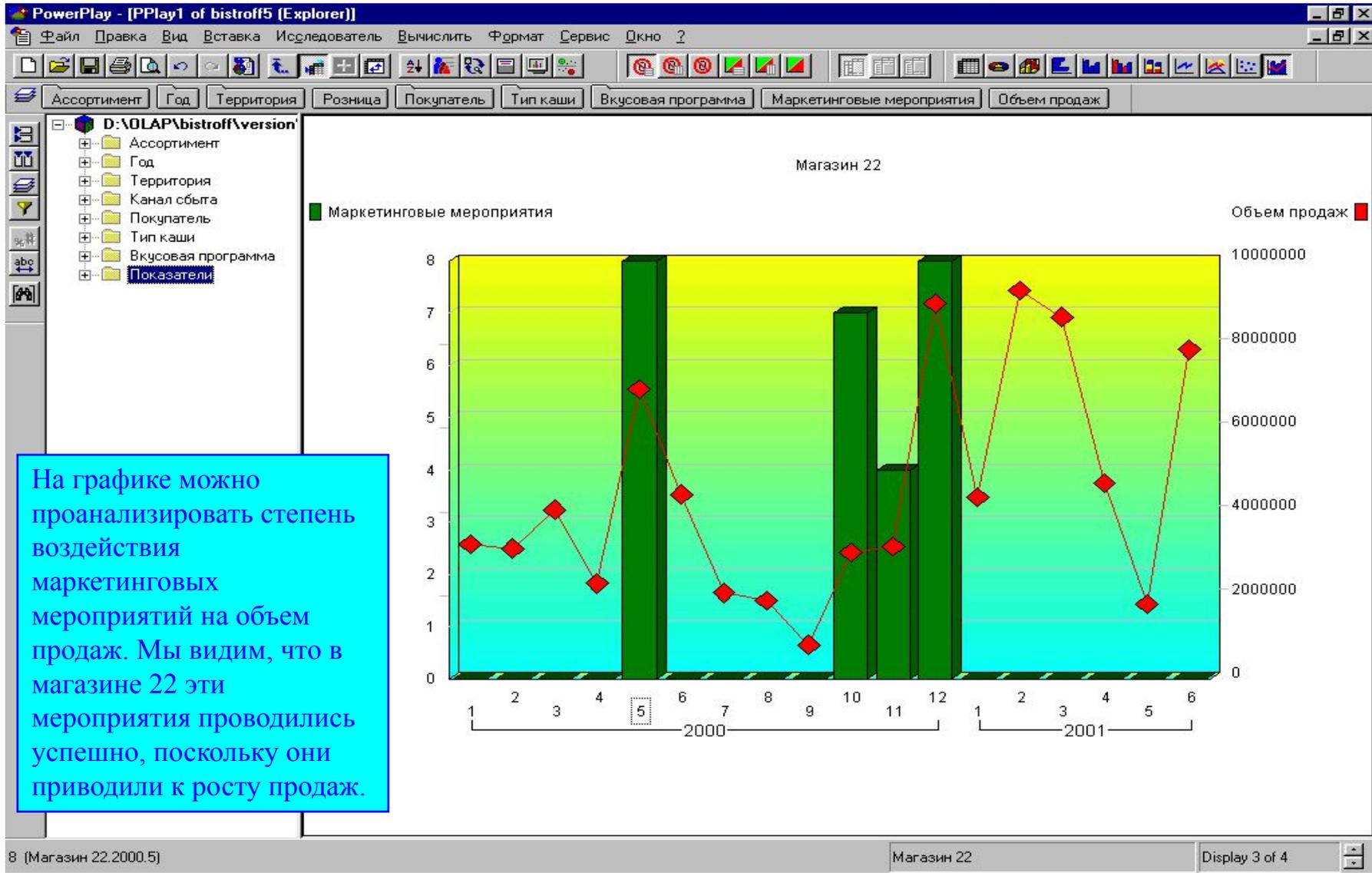
2004/06

■ Выручка, руб. ■ Средняя цена реализации, руб.

