



Как повысить эффективность товародвижения — прикладные решения планирования



Юлия Газарян

Руководитель департамента
по управлению цепочками
поставок Самоката

19 лет

Стаж работы в ретейле

01

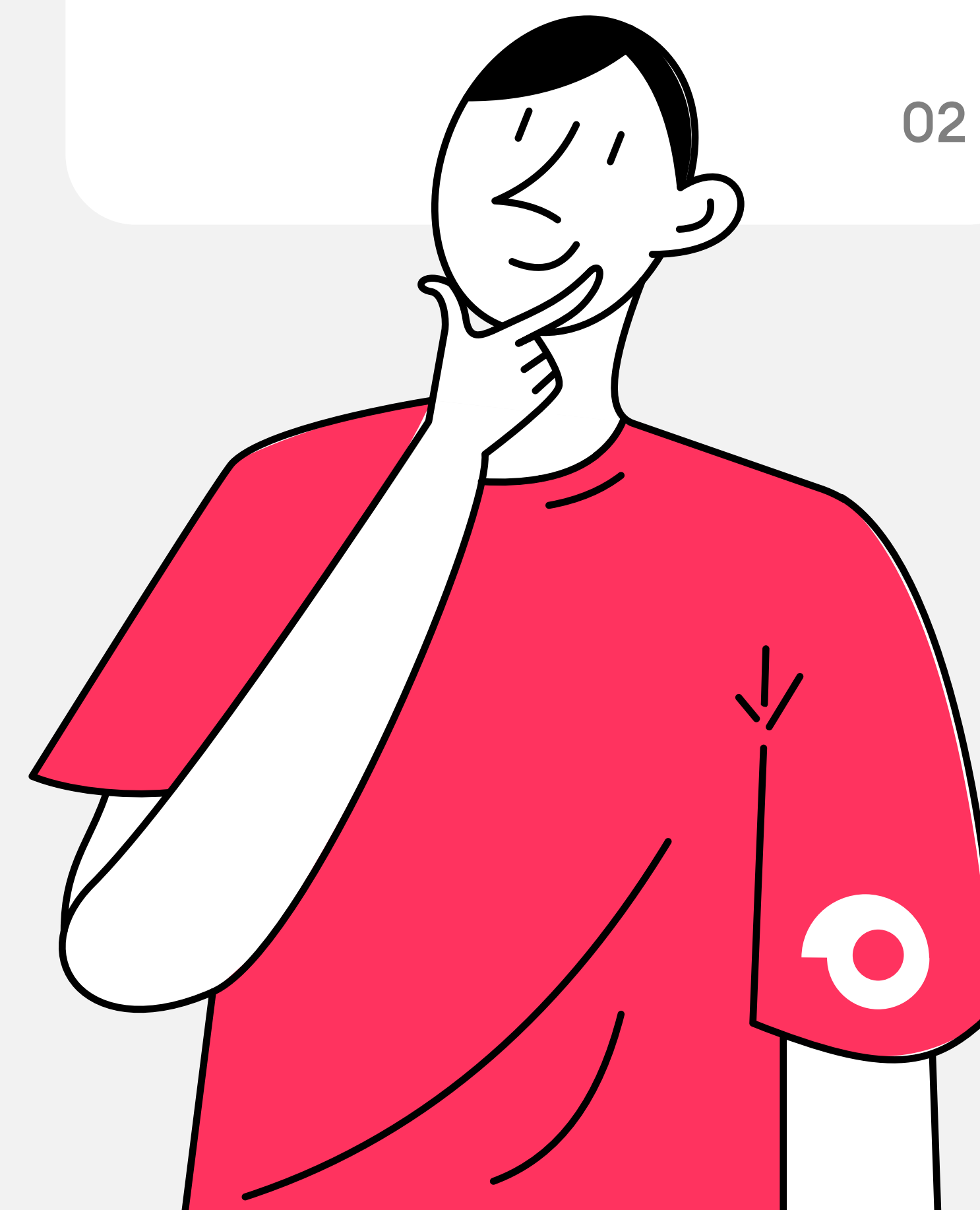
Уникальный опыт

Разработка систем
автозаказа

02

**Аналитика
и интегрированное
планирование
процессов
товародвижения**

03



О чём поговорим?

Наши покупатели – кто они?



