*Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Главные принципы управления ассортиментом.*

Ассортиментная группа – группа товаров, тесно связанных между собой либо из-за схожести х функционирования либо потому что их продают одним и тем же группам покупателей

Ширина ассортимента – кол-во предлагаемых ассортиментных групп

Глубина – кол-во позиций в каждой ассортиментной группе

Сопоставимость – отношение между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения их общности.

Перенасыщение ассортимента ведет к уменьшению общих прибылей, так как товары начинают подрывать сбыт друг друга, а потребители оказываются сбитыми с толку.

Товарная номенклатура – совокупность всех ассортиментах групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателю конкретным продавцом.

Фирма может расширить свою деятельность четырьмя способами:   
1) Широта – общая численность;  
2) Насыщенность – общее чисто товаров номенклатуры;  
3) Глубина – вариации одного товара;  
4) Гармоничность – близость между товарами разных групп;

Главные принципы управления ассортиментом

1. Сочетаемость. Осуществлять мониторинг необходимо в соответствии с остальными стратегиями компании: ценовой, сбытовой, коммуникационной и другими.

2. Ориентированность на потребителя. Позиции, представленные в каталоге, обязательно должны отвечать ожиданиям целевой аудитории. В противном случае на него не будет спроса, и он будет приносить только убытки.

3. Развитие. В перечень товаров надо регулярно вносить коррективы. Это связано с тем, что потребности покупателей постоянно меняются. Руководству фирмы стоит уметь их точно прогнозировать и добавлять новые продукты еще до момента их возникновения.

4.Профессионализм. Управление ассортиментом – это процесс который необходимо поручать только квалифицированным специалистам.

5.Эффективность. Конечная цель менеджмента повышение уровня прибыли организации. Каждая введенная позиция способствует улучшению показателей.