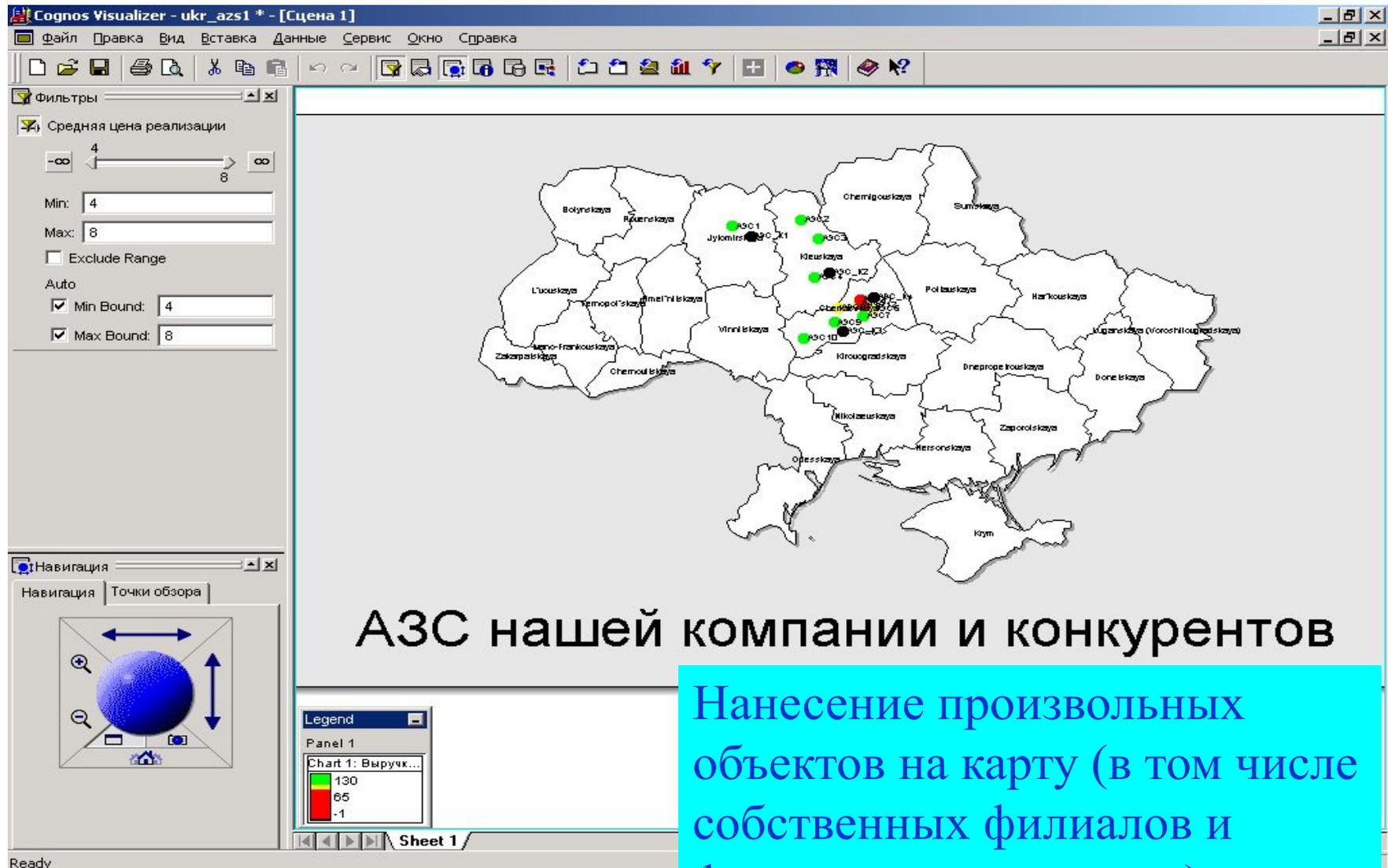
	17	18	19	20	21	Час суток
01/06/2004	1,389	2,022	2,092	1,793	1,058	21,140
02/06/2004	1,960	1,746	2,290	2,025	1,464	19,590
03/06/2004	1,388	1,770	2,003	595	1,535	18,717
04/06/2004	1,507	1,669	1,943	1,500	1,255	18,831
05/06/2004	1,172	2,196	1,210	1,384	1,141	16,107
06/06/2004	1,379	1,512	873	1,114	1,247	17,772
	1,432	1,606	1,641	934	1,418	16,918
	1,466	1,799	1,459	1,634	1,453	16,929
	1,577	1,805	1,728	1,113	1,527	15,549
	<b>20,698</b>	<b>25,803</b>	<b>26,075</b>	<b>21,796</b>	<b>19,711</b>	<b>264,314</b>

