

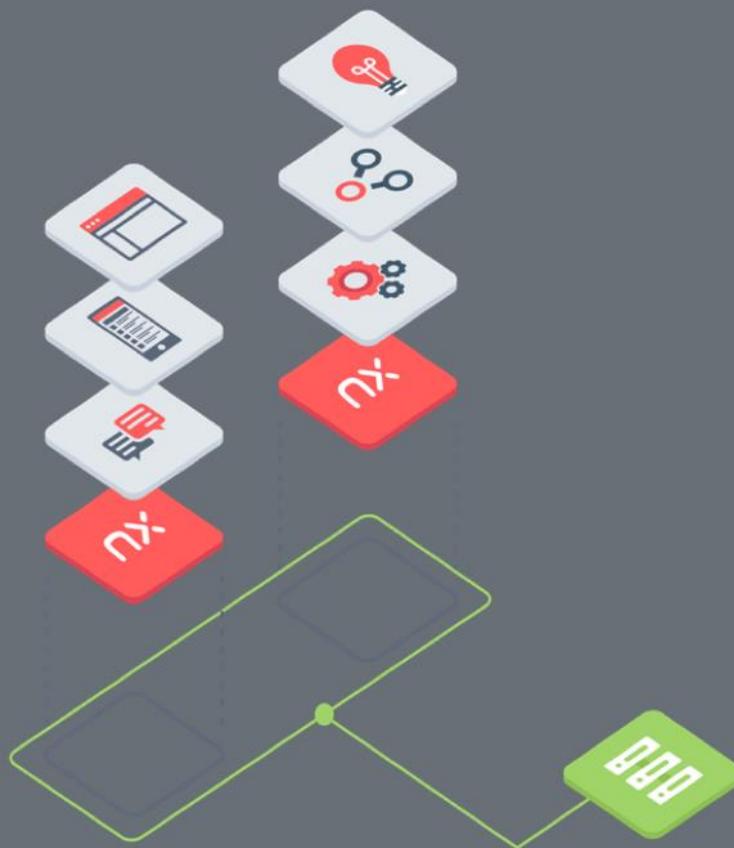
nextail

Начало работы с модулем «Переброски»

Июль 2020

Private and confidential





Содержание

- 1 **Обзор модуля Nextail "Переброски"**
- 2 Критерии, влияющие на прогноз спроса
- 3 Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию

Переброски - это ключевой способ максимизировать продажи, когда на складе нет остатков



*Переброски помогают **максимизировать продажи по полной цене и уменьшить избыток продукта** в конце его жизненного цикла и **в любой другой момент в течение всего сезона.***

Переброски приводят доступные остатки в соответствие со спросом



ACME PRODUCT 02776

182576 • 59.99 €

ОЦЕНОЧНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

▲ 2,400 €

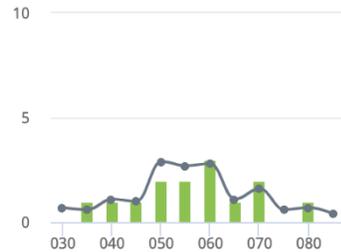
● Прогноз спроса

■ Неперемещенные продукты

■ Количество полученных единиц продукта
■ Количество отправленных единиц продукта

Магазин Асме 1

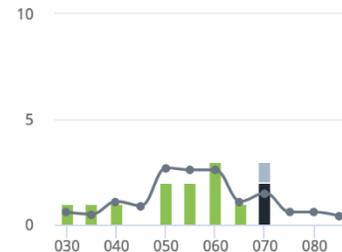
Forecast 16.3 • Final stock 14



[Show details](#)

Магазин Асме 2

Forecast 15.3 • Final stock 13



[Show details](#)

Магазин Асме 3

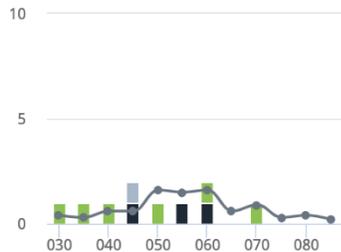
Forecast 12.3 • Final stock 10



[Show details](#)

Магазин Асме 4

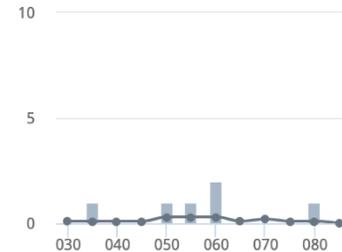
Forecast 9.1 • Final stock 9



[Show details](#)

Магазин Асме 5

Forecast 1.7 • Final stock 0



[Show details](#)