Специфика
товародвижения
E-Grocery.



Особенности
торговых объектов.



Коллаборация
товародвижения
и операций.



**Наши покупатели –
кто они?**



Портрет покупателя

Понадобилось что-то прямо сейчас

Запланировали остаться дома

Нужно пополнить запасы продуктов

Нужны любимые продукты, которых нет в других магазинах

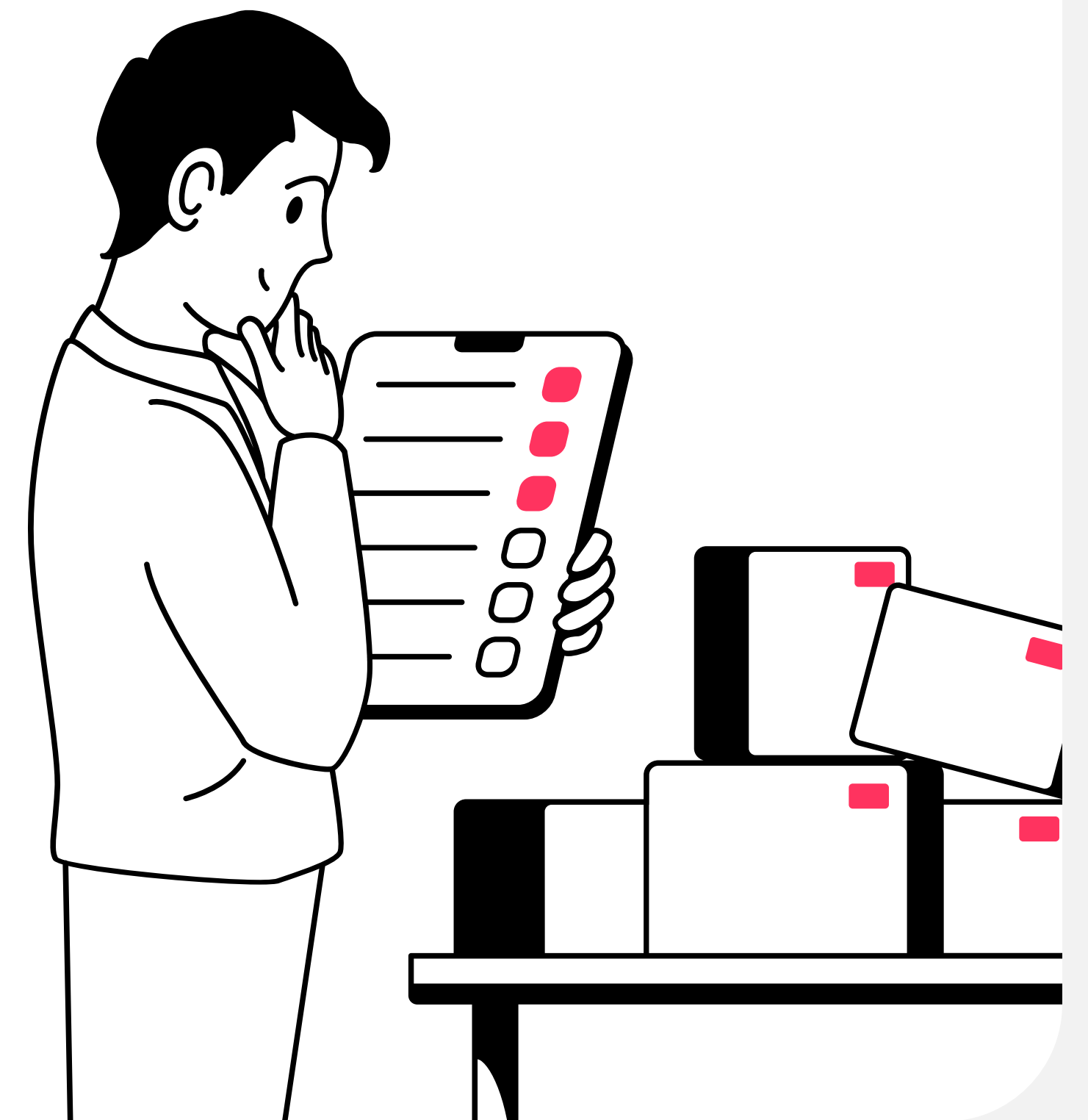
Важно сэкономить время

Хочется позаботиться о себе и близких

Появилось желание попробовать новое

Настроение – побаловать себя

Специфика товародвижения E-Grocery



Волатильность спроса и высокая доля новинок



Высокая доля новинок.



