



*«Психология российского потребителя.  
Как повысить конверсию посетителя в  
покупателя»*

# УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА

Павел Михайлов  
pnmix@mail.ru



Москва, 2013



*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»*

# Концепция магазина и ее значение при формировании ассортимента

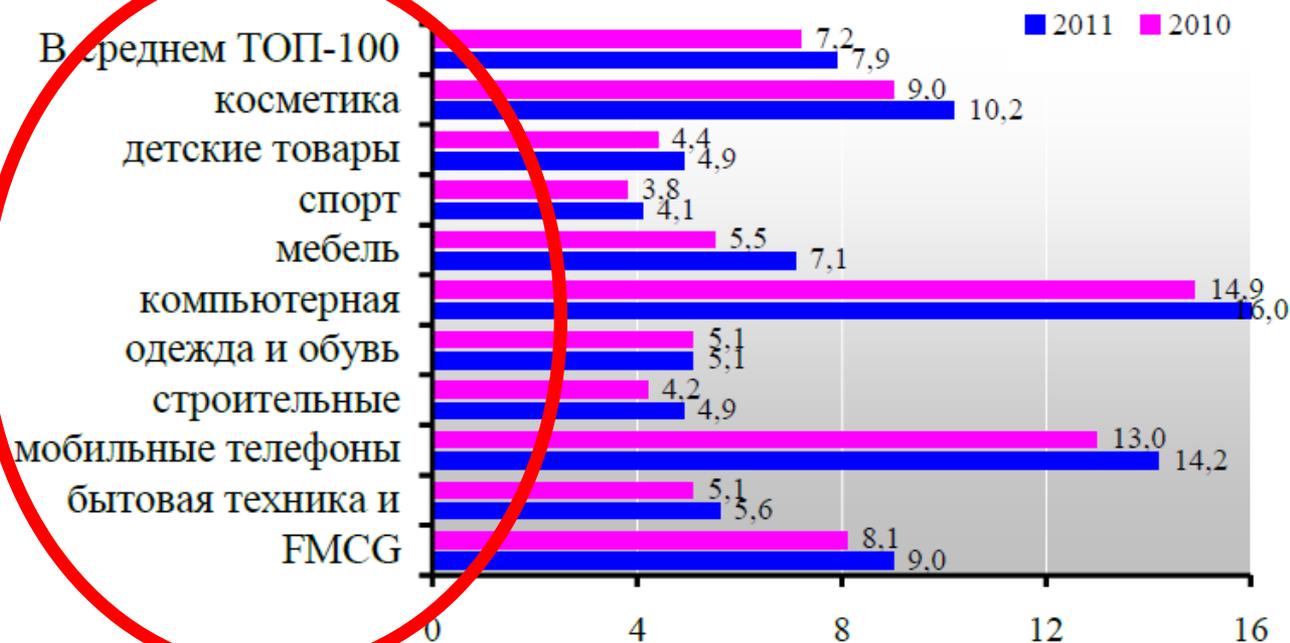




## «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА» Концепция магазина и ее значение при формировании ассортимента

### – Типы магазинов

Выручка с квадратного метра торговой  
площади сетей рейтинга ТОП-100 в 2010 и  
2011 году, тыс. долл.