Магазин Асме 6

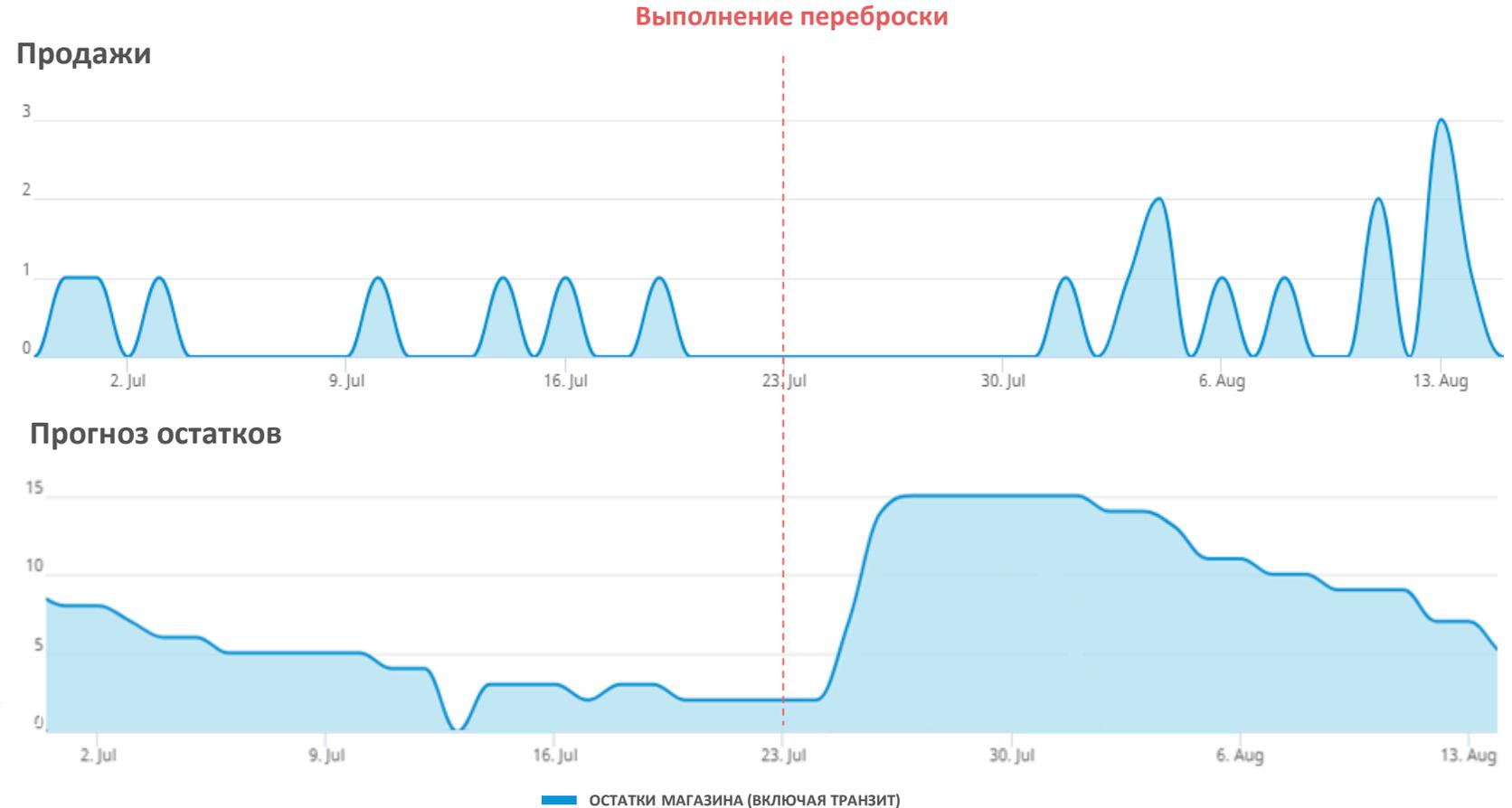
Forecast 0.0 • Final stock 0



[Show details](#)

Как только переданные единицы продукта получены, в магазинах-получателях возобновляются продажи

Пример



Потенциальное воздействие переброски измеряется как предполагаемый рост продаж (ESI) и отражает тот уровень продаж, который был бы, если бы переброска не была выполнена



АСМЕ PRODUCT 02776
182576 • 59.99 €

ОЦЕНОЧНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

▲ 2,400 €

● Прогноз спроса

■ Неперемещенные продукты

■ Количество полученных единиц продукта
■ Количество отправленных единиц продукта

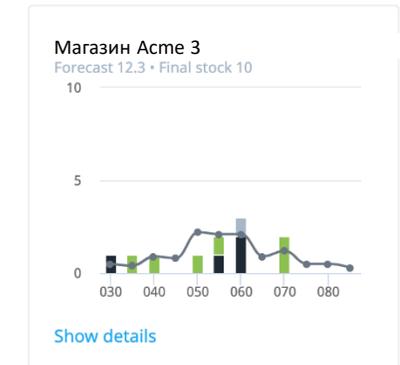
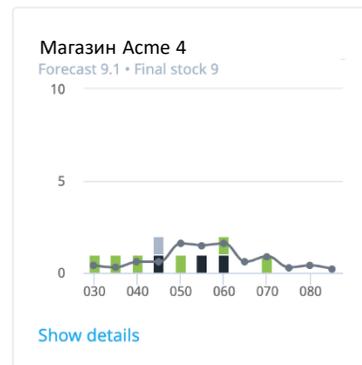
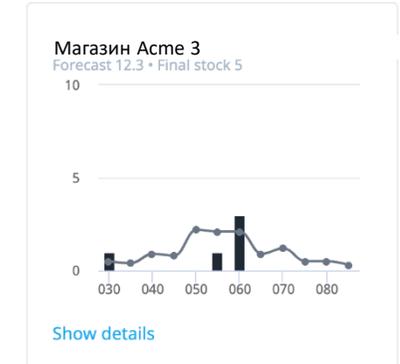
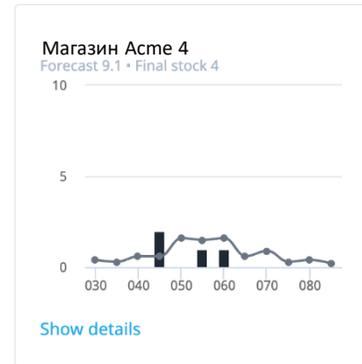
До переброски:

Начальные
предполагаемые
продажи ~ 960€

После

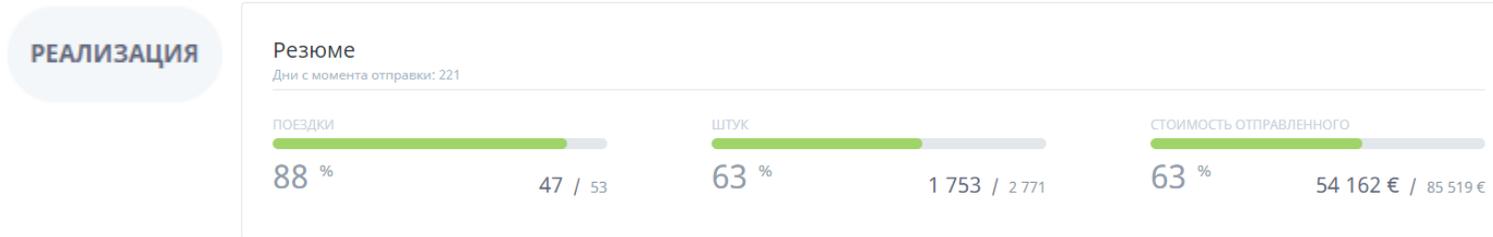
переброски:

Итоговые
предполагаемые
продажи ~ 3,360€



ESI = итоговые предполагаемые продажи - начальные предполагаемые продажи

Уровень выполнения и влияние на продажи можно отслеживать в подтвержденном сценарии