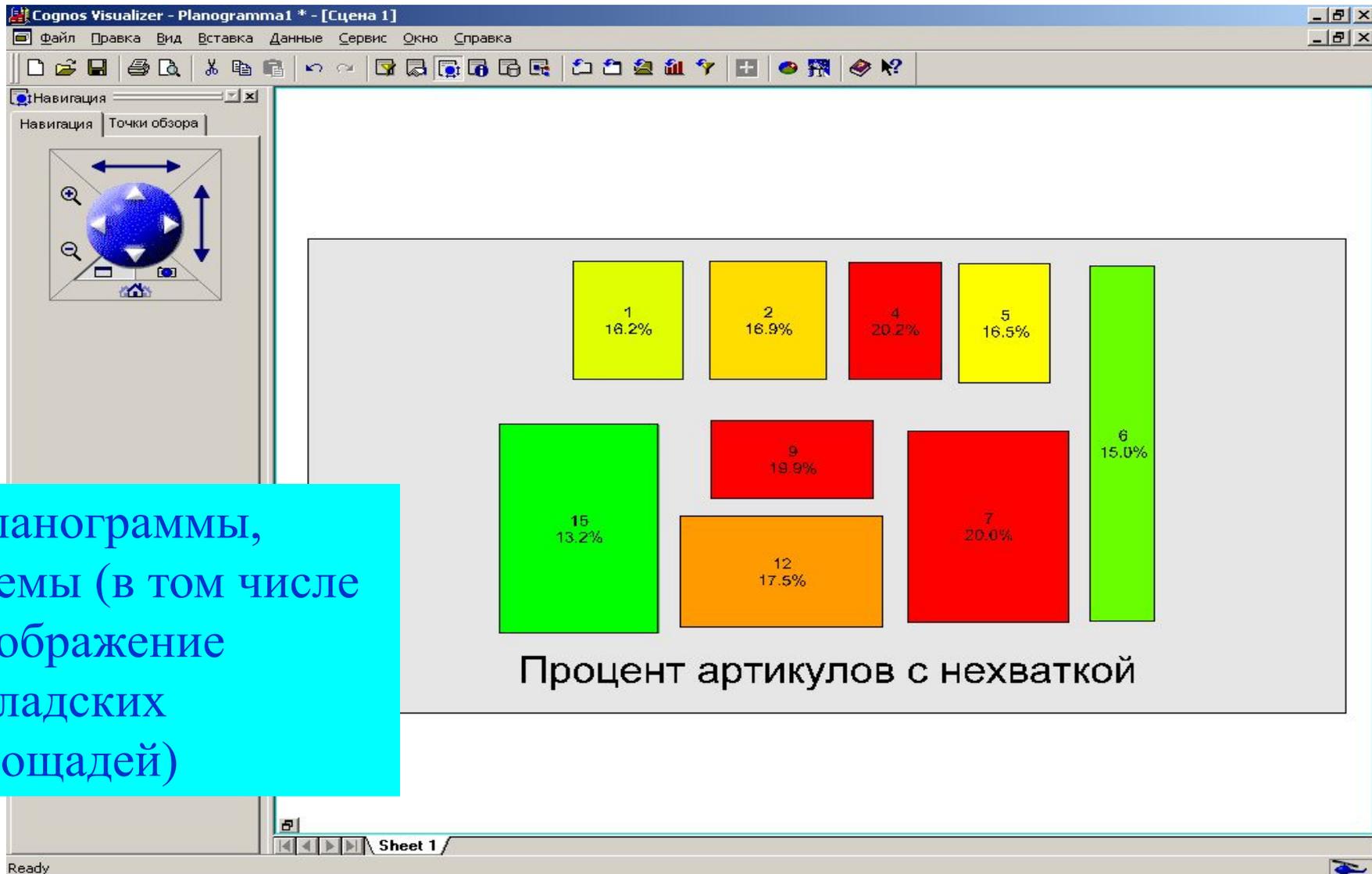
2004/06 Row 16 of 16

**Возможность отображения на одном экране информации как в табличном, так и в графическом виде**



На графике можно проанализировать степень воздействия маркетинговых мероприятий на объем продаж. Мы видим, что в магазине 22 эти мероприятия проводились успешно, поскольку они приводили к росту продаж.





Планограммы, схемы (в том числе отображение складских площадей)