

**Формирование товарного
портфеля формата УДОБНЫЙ
МАГАЗИН.**

Разделы:

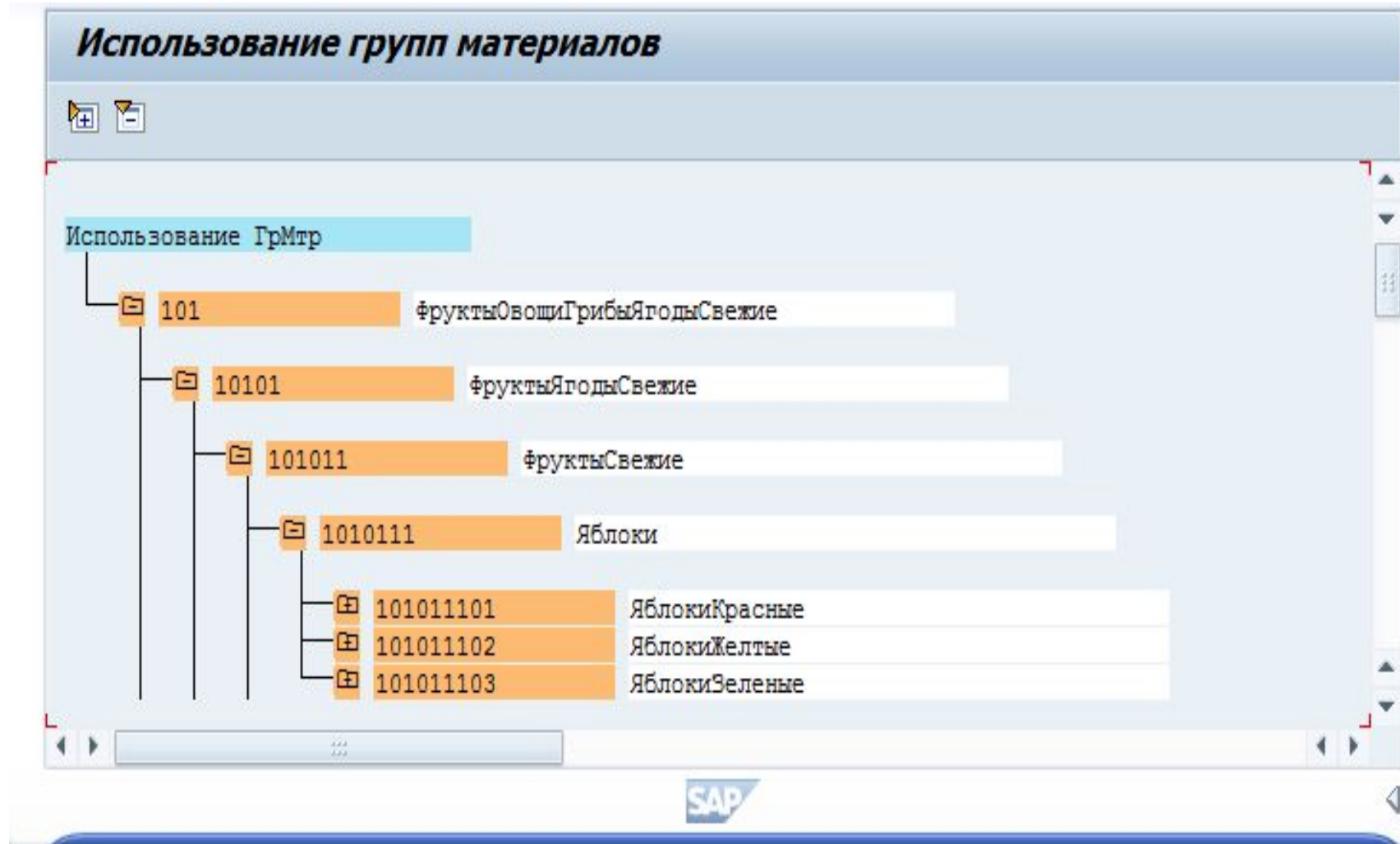
**КЛАССИФИКАТОР.
РОЛИ ГРУПП.**

2013 год

Классификатор.