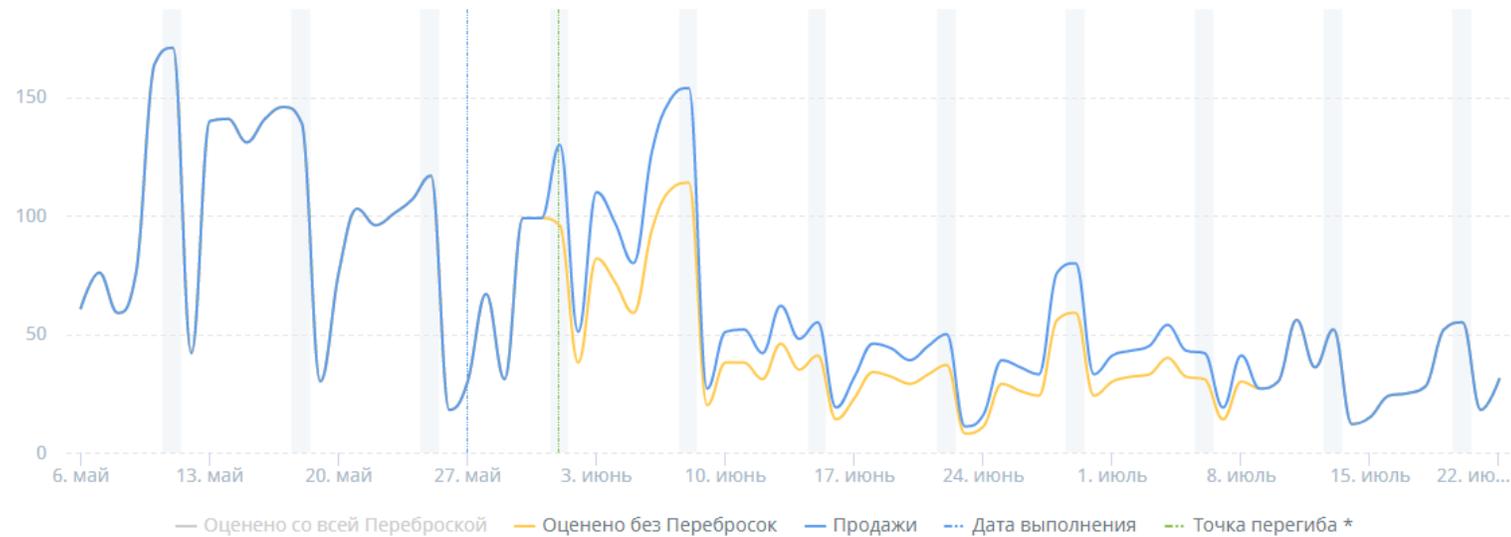
Фактическое увеличение продаж ▲ 566 штук

6 мая 2019 г. - 22 июля 2019 г. • 63% перемещено

штук

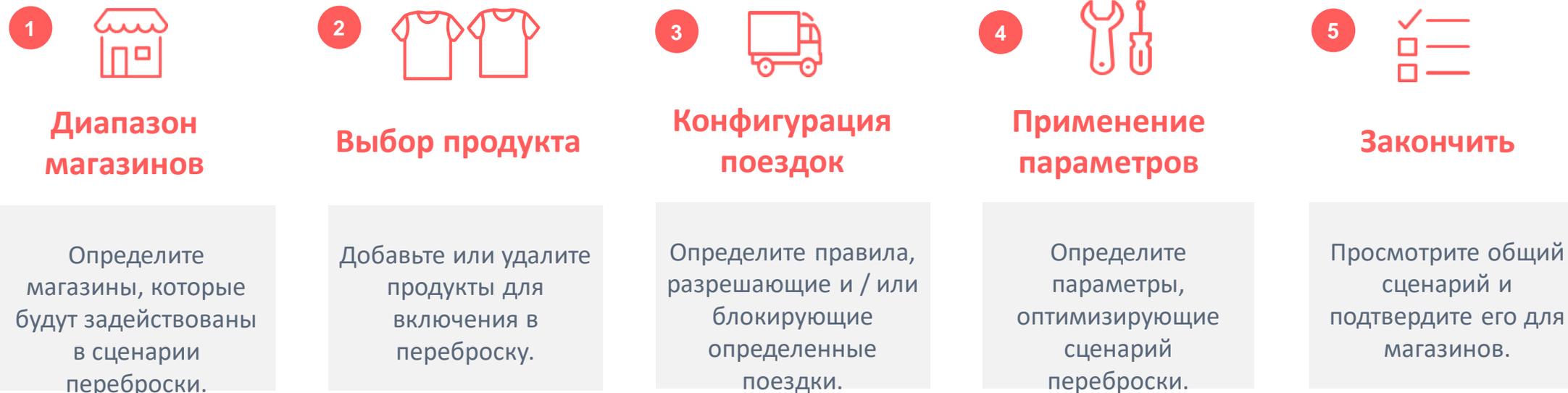
стоимость

Только перевезенные

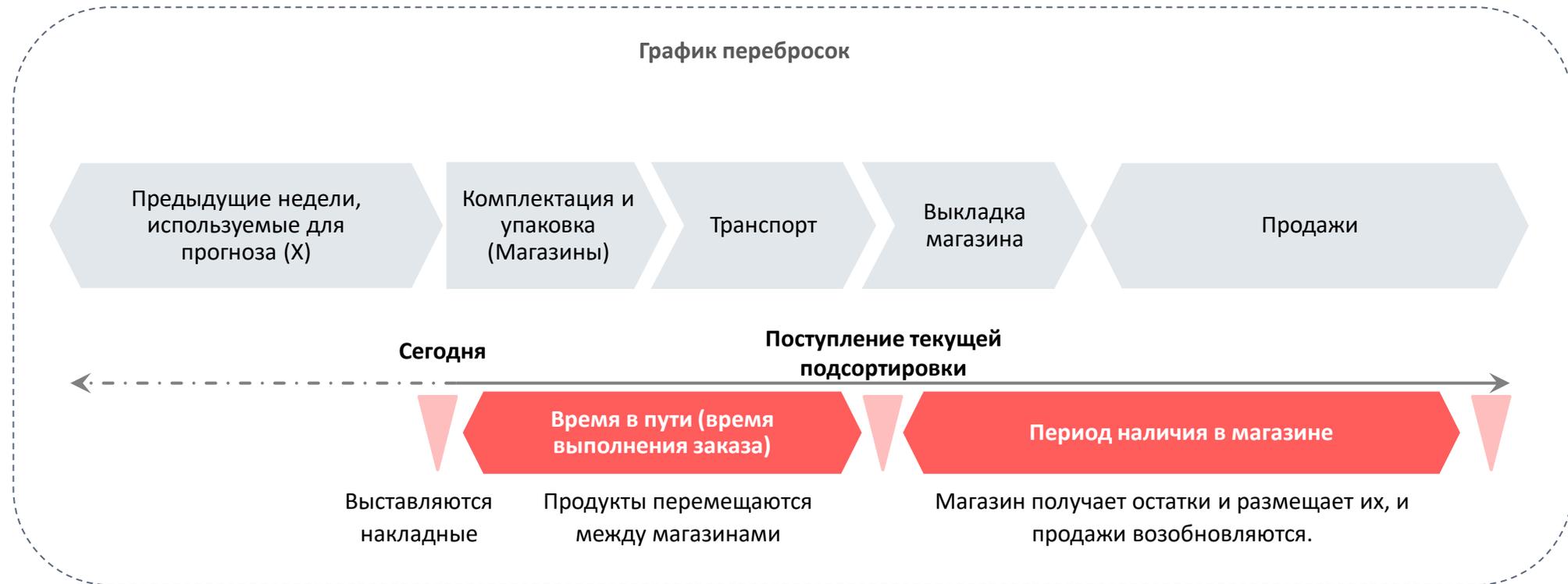


(* Дата, когда магазины переместили не менее 75% окончательно переданных единиц.

