Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Главная принципы управления ассортиментом.

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

ширина ассортимента - кол-во предлагаемых группы .

Глубина - ко-во позиций каждой ассортиментной группы.

Сопоставимость – отношение между предлагаемым ассортиментом группами строчки зрения их общности.

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

Товарная номенклатура – совокупность всех ассортиментах групп товарных и товарных единиц предлагает покупателю конкретным продавцом.

Фирма может расширить свою деятельность четырьмя способами:

1. Широта – общая численность
2. Насыщенность – общее число товаров номенклатуры
3. Глубина – разны вариации одного товара
4. Гармоничность – близость между товарами разных групп

Главные принципы управления ассортиментом

1. Сочетаемость. Осуществлять мониторинг необходимо в соотвествии с остальнрым страгеями компаании:
2. Ориентированность на потребителя. Позиция представленная в каталоге , обязательно должны отвечать ожиданиями целевой аудитории. В противном случае на него не будет спроса , и он будет приносить только убытки.
3. Развитие. В перечень товаров надо регулярно сносить 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 специалистом
5. Эффективность. Конечная цель менеджмента – повышение уровня прибыли организованных. Каждая введенная позиция способствует улучшению показателей.