# «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»

## Концепция магазина и ее значение при формировании ассортимента

### – Цели управления

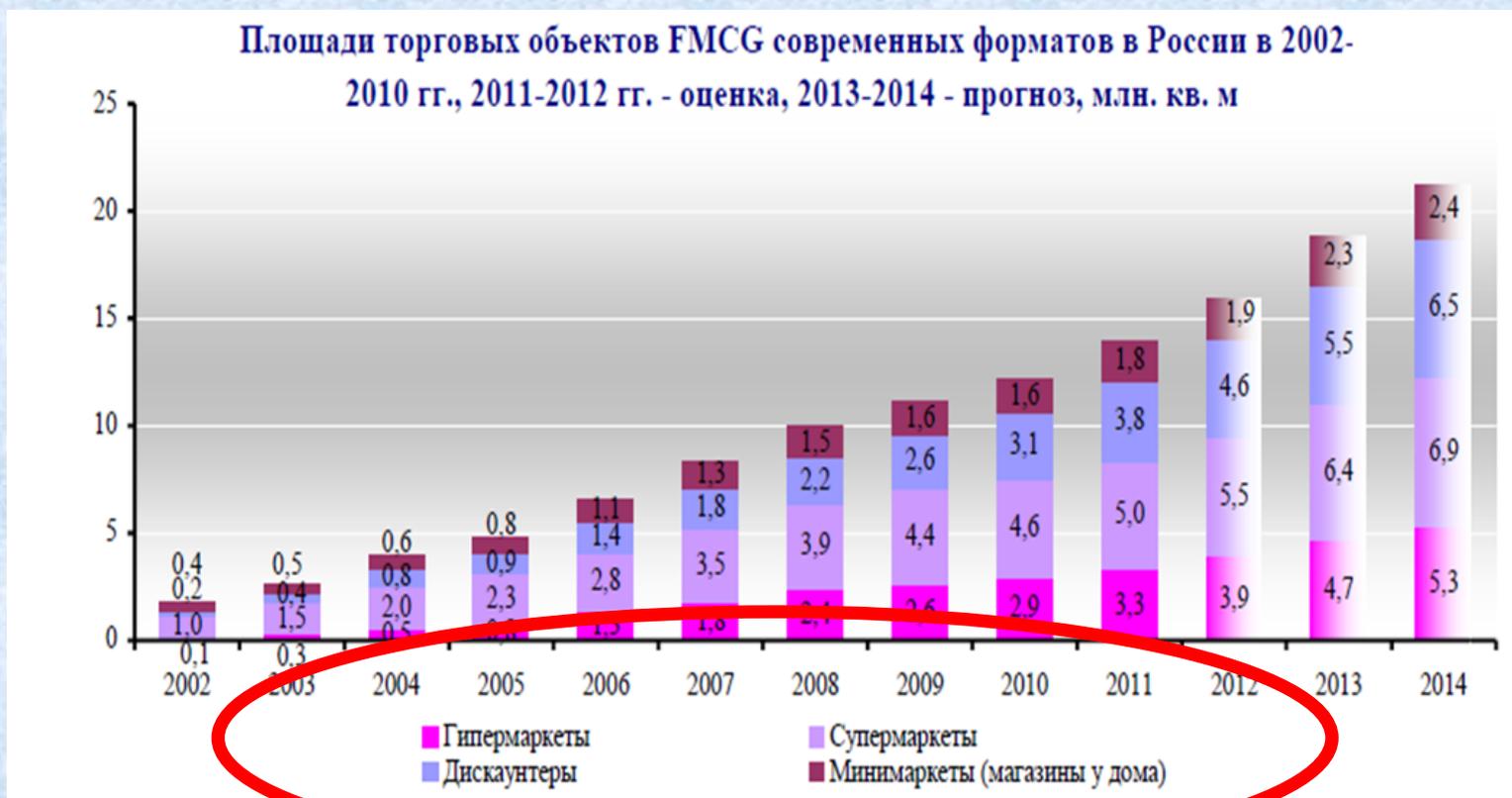
**Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга ТОП-100 в 2010 и 2011 году, тыс. долл.**





# «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА» Концепция магазина и ее значение при формировании ассортимента

## – Современные форматы магазинов FMCG





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»  
Концепция магазина и ее значение при  
формировании ассортимента*