Для выполнения переброски необходимо всего 5 шагов



Nextail автоматически учитывает графики и сроки выполнения заказа клиентов

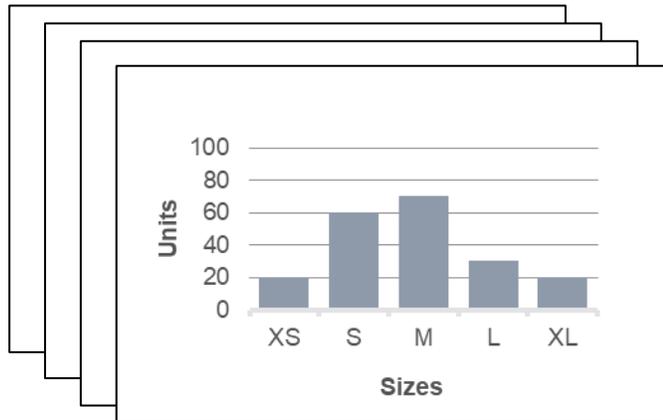


Алгоритм перебросок Nextail разделен на две фазы: Прогноз спроса и глобальная оптимизация

Алгоритм перебросок:

1. Прогноз спроса

2. Глобальная Оптимизация



Основные факторы расчета прогноза

Что самое лучшее можно сделать с каждым имеющимся продуктом...

- Максимизация вероятности продаж
- Учесть логистические затраты
- Учесть стоимость возможности перемещения его между магазинами
- Обеспечить соблюдение правил выкладки

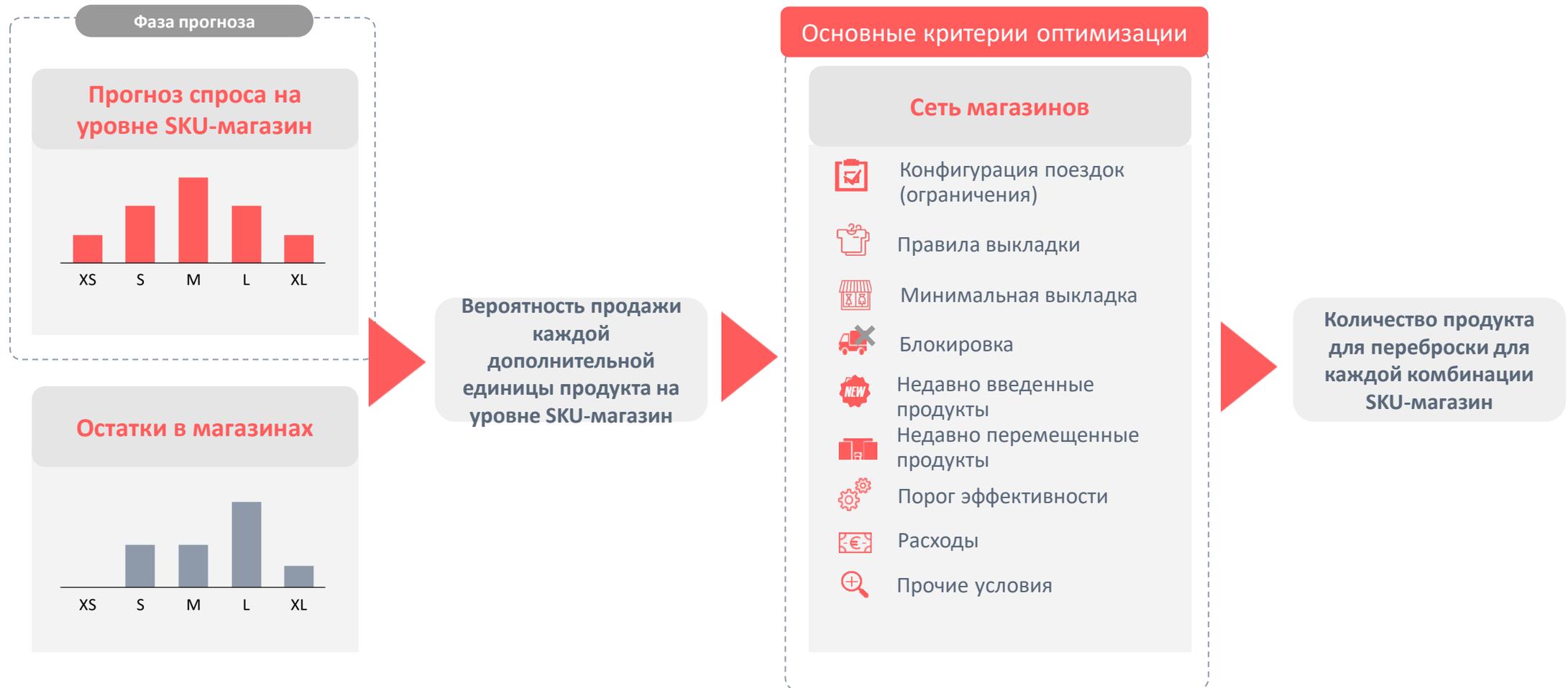
Основные критерии оптимизации

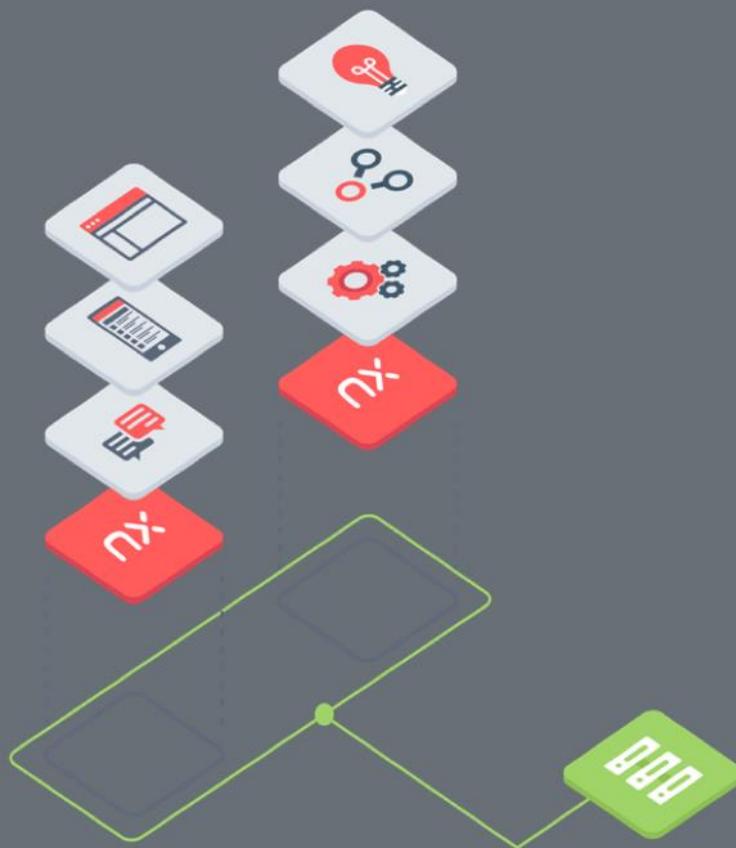
Различные критерии, такие как размеры, кривые размеров и продажи за предыдущие периоды, играют ключевую роль в прогнозе спроса...