- Формирование классификатора заключается в выделении групп товаров (в нашем случае группировка происходит на шести уровнях классификатора) по потребительским свойствам товара
- Уровень классификатора представляет собой общность товаров, направленную на удовлетворение конкретных нужд потребителя. Объединение происходит либо по смыслу (соусы), либо по составу (молочные продукты), либо по тому и другому.
- Из всех сформулированных потребительских свойств выбираются наиболее значимые, то есть те, которыми интуитивно или осознанно руководствуется любой потребитель. Основной критерий выбора: переключаемость между товарами с разными значениями потребительских свойств, причисляемых к основным,

Классификатор ассортиментной матрицы (SAP)



Классификатор ассортиментной матрицы (ВІ)

| Уровень Иерархии Групп Материалов 1 | Уровень Иерархии Групп Материалов 2 | Уровень Иерархии Групп Материалов 3 | Уровень Иерархии Групп Материалов 4 | Уровень Иерархии Групп Материалов 5 | Группа материалo в | Наименование группы материалов |
|----------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------|--------------------------------|
| Скоропортящиеся Товары | ФруктыОвощиГрибыЯгодыСвежие | ФруктыЯгодыСвежие | ФруктыСвежие | Яблоки | 101011101 | ЯблокиКрасные |
| | | | | | 101011103 | ЯблокиЗеленые |
| | | | | Груши | 101011201 | Груши |
| | | | | Цитрусовые | 101011301 | Апельсин |
| | | | | | 101011302 | Мандарин |
| | | | | | 101011303 | Грейпфрут |
| | | | | | 101011304 | Лимон |
| | | | | | 101011305 | Лайм |
| | | | | Бананы | 101011401 | БананыСтандарт |
| | | | | | 101011402 | БананыМини |
| | | | | ФруктыКосточковые | 101011501 | Персик |
| | | | | | 101011503 | Нектарин |
| | | | | | 101011504 | Слива |
| | | | | Виноград | 101011601 | ВиноградБелый |
| 101011602 | ВиноградКрасный | | | | | |

РОЛИ групп товаров и коэффициенты значимости по формату.

Для каждой группы товаров, исходя из позиционирования формата и желаемых конкурентных преимуществ, определяется ее роль для формата.

Условно ассортимент магазина классифицируется по значимости следующим образом:

Продукция собственных цехов, свежие товары повседневного спроса (Группа А)

Продовольственные и высокооборотимые непродовольственные группы (Группа В)

Прочие непродовольственные группы основного ассортимента (Группа С)

Дополнительные непродовольственные группы (Группа D)

| Группа/ подгруппа | Характеристики групп/подгрупп | Диапазон значений коэффициента |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Группа А | Основа позиционирования, составляют конкурентное преимущество формата | 1,1 – 1,3 |
| Группа В | традиционно широко представлены в магазинах данного формата, решающие для выбора магазина покупателем, но не являются нашим конкурентным преимуществом – широкий ассортимент, сопоставим по широте с конкурентами | 1-1,1 |
| Группа С | доп. группы, не являющиеся мотивом посещения магазина - необходимый ассортиментный минимум | 0,9-1 |
| Группа D | Наличие этих групп является дополнительным фактором привлекательности, однако их ассортимент заведомо проигрывает ассортименту магазинов, специализирующихся на данном товаре | 0,7 - 1 |

РОЛИ групп и коэффициенты значимости для формата УДОБНЫЙ МАГАЗИН (без учета сезонных товаров)

* Товарные группы, отсутствующие в постоянном ассортименте формата ГАСТРОНОМ АЛМИ.

| СВЕЖИЕ ТОВАРЫ | ФАКТ | | ПЛАН | |
|-----------------------------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| Группа товаров | Категория | Коэффициент значимости | Категория | Коэффициент значимости |
| Фрукты овощи грибы ягоды кроме замороженных сушеных | A | 1,2 | A | 1,3 |
| Фрукты овощи грибы ягоды замороженные | B | 1 | B | 1 |
| Молоко и молокопродукты | B | 1,1 | A | 1,3 |
| Рыбная продукция (кроме консервации) | B | 1,1 | A | 1,2 |
| Мясо и мясопродукты | A | 1,2 | A | 1,3 |
| Мясоколбасные изделия | B | 1,1 | A | 1,3 |
| Кулинария готовая | A | 1,3 | B | 1 |
| Птица и продукты из птицы | A | 1,3 | A | 1,3 |
| Кулинария замороженная | B | 1 | B | 1 |
| Яйцо | B | 1 | B | 1 |

| ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ | ФАКТ | | ПЛАН | |
|--------------------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| Группа товаров | Категория | Коэффициент значимости | Категория | Коэффициент значимости |
| Напитки безалкогольные | В | 1 | А | 1,1 |
| Пиво | В | 1 | А | 1,1 |
| Чай | В | 1 | В | 1 |
| Кофе, какао | В | 1 | В | 1 |
| Консервы | В | 1 | В | 1 |
| Соусы | В | 1 | В | 1 |
| Детское питание | В | 1 | В | 1 |
| Масло растительное | В | 1 | В | 1 |
| Сыпучие продукты, бакалея | В | 1 | В | 1 |
| Пищевые концентраты | В | 1 | В | 1 |
| Специи и пряности | В | 1 | В | 1 |
| Чипсы, сухарики, снеки | В | 1 | А | 1,1 |
| Диетическое питание | В | 1 | В | 1 |
| Кондитерские сахарные и шок изделия | В | 1 | А | 1,2 |
| Кондитерские мучные изделия | А | 1,1 | А | 1,2 |
| Зерновая продукция | В | 1 | В | 1 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия | А | 1,2 | А | 1,3 |
| Табачные изделия и аксессуары | В | 1 | В | 1 |
| Алкогольные напитки | В | 1,1 | В | 1,1 |
| Сухофрукты и орех | В | 1 | В | 1 |
| | В | 0,7 - 1 | В | 0,7 - 1 |

| НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ | ФАКТ | | ПЛАН | |
|------------------------------------------------------|-----------|---------------------------|-----------|---------------------------|
| Группа товаров | Категория | Коэффициент значимости | Категория | Коэффициент значимости |
| Моющие средства | C | 1 | C | 1 |
| Освежители | C | 0,9 | D | 0,7 – 1 |
| Средства гигиены полости рта | C | 1 | C | 1 |
| Мыло | C | 1 | C | 1 |
| Парфюмерия и косметика | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Средства ухода за волосами | C | 1 | C | 1 |
| Средства ухода за телом(ванна душ) | C | 0,9 | C | 0,9 |
| Средства гигиены | C | 1 | C | 1 |
| Товары для ухода за детьми* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Бутик(парфюмерия)* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Средства и приборы д/бритья | C | 1 | C | 1 |
| Инсектициды | C | 0,9 | D | 0,7 – 1 |
| Корма и средства ухода за животными | C | 1 | C | 1 |
| Одноразовая посуда и упаковка | C | 1 | C | 1 |
| Кухонный и домашний инвентарь | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Предметы и ср-ва ухода (за обувью, одеждой, мебелью) | C | 1 | C | 1 |

| НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ | ФАКТ | | ПЛАН | |
|------------------------------------------|-----------|---------------------------|-----------|---------------------------|
| Группа товаров | Категория | Коэффициент значимости | Категория | Коэффициент значимости |
| Товары для спорта и досуга* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Фототовары* | D | 0,7 | D | 0,7 |
| Часы* | D | 0,7 | D | 0,7 |
| Канцелярские товары* | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Игрушки | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Чулочно-носочные изд-я | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Нижнее белье* | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Мужская одежда* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Женская одежда* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Детская одежда* | D | 1 | D | 1 |
| Спортивная и джинсовая одежда* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Обувь* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Текстильная галантерея | C | 1 | D | 0,7 – 1 |
| Кожгалантерея и галантерея* | C | 0,9 | D | 0,7 – 1 |
| Аксессуары и средства ухода для авто* | D | 0,9 | D | 0,9 |
| Теле-видео-аудиоаппаратура* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Средства связи* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Мелкая бытовая техника | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Стройматериалы и инструменты* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Сувениры,свечи,вазы | C | 0,9 | D | 0,7 – 1 |
| Полиграфическая продукция | C | 0,9 | C | 0,9 |
| Садово-огородный инвентарь и инструмент* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |
| Садово-огородный материал* | D | 0,7 – 1 | D | 0,7 – 1 |