**– Этапы управления ассортиментом**





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»*

# Принципы формирования ассортимента

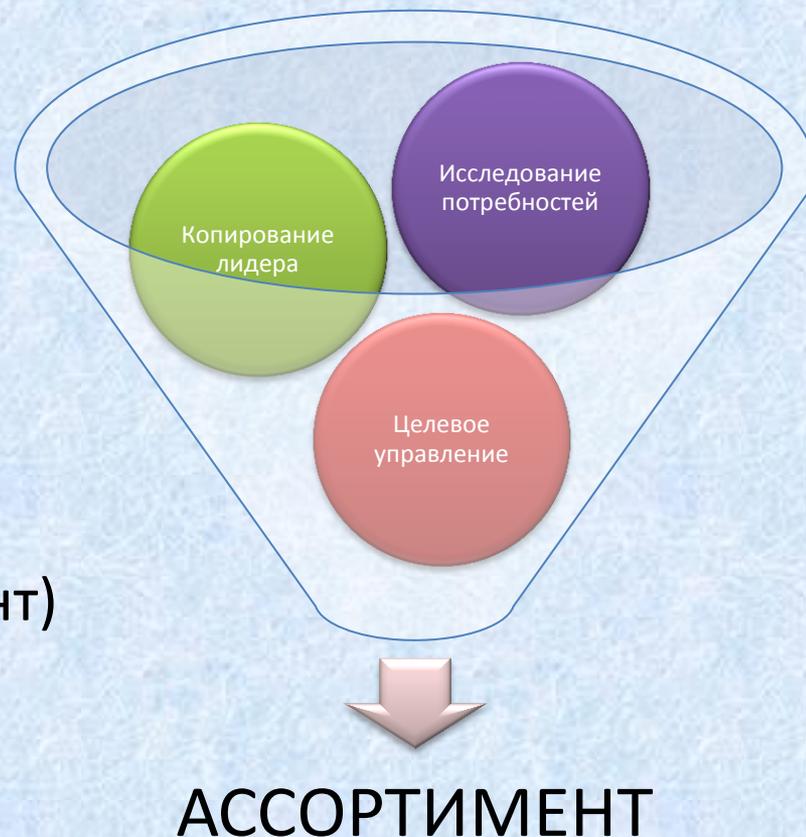




## «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА» Принципы формирования ассортимента

### – Базовые принципы управления ассортиментом

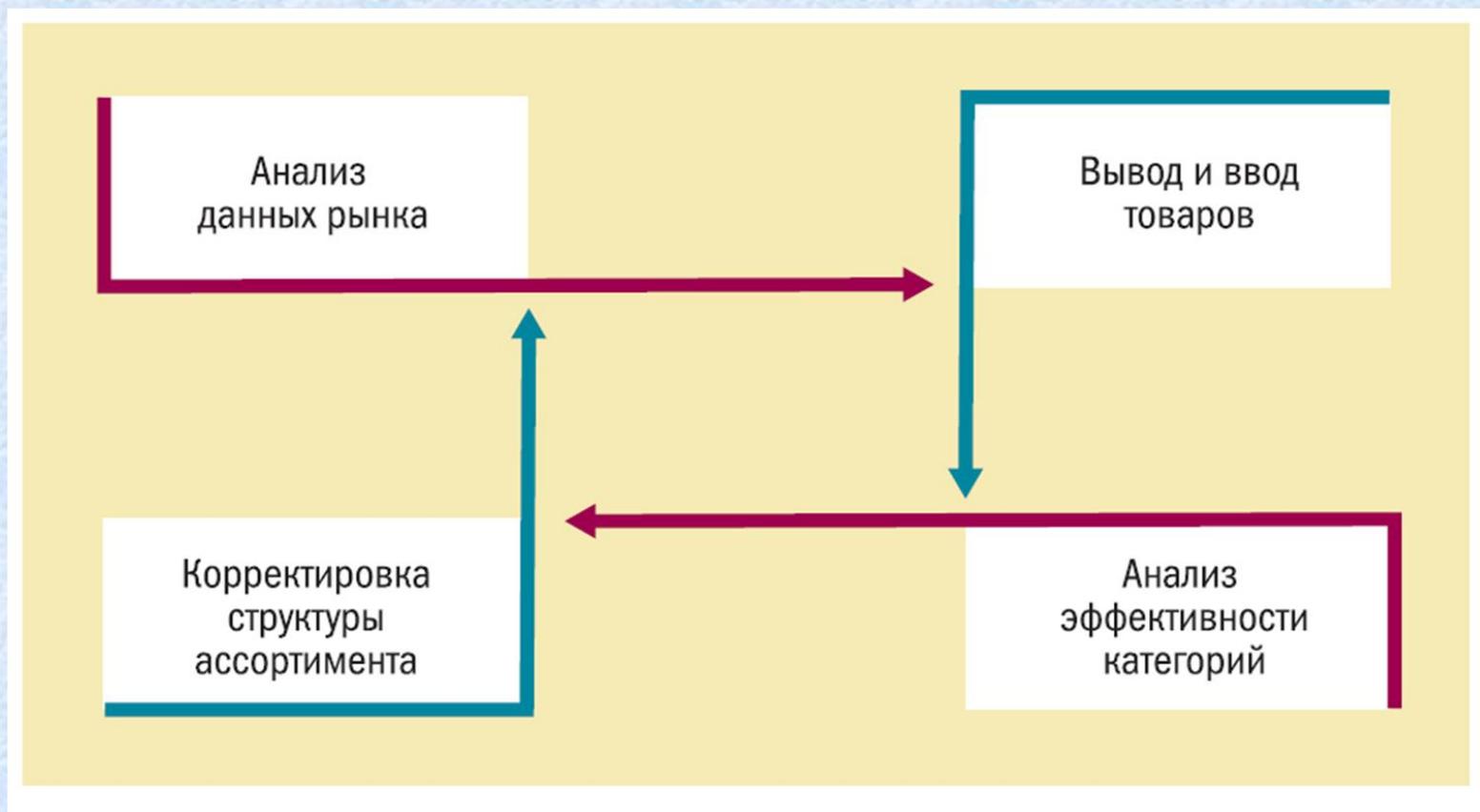
1. Исследование потребностей клиентов
2. Копирование лидера
3. Целевое управление (категорийный менеджмент)





## «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА» Принципы формирования ассортимента

### – Цикл оптимизации ассортимента





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»  
Соотношение товаров различных ценовых категорий*

# Соотношение товаров различных ценовых категорий





# «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»

## Соотношение товаров различных ценовых категорий

### – Структура ассортимента (критерии классификации)

1. Класс товаров

2. Товарные группы

3. Товарные категории

4. ...