Основные факторы расчета прогноза



... а такие критерии, как уровень остатков в магазинах и затраты на логистику, учитываются при выполнении глобальной оптимизации





Содержание

- 1 Обзор модуля Nextail "Переброски"
- 2 **Критерии, влияющие на прогноз спроса**
- 3 Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию

Цель этапа прогнозирования спроса - получение надежного прогноза спроса

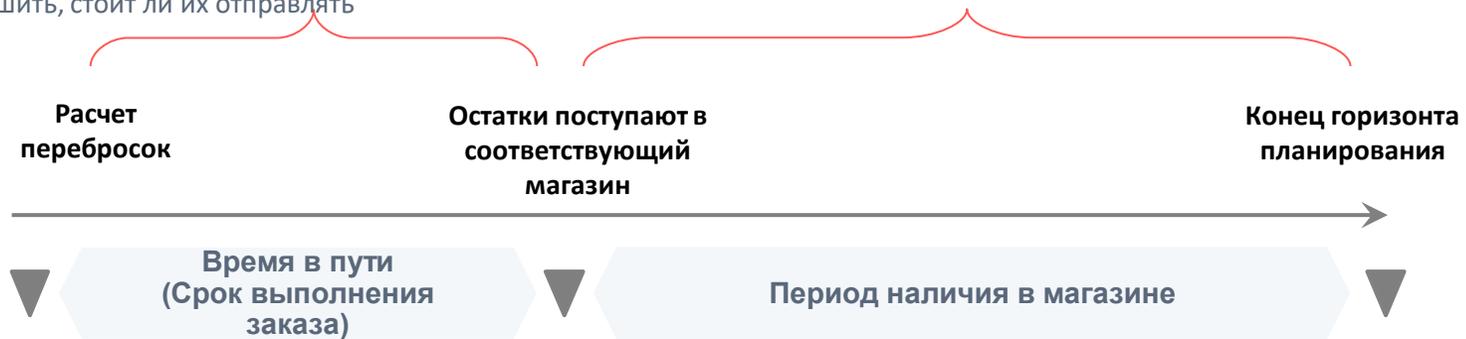
Механизм прогнозирования спроса (DF) модуля "Переброски"

Он используется дважды для каждой комбинации SKU-магазин:

1 Прогноз спроса принимающих магазинов:
 Позволяет оценить, сколько единиц будет продано до прибытия остатков

2 ...и оценить, сколько дополнительных единиц требуется для покрытия спроса до конца периода «прогноза спроса»

Прогноз спроса магазина, отправляющего продукт: Позволяет оценить потерянные продажи отправляемых единиц продукта и решить, стоит ли их отправлять



Он учитывает не только продажи за предыдущие периоды, но и потенциальные продажи продукта (стокаут, период выкладки и т. д.)

При построении надежного прогноза спроса учитывается несколько критериев

Критерии прогнозирования	Встроенные в алгоритм	Факторы, на которые вы можете влиять
 Продажи за предыдущие недели		✓*
 Вес недель		✓*
 Горизонт планирования		✓*
 Стокаут магазина	✓	
 Сезонность	✓	
 Промоакции		✓
 Другие продукты семейства	✓	
 Прочие условия	✓	

* Этот параметр можно изменить при запуске переброски

Учет взвешенных продаж за предыдущий период для покрытия дней обработки заказа существенно влияет на построение прогноза спроса (вводные данные)

Критерии прогнозирования	
	Продажи за предыдущие недели
	Вес недель
	Горизонт планирования
	Стокаут магазина
	Сезонность
	Промоакции
	Другие продукты семейства
	Прочие условия

 **Продажи за предыдущие недели:**

- Количество предыдущих недель, учитывающееся при прогнозе.

 **Вес недель:**

- % от веса, присвоенного каждой из предыдущих недель.

 **Горизонт планирования:**

- Количество дней будущих продаж, которые будут охвачены в расчете прогноза

Эти параметры можно изменять при каждом запуске в зависимости от необходимого типа переборки

Информация о наличии остатков в магазине дает Nextail представление о спросе в реальном времени

Критерии прогнозирования	
	Продажи за предыдущие недели
	Вес недель
	Горизонт планирования
	Стокаут магазина
	Сезонность
	Промоакции
	Другие продукты семейства
	Прочие условия



Абсолютный стокаут

Определение: показывает долю отсутствующих в магазине размеров данного SKU относительно всех необходимых размеров этого SKU.

Расчет: 3 размера с 0 остатками в магазине из 5 размеров в магазине (абсолютный стокаут = 60%)



Фактический стокаут

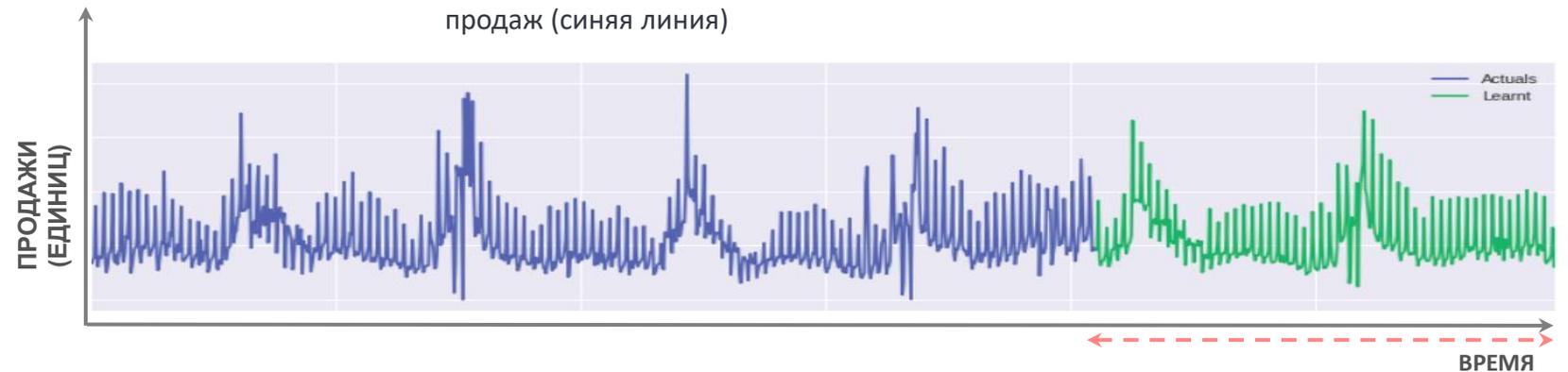
Определение: показывает долю отсутствующих в магазине размеров данного SKU относительно всех необходимых размеров этого SKU с учетом доступных остатков на складе

