

СУТНІСТЬ АВТОМАТИЗАЦІЇ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ
THE ESSENCE OF MERCHANDISING AUTOMATION

Ритейл, як структура, що швидко і динамічно розвивається, змушує виробників використовувати більш прогресивні методи просування товарів. В умовах широкого різноманіття брендів змусити кінцевого споживача купити товар вже не так просто. Полиця стає місцем боротьби за вибір клієнтів. Вплив торгових асистентів у великих супермаркетах і магазинах самообслуговування, як правило, зведено до мінімуму. Проте вплив виробників, навпаки, перебуває в пріоритеті. Автоматизація мерчандайзингу допоможе помітити та придбати продукт завдяки реалізації правильного розташування товару.

Сучасні компанії FMCG розуміють, якщо не забезпечити правильний мерчандайзинг і контроль викладки всі наступні методи стимуляції продажів і трейд-маркетингові активності просто не матимуть сенсу. SalesWorks Merchandising дозволяє максимально ефективно просувати товар в точках продажів.

Ключові можливості автоматизованого мерчандайзингу:

- управління асортиментом (включаючи роботу з товарним запасом, новинками, топ-SKU);
- робота з полицею (включаючи дотримання стандартів викладки, моніторинг долі полиці, контроль фейсінгу, контроль якості продукції і FIFO);
- ціновий аудит; керування взаємовідносинами з клієнтами;
- моніторинг активності конкурентів; контроль POS-матеріалів і додаткових місць викладки; контроль і мотивація польової команди; оперативний зворотній зв'язок від точок продажів [1].

SalesWorks Merchandising підходить як виробникам, так і агентствам і є надійною платформою, що забезпечує достовірність даних та безперервність бізнес-процесів.

Автоматизація мерчандайзингу – необхідний крок при просуванні товарів. З посиленням конкуренції на ринку FMCG товарів можна боротися тільки шляхом збільшення кількості продажів, підвищення ефективності реалізації товарів.

У конкурентній боротьбі компанії намагаються зібрати максимум інформації про своїх суперників, щоб запропонувати споживачеві щось краще, а тому необхідна автоматизація мерчандайзингу.

Основним інструментом автоматизованого мерчандайзингу є ефектна викладка товару, тому контроль викладки повинен проводитись найбільш ретельно. Але навіть цю функцію можна автоматизувати, що значно сприяє зростанню продажів. Викладка часто обмежується планограмою, загальними інструкціями мерчандайзера, торговій точці про те, якого роду товари повинні бути присутніми в залі магазину і яким чином розміщені на полиці. Автоматизовані системи здатні візуалізувати планограму, щоб співробітники розставляли товар, керуючись конкретною схемою. Така система взаємодії мінімізує можливість непорозуміння і прийняття мерчандайзером, продавцем магазину неправильного рішення. Тому контроль планограми має не останнє значення при побудові взаємовідносин. Аналітичні інструменти допоможуть встановити найбільш оптимальний порядок розстановки товарів на полицях. При цьому необхідно здійснювати регулярний контроль полиць. Зручний набір інструментів дозволяє з відчутним комфортом управляти асортиментом торгових точок, вирішувати практично всі завдання мерчандайзера; проведення якісного цінового аудиту; відстеження активності конкурентів; робота з полицею також включає безліч інструментів, які гарантують проведення якісної роботи: контроль дотримання стандартів викладки; контроль частки полки; аналіз якості продукції, термінів

реалізації, перевірка фейсинга, FIFO); контроль наявності та розміщення POS-матеріалів, додаткових місць викладки; налагодження якісних та більш тісних взаємин з клієнтами; отримання оперативного зворотного зв'язку з точок продажів [4].

Відмінними характеристиками програми автоматизації мерчандайзингу SalesWorks Merchandising є надійність, яка забезпечує якісну безперебійну роботу. Наявність великої кількості різноманітних інструментів і широкі можливості кастомізації (налаштування під бізнес-процеси і вимоги окремого замовника), вигідно відрізняє даний продукт від конкурентів. Програма буде хорошим рішенням для тих, кому необхідні широкі можливості при здійсненні якісного мерчандайзингу.

Інноваційні технології здатні максимально розширити можливості цієї програми: розумні полиці, розпізнавання фото, доповнена реальність – все можливо впровадити в рамках проекту. Це найкраще рішення для оперативного, ефективного аналізу ситуації.

Користь від автоматизації мерчандайзингу величезна для всіх ланок ланцюга. Мерчандайзерам спрощує роботу, полегшує процес формування звітів. При цьому, візити мерчандайзера займатимуть мінімум часу. Керівникам набагато легше здійснювати контроль, планування і координацію робочого процесу.

Програма для мерчандайзера дозволить керівництву [2; 3]:

- налагодити чітку роботу всіх мерчандайзингових груп;
- планувати маршрути в автоматичному режимі;
- оперативно змінювати маршрути пересування; призначати завдання щодо роботи в торговій точці;
- контролювати представленість товарів на полицях;
- відслідковувати рівень цін конкурентів;
- знати про складські залишки; визнавати про наявність товарів і уникнути виникнення Out of Stock;
- перевіряти наявність обладнання;
- створювати фотозвіт мерчандайзера з фіксацією: викладки товарів, дисплеїв, фасадів;
- керівник може прокоментувати фотозвіт, відправити співробітнику на доопрацювання; неможливість підробки фотозвіту: враховуються координати місця створення фото, дата і час, захист від програм для підробки (Fake Camera);
- оперативно відслідковувати маршрут пересування мерчандайзера;
- здійснювати контроль роботи мерчандайзера, інформувати його в разі відхилення від заданого маршруту;
- можливість отримувати звіти по роботі мерчандайзера в будь-який момент в режимі реального часу;
- створювати аналітичні звіти в цілому.

Список використаних джерел:

1. Бурліцька О. П. Сутність трейд-маркетингу як основного інструменту стимулювання збуту // «Галицький економічний вісник». – Вип. 4 (83), 2023.- С. 122-129.
2. Бурліцька Оксана. Маркетингові інструменти в онлайн-покупках// Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу». – 18 листопада 2022 року, Тернопіль, ТНТУ. – С.25-26.
3. Бурліцька Оксана. Маркетинг у ритейлі під час війни // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації». – 23-24 листопада 2022 року, Тернопіль, ТНТУ. – С. 113-115.
4. Бурліцька Оксана. Реалізація планogram: можливі проблеми їх розв'язання // Abstracts of V International Scientific and Practical Conference «Trends in science regarding the creation of new teaching methods», Madrid, Spain (October 16-18, 2023) – С. 75-80.