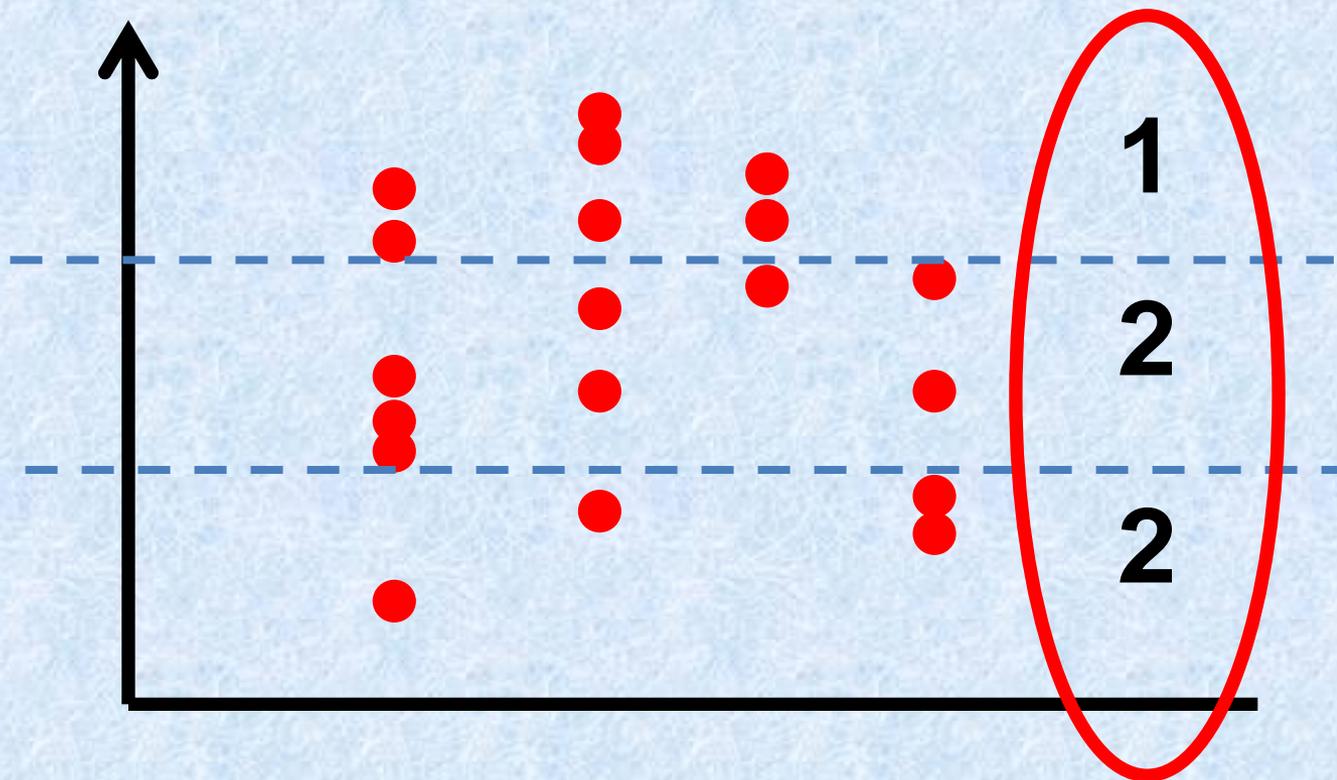
| КЛАСС                 | ТОВАРНЫЕ ГРУППЫ          | ТОВАРНАЯ КАТЕГОРИЯ  |
|-----------------------|--------------------------|---|
| НАПОЛЬНЫЕ<br>ПОКРЫТИЯ | ЛАМИНАТ                  | Ламинат<br>Аксессуары для ламината  |
|                       | ЛИНОЛЕУМ                 | Линолеум бытового<br>Линолеум коммерческий<br>Аксессуары для линолеума  |
|                       | КЕРАМИЧЕСКИЕ<br>ПОКРЫТИЯ | Керамическая плитка<br>Керамический гранит  |
|                       | ПАРКЕТ                   | Паркет<br>Паркетная доска<br>Паркет блокный   |
| ВНУТРЕННЯЯ ОТДЕЛКА    | ОБОИ                     | Структурные обои<br>Обои под покраску<br>Стеклообои   |
|                       | СТЕНОВЫЕ ПАНЕЛИ          | Панели МДФ<br>Пластиковые панели<br>Для влажных помещений   |
| НАРУЖНЯЯ ОТДЕЛКА      | КРЫШИ ДЛЯ<br>ОТДЕЛКИ     | Для бытовых помещений<br>Для промышленных помещений   |
|                       | ДВЕРИ                    | Межкомнатные двери<br>Входные двери<br>Фурнитура для дверей   |
|                       | ОКНА                     | Окна деревянные<br>Окна пластиковые<br>Подоконники  |
|                       | САЙДИНГ                  | Сайдинг ПВХ<br>Аксессуары к сайдингу  |
| САНТЕХНИКА            | ФАЯНС                    | Унитазы<br>Раковины и пьедесталы<br>Биде  |
|                       | ВАННЫ И КАБИНЫ           | Ванны акриловые<br>Ванны чугунные<br>Ванны с гидромассажем<br>Душевые кабины<br>Душевые кабины гидромассажные<br>Душевые уголки и поддоны |
|                       | СМЕСИТЕЛИ                | Смесители для раковины<br>Смесители для душа<br>Смесители для кухни<br>Смесители для биде<br>Душевые гарнитуры                            |
|                       | АКСЕССУАРЫ               | Душевые шторки, штанги<br>Аксессуары для ванной<br>Коврики для ванной<br>Зеркала, шкафчики<br>Сиденья                                     |
|                       | КОМПЛЕКТУЮЩИЕ            | Подводка<br>Сифоны и патрубки<br>Фитинги<br>Переходники   |