Расчет: 2 размера с 0 остатками в магазине, но с остатками на складе, из 5 размеров в магазине (реальный стокаут = 40%)

Nextail учитывает стокаут, чтобы понять реальный спрос на продукт в магазине

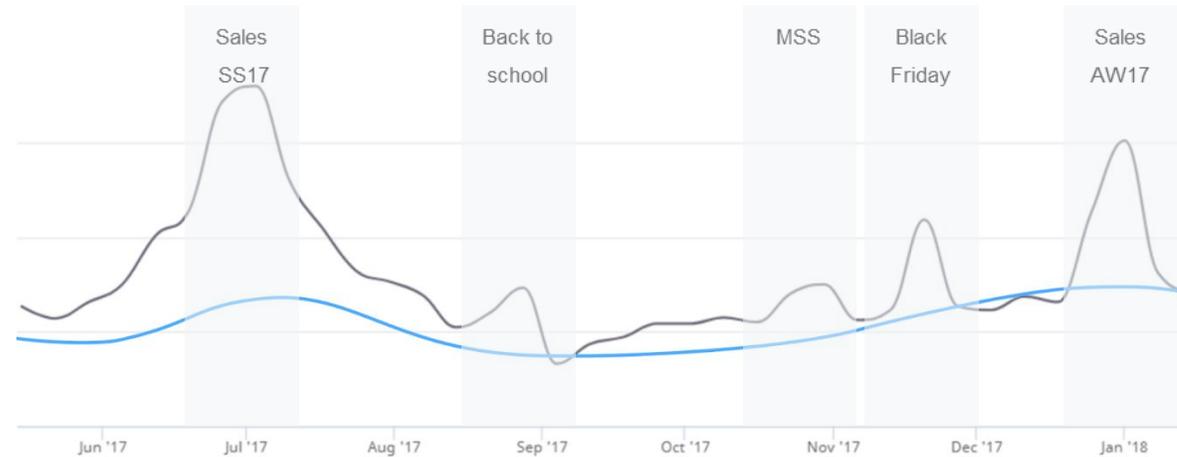
Nextail автоматически рассчитывает эффект повторяющихся событий (сезонность)

Критерии прогнозирования	
	Продажи за предыдущие недели
	Вес недель
	Горизонт планирования
	Стокаут магазина
	Сезонность
	Промоакции
	Другие продукты семейства
	Прочие условия



Эффект неповторяющихся или подвижных событий может быть настроен на платформе Nextail как промоакция

- Критерии прогнозирования**
- 📈 Продажи за предыдущие недели
- 📅 Вес недель
- 📅 Горизонт планирования
- 👕 Стокаут магазина
- 📈 Сезонность
- 🏷️ Промоакции**
- 👕 Другие продукты семейства
- 🔍 Прочие условия



Обзор промо-акций

Выберите промо-акции, доступные для вашей сети магазинов и продуктов

Новая промо-акция

ТЕКУЩИЙ БУДУЩИЙ **ЗАВЕРШЕННЫЙ**

Sales AW16
 Период с 26 дек. по 9 янв., 2017
 🏪 206 магазины 🛒 2754 продукты
 1,83
 ФАКТИЧЕСКИЙ КОЭФФ.

Sales AW16 Outlets
 Период с 26 дек. по 9 янв., 2017
 🏪 7 магазины 🛒 1700 продукты
 2,32
 ФАКТИЧЕСКИЙ КОЭФФ.

Black Friday Own Stores
 Период с 24 нояб. по 28 нояб., 2016
 🏪 39 магазины 🛒 2754 продукты
 3,06
 ФАКТИЧЕСКИЙ КОЭФФ.

Промо-коэффициент увеличивает спрос, но не всегда влияет на назначенные остатки

Определить уровень категоризации продукта - это решение в том случае, когда на уровне продукт-магазин недостаточно информации

Критерии прогнозирования	
	Продажи за предыдущие недели
	Вес недель
	Горизонт планирования
	Стокаут магазина
	Сезонность
	Промоакции
	Другие продукты семейства
	Прочие условия

Другие продукты семейства:

- Когда на уровне продукта-магазина недостаточно информации о продажах за предыдущие периоды, для расчета прогноза используются данные по аналогичному продукту.
- Заказчик предоставляет нам информацию о том, какой уровень категоризации использовать (по семейству, подсемейству, отделам).
- Категоризация не должен быть ни слишком конкретной, ни слишком широкой.
- Важно убедиться, что в каждой категории достаточно продуктов.



Существуют и другие условия, влияющие на прогноз, когда данные на уровне магазина недостаточно надежны

Критерии прогнозирования	
	Продажи за предыдущие недели
	Вес недель
	Горизонт планирования
	Стокаут магазина
	Сезонность
	Промоакции
	Другие продукты семейства
	Прочие условия

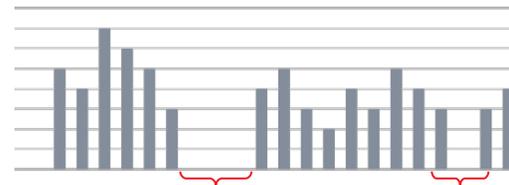
Отсутствие данных о продажах

Передача данных

Продукты повторно поступили на склад после длительного периода отсутствия

Это означает, что не нужно будет повторно вводить данные

Описание проблемы

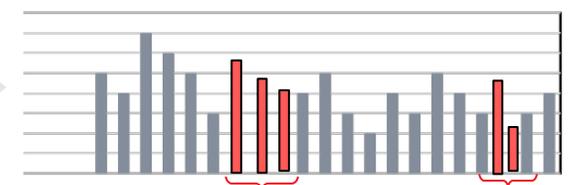


Достаточно исторических данных, хотя не хватает некоторых данных об остатках

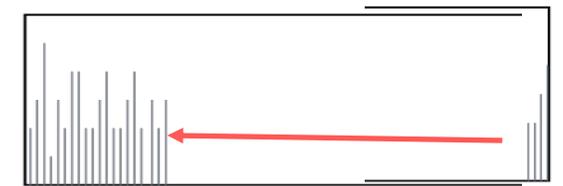


Не хватает исторических данных для построения корректного прогноза

Решение Nextail



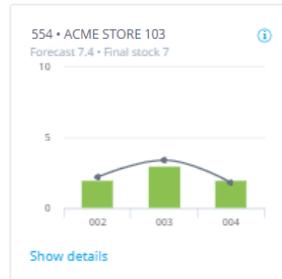
Заполняем пробелы по оставшимся дням, назначая им вес в соответствии с сезонностью