Разные промоактивности.



Влияние погоды
на активность покупателей.



Позиции слоу-муверы.



Высокая доля позиций готовой еды
с короткими сроками годности.



Прогнозирование спроса

80%–85%

До РЦ точность прогноза
в среднем на рынке ретейла

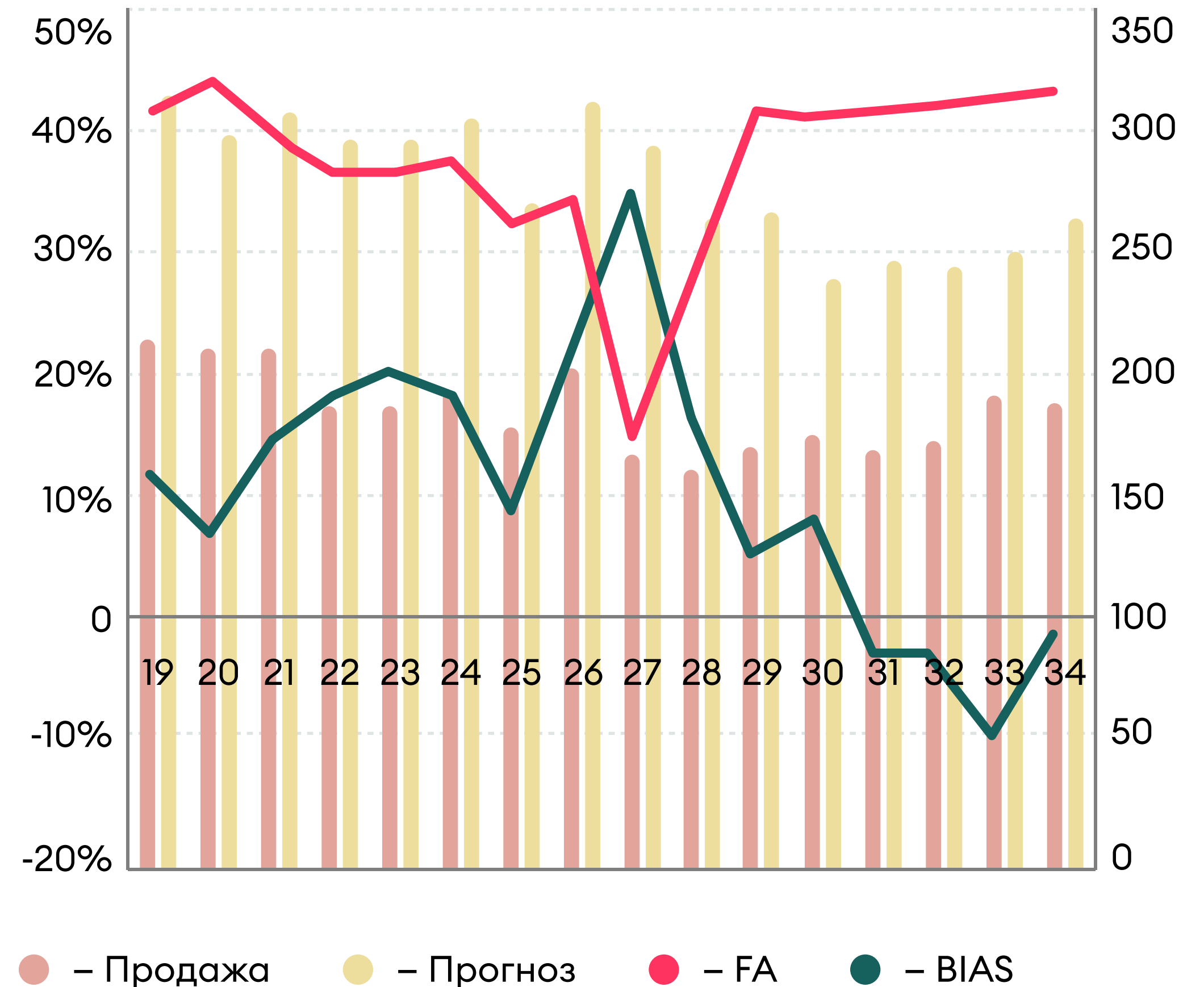
45%–55%

До ТТ точность прогноза
в среднем на рынке ретейла

53%

Точность прогноза Самоката

- Технологии машинного обучения.
- Продукт DMR для оперативной корректировки моделей.
- Постоянное совершенствование и доработка логики.