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»  
Соотношение товаров различных ценовых категорий*

**– Цены и определение ценовых категорий**





## «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА» Соотношение товаров различных ценовых категорий

### – Примеры соотношения товаров FMCG

Структура ассортимента по гаммам цен  
в зависимости от формата магазинов (в про-  
центах)

|                  | Дискаунтер | Гипермаркет | Супермаркет |
|------------------|------------|-------------|-------------|
| Высокая<br>гамма | 5          | 20          | 30          |
| Средняя<br>гамма | 50         | 50          | 40          |
| Низкая<br>гамма  | 45         | 30          | 30          |





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»*

# Выбор приоритетных направлений в ассортименте





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»  
Выбор приоритетных направлений в ассортименте*

**– Система показателей оценки эффективности**



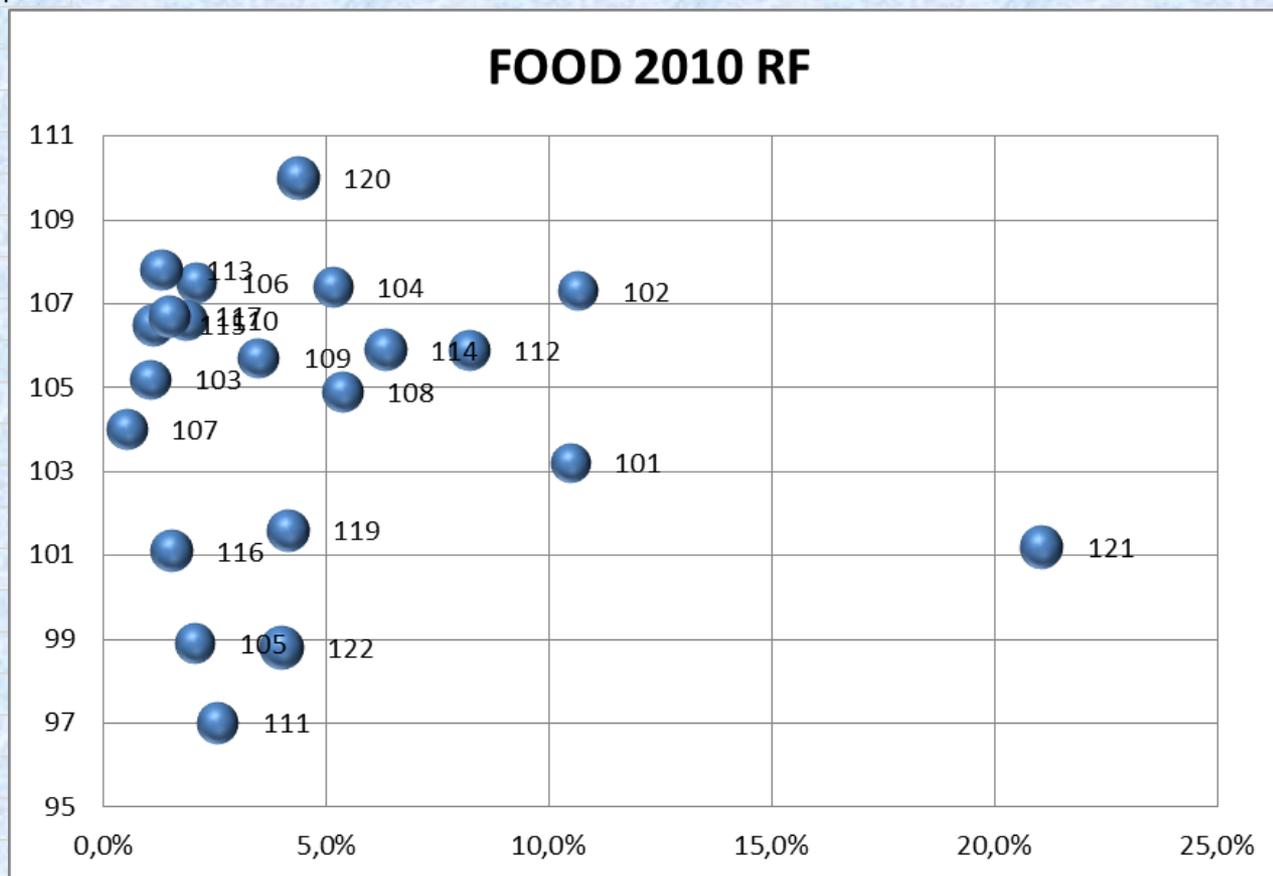


# «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»

## Выбор приоритетных направлений в ассортименте

### – Анализ ассортимента FOOD

|     |                                |
|-----|--------------------------------|
| 101 | Мясо животных и домашней птицы |
| 102 | Продукты из мяса               |
| 103 | Консервы из мяса               |
| 104 | Рыба и морепродукты            |
| 105 | Животные масла                 |
| 106 | Растительные масла             |
| 107 | Маргариновая продукция         |
| 108 | Цельномолочная продукция       |
| 109 | Сыры жирные                    |
| 110 | Яйцо птицы                     |
| 111 | Сахар                          |
| 112 | Кондитерские изделия           |
| 113 | Чай                            |
| 114 | Хлеб и хлебобулочные изделия   |
| 115 | Мука                           |
| 116 | Крупа                          |
| 117 | Макаронные изделия             |
| 118 | Свежий картофель               |
| 119 | Свежие овощи                   |
| 120 | Свежие фрукты                  |
| 121 | Алкогольные напитки и пиво     |
| 122 | Табачные изделия               |