Углубляемся в исторические данные до того момента, пока продукт не появился в магазине, и данные доступны

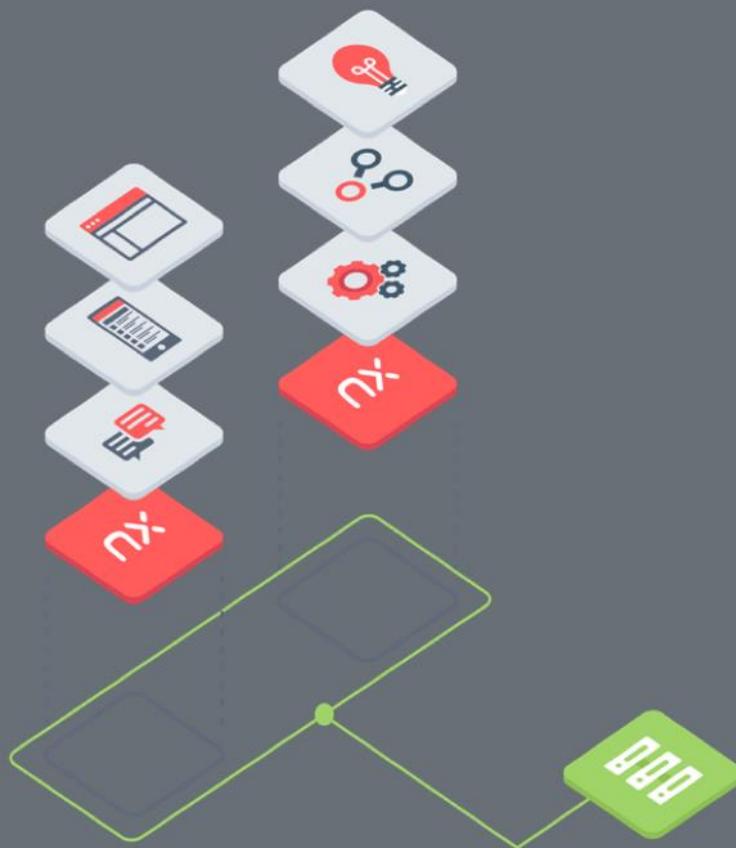
Кривые размеров рассчитываются один раз в неделю на основе последних 60 дней продаж на уровне семейство продуктов-набор размеров-магазин

ACME PRODUCT



- Кривые размеров используются, чтобы понять динамику продаж каждого размера в магазине и детализировать общий прогноз по продукту до прогноза спроса по каждому SKU
- Обычно кривые размеров рассчитывается на уровне:
 - Магазины
 - Категории продуктов (на основе критериев RI)
 - Набора размеров
- При необходимости вы можете запросить изменение количества дней расчета размерной кривой:
 - Количество прошедших дней
 - Максимальное количество прошедших дней без активности
 - Минимальное количество прошедших дней, необходимое для расчета

Если данных недостаточно для расчета кривых размеров на этом уровне, алгоритмы Nextail идут на один уровень выше для обеспечения надежности кривых размеров



Содержание

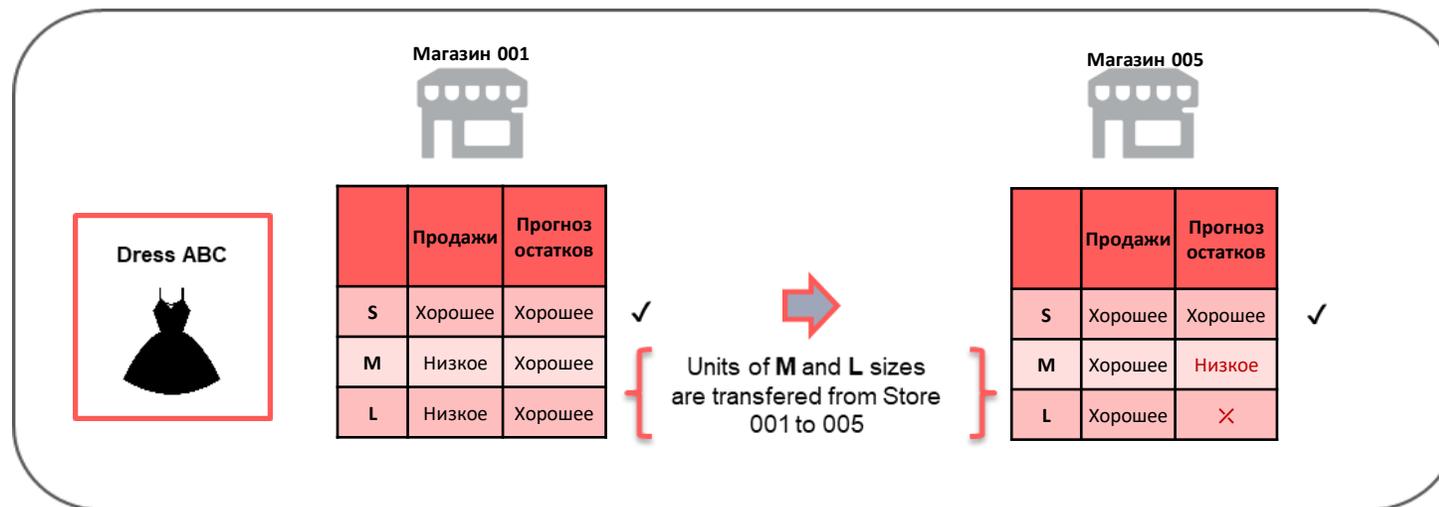
- 1 Обзор модуля Nextail "Переброски"
- 2 Критерии, влияющие на прогноз спроса
- 3 **Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию**

Цель глобальной оптимизации - перераспределить остатки между магазинами так, чтобы максимизировать потенциал продаж по всей сети

Механизм оптимизации перебросок

Перемещает продукты из переполненных магазинов с низкой оборачиваемостью в магазины с недостатком продукта и высокой оборачиваемостью.

Консолидирует наборы размеров в магазинах, чтобы уменьшить запасы и улучшить представленность продукта.