* Данные не являются реальными значениями, предоставлены как иллюстрация

Особенности торговых объектов



Торговые объекты

Размещены в жилых массивах — есть сложности с подвозом товаров.



Ограничение площади
и вместимости оборудования.

Торговые объекты

Требования
по товарному соседству.



Ограниченная логистика
внутри помещения.

Коллаборация товародвижения и операций



Чат оперативного взаимодействия

Решение вопросов в режиме онлайн.



Проблемы
при приёме



Наличие товара



Форс-мажоры



Корректировка
настроек
автозаказа

Дифференцирование матрицы

Изменили подход к формированию эталона.

База данных
по холодильному
оборудованию на ЦФЗ.

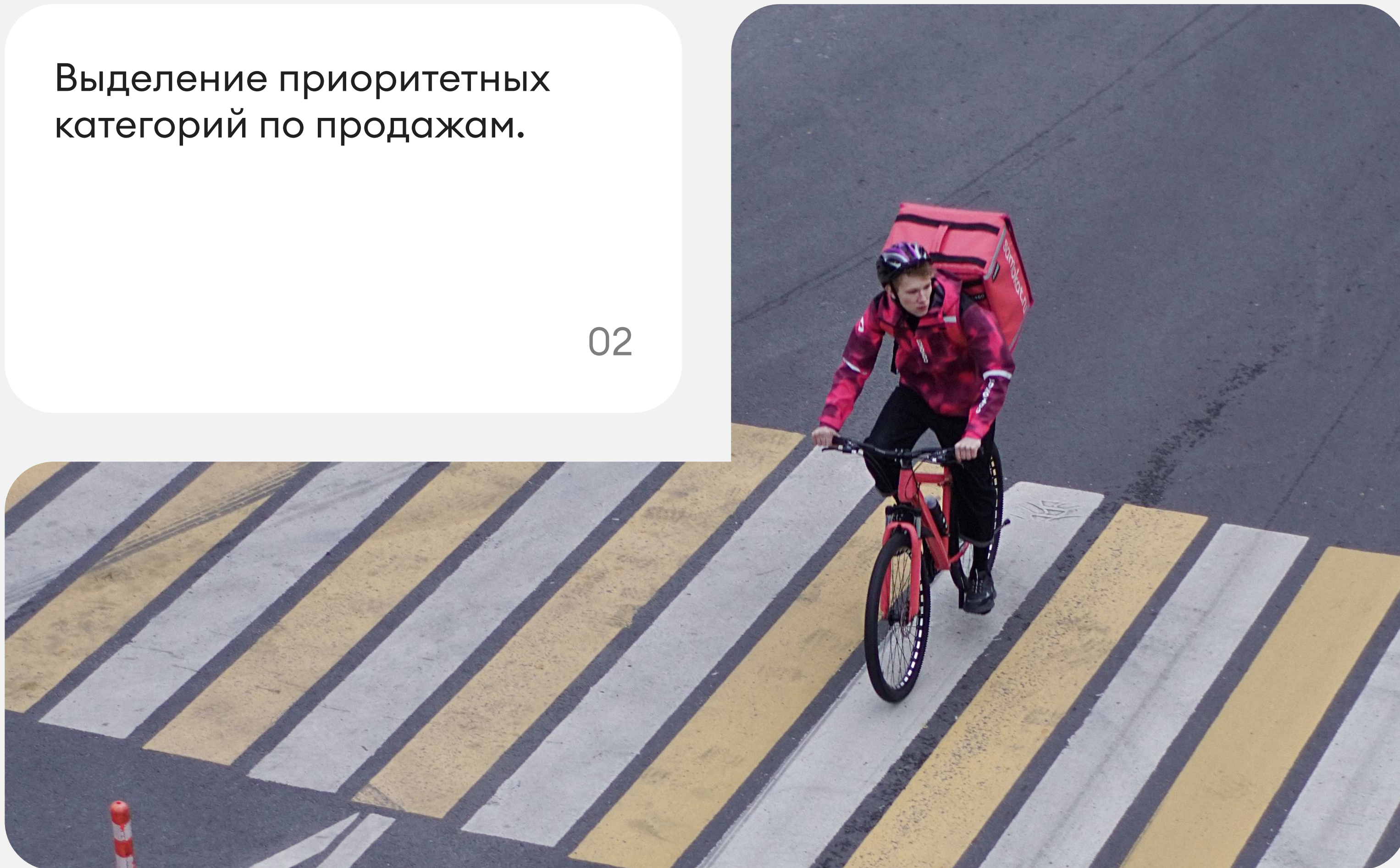
01

Выделение приоритетных
категорий по продажам.

02

Формирование матрицы
по количеству ХО с учётом
правил товарного соседства.