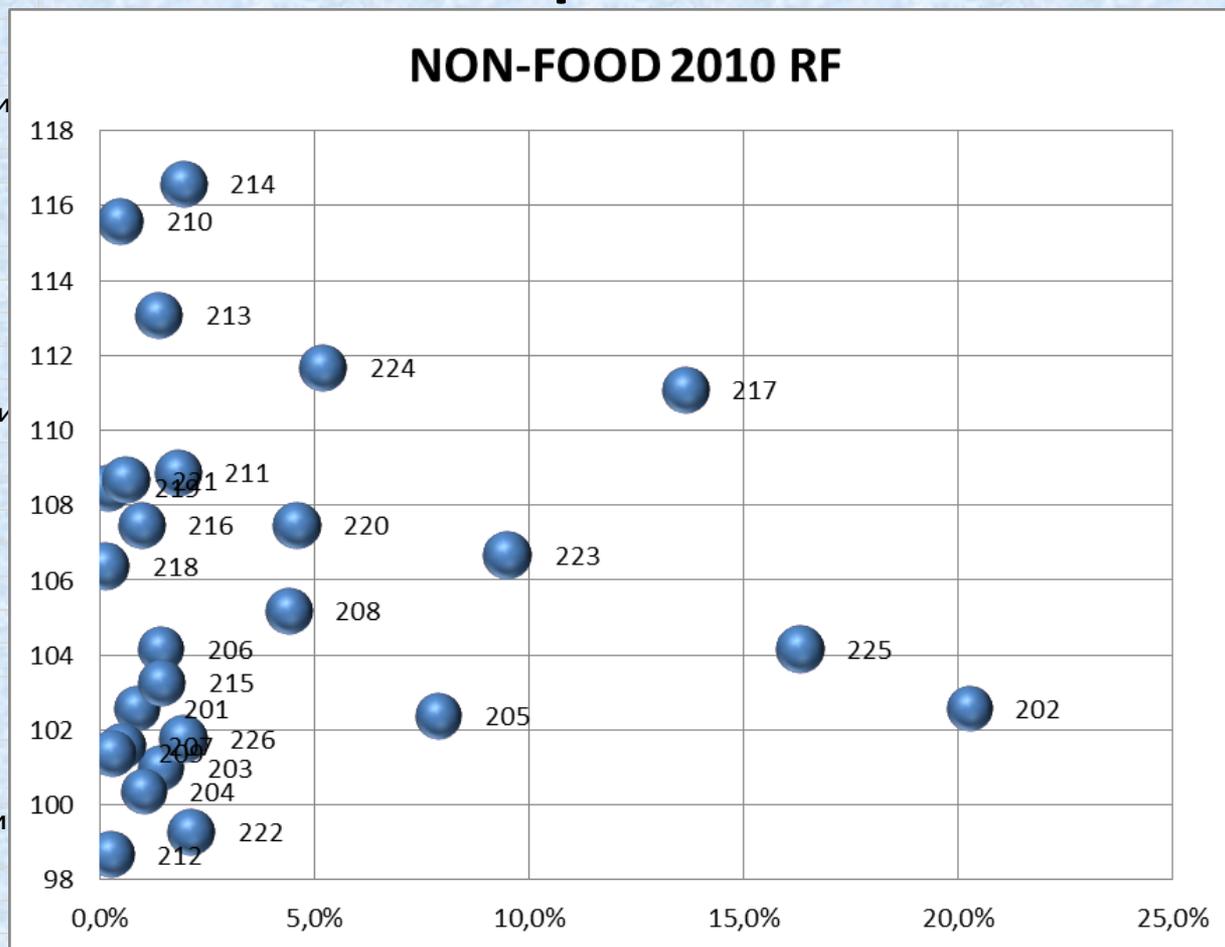


# «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»

## Выбор приоритетных направлений в ассортименте

|     |   |
|-----|---|
| 201 | Ткани   |
| 202 | Верхняя одежда  |
| 203 | Одежда из меха  |
| 204 | Чулочно-носочные изделия                              |
| 205 | Обувь кожаная   |
| 206 | Синтетические чистящие моющие и полирующие средства   |
| 207 | Туалетное и хозяйственное мыло                        |
| 208 | Косметические и парфюмерные товары                    |
| 209 | Часы  |
| 210 | Аудиоаппаратура                                       |
| 211 | Телевизоры  |
| 212 | Видеомагнитофоны                                      |
| 213 | Компьютеры в полной комплектации                      |
| 214 | Мобильные телефоны                                    |
| 215 | Холодильники и морозильники                           |
| 216 | Стиральные машины                                     |
| 217 | Автомобили легковые                                   |
| 218 | Мотоциклы   |
| 219 | Велосипеды и мотовелосипеды                           |
| 220 | Мебель бытовая  |
| 221 | Напольные покрытия, ковры и ковровые изделия          |
| 222 | Ювелирные изделия из драгоценных металлов             |
| 223 | Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары |
| 224 | Строительные материалы                                |
| 225 | Бензины автомобильные                                 |
| 226 | Книги, газеты и журналы                               |

## – Анализ ассортимента NONFOOD





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»  
Соотношение товаров различных ценовых категорий*

**– Требуется особых подходов**

*Управление социально-значимым,  
психологическим ассортиментом*

*Управление уникальным ассортиментом  
(PL) и новинками*

*Управление промо и распродажами  
(ассортимент-продвижение)*





*«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА»*

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**



Павел Михайлов  
pnmix@mail.ru