Поиск баланса остатков по всей торговой сети часто является компромиссом между залежалым продуктом и избытком продукта



ACME PRODUCT

- Неперемещенные продукты
- Количество отправленных единиц продукта
- Количество полученных единиц продукта



При глобальной оптимизации учитываются несколько критериев

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	Встроенные в алгоритм	Факторы, на которые вы можете влиять
 Конфигурация поездок (ограничения)		✓ *
 Правила выкладки		✓
 Минимальная выкладка		✓
 Блокировка		✓ *
 Недавно введенные продукты		✓ *
 Недавно перемещенные продукты		✓ *
 Порог эффективности		✓ *
 Расходы	✓	✓
 Прочие условия	✓	✓ *

* Этот параметр можно изменить при запуске переброски

Функция “Конфигурация поездок ” позволяет запретить или стимулировать определенные поездки, когда это необходимо

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия

- Функция “Разрешенные поездки” позволяет настроить, какие магазины будут исключительно отправлять / получать остатки.
- Функция “Запрещенные поездки ” позволяет запрещать определенные поездки.

Настройка поездок

Создайте определенные условия, позволяющие совершать поездки

[Назад](#) [Продолжить](#)

РАЗРЕШЕННЫЕ ПОЕЗДКИ

с в

[Добавить разрешенные поездки](#)

Опустошить магазин ⓘ

ЗАПРЕЩЕННЫЕ ПОЕЗДКИ

с в

[Добавить запрещенные поездки](#)

Правила выкладки обычно отражают правила визуального мерчандайзинга клиента

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия

Минимальное количество единиц продукта

Минимальное количество единиц продукта, необходимое для его представленности в торговом зале

Пример: 8 единиц



Минимальный % размеров

Минимальный % кривой размеров продукта, необходимый для представленности продукта в торговом зале

Пример: 60%

Продукты не будут перебрасываться в магазин, если Правила выкладки не будут выполнены
 Правила выкладки согласовываются заранее, и для их изменения необходимо обратиться к команде Nextail.

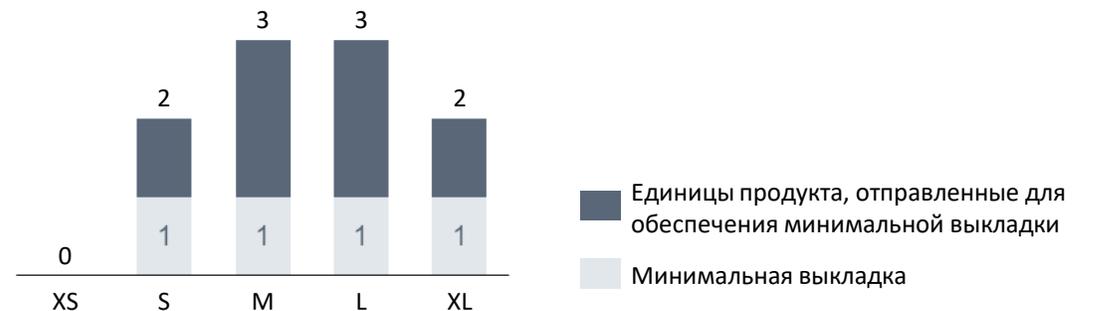
Минимальная выкладка используется нечасто при выполнении перебросок, но бывает необходима для отдельных продуктов

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия



Мин. выкладка:

- Минимальное количество единиц продукта, необходимое для его представленности в магазине.
- Ее можно задать на уровне SKU или продукта.



Возможность блокировать продукты позволяет при необходимости изменять ассортиментную матрицу магазина

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия



Блокировка:

- Это возможность остановить запланированную отправку или получение остатков.
- Статус можно легко изменить в Nexttail admin - через загрузку данных или экран визуального мерчандайзера.

Блокировки
1 012 Продукты

<input type="checkbox"/>	СТАТУС	ПРОДУКТЫ	СЕМЕЙСТВО	МАГАЗИН	ЗАПАСЫ МАГАЗИНА
<input type="checkbox"/>	●	A-02503021	DRESSES	A0001 - ACME STORE 0001	1
<input type="checkbox"/>	●	A-02503021	DRESSES	A0002 - ACME STORE 0002	3

Чтобы дать недавно размещенному продукту шанс на продажу, есть возможность не перебрасывать продукты некоторое время

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия



Недавно введенные продукты

- Блокируйте продукты, которые были введены в последние дни, недели или в определенную дату.

опции

Блокировать недавно представленные продукты:

Диапазон:

Количество дней:

Чтобы дать магазинам возможность продать продукт, недавно полученный в переброске, есть возможность не перемещать эти единицы некоторое время

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия

 **Недавно перемещенные продукты:**

- Блокируйте комбинации продукт-магазин, которые предлагались к перемещению во всех представленных сценариях перебросок за последние недели. Пользователь определяет количество последних недель, которые будут использоваться.

опции

Блокировать недавно перемещенные продукты:

Количество недель

Оставьте пустым, чтобы использовать сценарии в пределах горизонта планирования

Порог эффективности позволяет сбалансировать количество перемещаемых единиц продукта

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия



Порог эффективности

- Позволяет перемещать продукты, когда каждый SKU соответствует желаемому уровню предполагаемого роста продаж (относительно его цены) с учетом затрат на поездку.
- Используйте алгоритм, чтобы выбрать только те SKU, которые достигли этого параметра без регулировки вручную.

ПАРАМЕТРЫ ОПТИМИЗАЦИИ

Порог эффективности (%) ⓘ

В сценарии учитываются затраты для оптимизации поездок

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия

Стоимость маршрута (€)

Стоимость на 1 единицу продукта (€)

Стоимость на 1 продукт (€)

- Это стоимость совершения поездки между магазинами. Модуль будет предлагать только те поездки, где ESI (предполагаемый рост продаж) выше этого значения.
- Это стоимость упаковки дополнительность единицы продукта в коробку, подлежащую перемещению.
- Это средняя стоимость времени, затраченного сотрудником на сбор и упаковку продуктов для переброски.

Издержки на единицу продукта и стоимость на 1 продукт, настроенные сотрудниками Nextail

Nextail позволяет учитывать дополнительные бизнес-ограничения при расчете перебросок

Критерии, влияющие на глобальную оптимизацию	
	Конфигурация поездок (ограничения)
	Правила выкладки
	Минимальная выкладка
	Блокировка
	Недавно введенные продукты
	Недавно перемещенные продукты
	Порог эффективности
	Расходы
	Прочие условия

Вес визуального мерч. (%)

- Важность представленности продукта в магазинах. Укажите процент размеров, которые должны быть в наличии для необходимой представленности продукта.

Количество маршрутов

- Общее количество поездок, которые могут быть обработаны. Если используется этот параметр, то стоимость поездки не будет учитываться.

Ограничения магазина

- Позволяют определить максимальную емкость магазина при получении остатков.