03



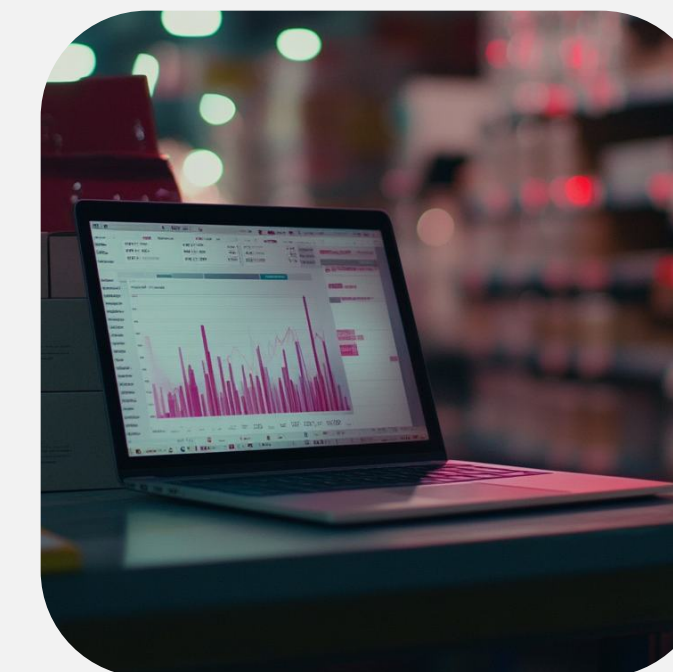
Работа с настройками автозаказа



Оборот ЦФЗ



Вместимость
оборудования



Рейтинг позиции
по продажам

01

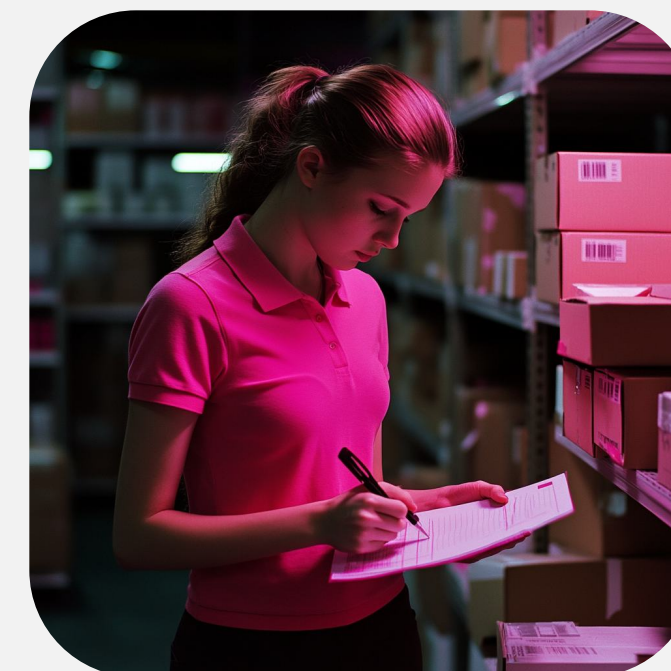
Оборот ЦФЗ

02

Вместимость оборудования

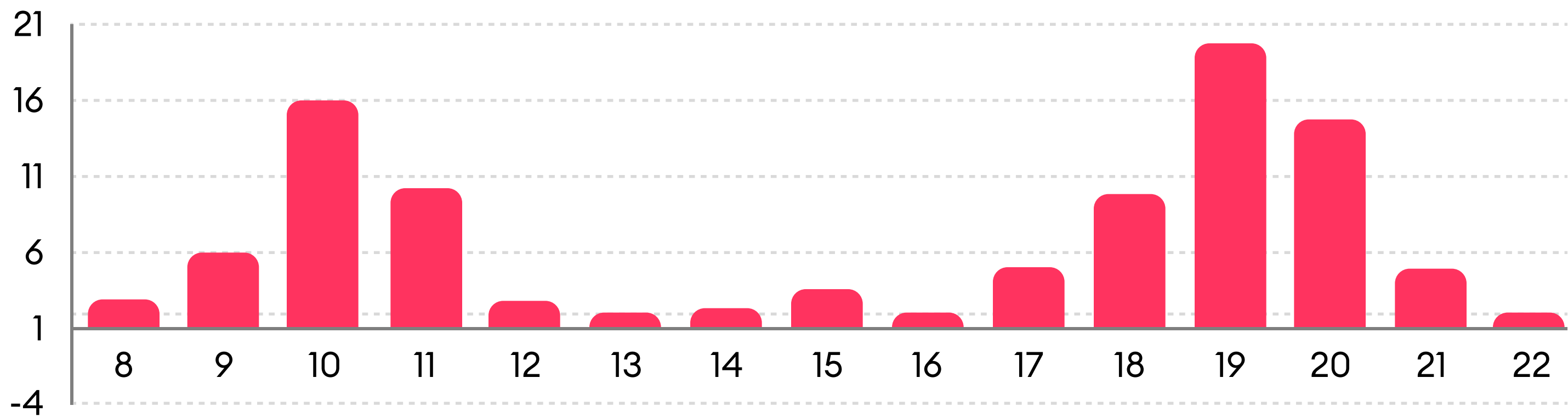
