

Вводные:

Компания, относящаяся к категории среднего бизнеса начала терять клиентов и уменьшилось количество продаж товаров через маркетплейс в связи с различными внешними воздействиями:

- увеличилось кол-во конкурентов в некоторых категориях товаров;
- клиентам стал не интересен товар;
- товар подорожал из-за политических воздействий (или др.).

Компания хочет увеличить прибыль за счет:

- увеличения продаж товаров в целом;
- развиваться в других категориях;

Компания хочет понять:

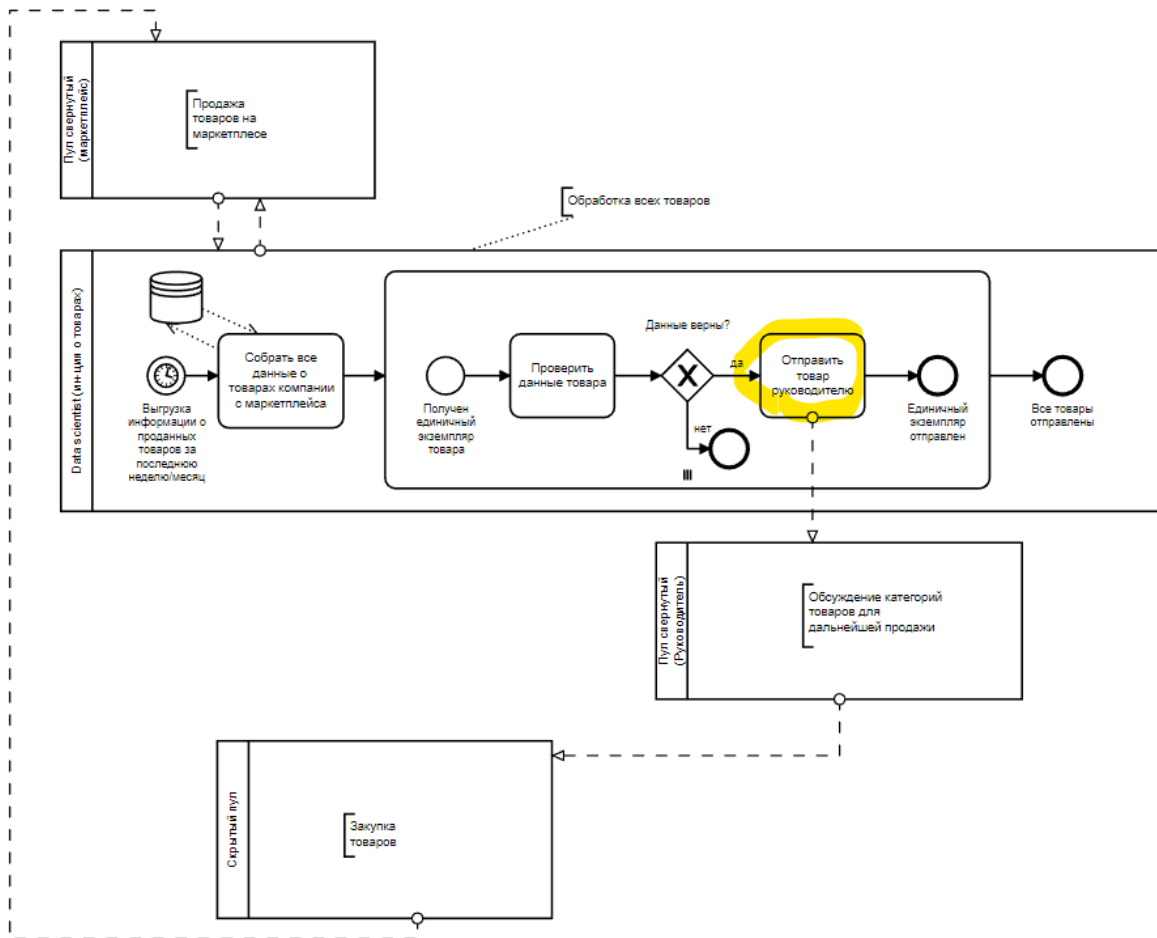
- сколько и каких товаров нужно продавать в каждой из категорий для увеличения количества продаж.

Критерии оптимизации:

Улучшить качество анализа за счет ERP-систем:

- анализировать сколько товаров было продано;
- сколько прибыли принес каждый из товаров;
- какая маржа с каждого из товаров (или категории);
- сколько товаров конкурентов было продано (соотношение к своим продажам);
- проверять сезонный товар или нет;
- отслеживать тенденции и спрос;

Сейчас: (анализ и отбор товаров происходит с помощью руководителя и его отдела)



Оптимизация: (внедрить в компанию ERP-систему для анализа продаваемых товаров)

