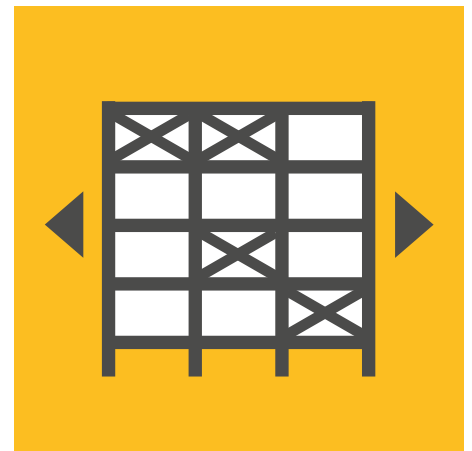
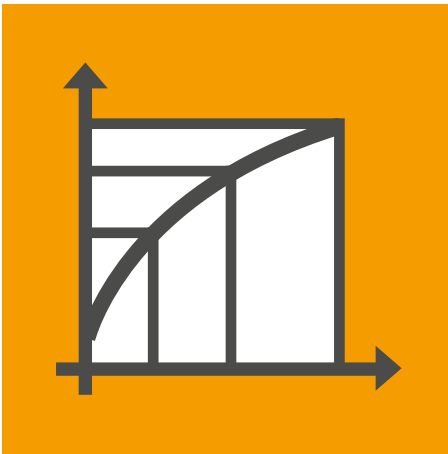


Der AssortmentFinder

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.

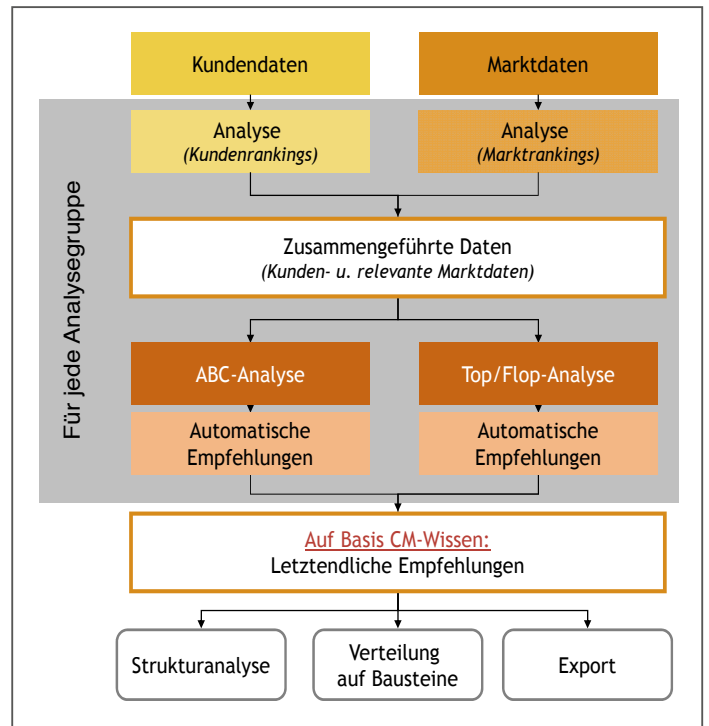
Unsere Lösung

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	50%
UMSATZ	50%
PROP. Ø UMSATZ	10%
ABSATZ	10%
PROP. Ø ABSATZ	10%
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%

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	26
neue Artikel mittels Anz. Wochen bestimmen	ja

Definition der Analysegruppen

Analysegruppe	Subsegment	Preisklasse
MW Wellness	egal	egal
MW MWO	egal	egal
MW WMZ m CO2	egal	egal
MW WMZ o CO2	egal	egal
MW WMZ Sport	egal	egal
MW WMZ Wellness	egal	egal
MW Schorle	egal	egal

Ergebnisausgabe

Marktartikel mit Distribution unter Grenzwert: erlösenden
Jede zweite Zeile hervorheben: ja

Sortierung: 1. Analysegruppe wie angegeben
 2. Rang (bester) aufsteigend
 3. aufsteigend

Parametereinstellung

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