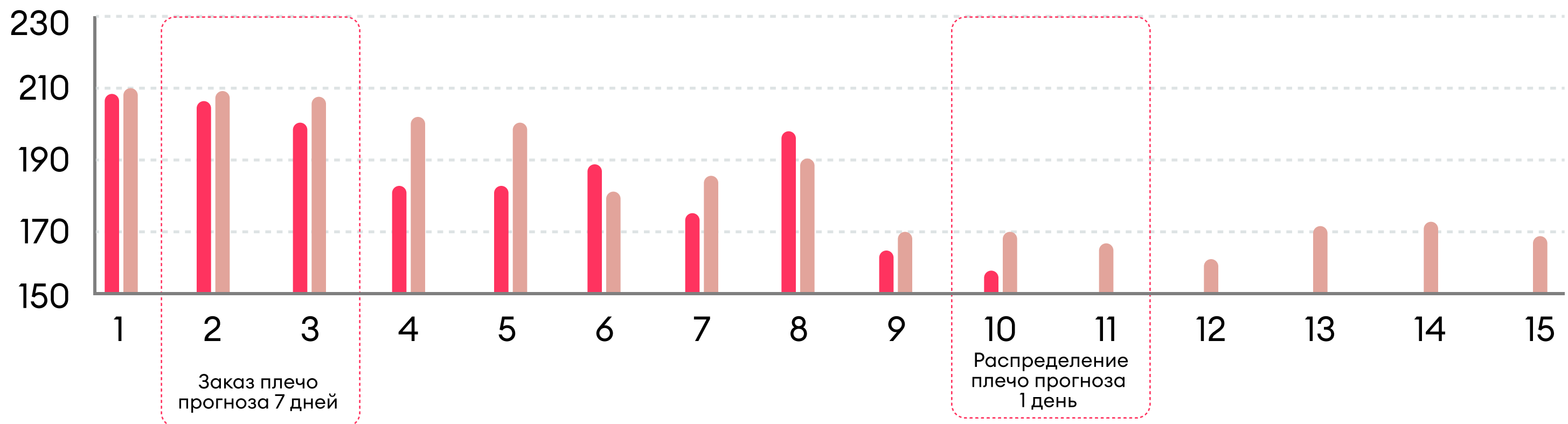
03

Рейтинг позиции по продажам



Переходящий
остаток

Минимизация плеча реакции на спрос



* Данные не являются реальными значениями, предоставлены как иллюстрация к описанию схемы

Самокат дарит время

**650 000
заказов**

Доставляем каждый день.

**2 раза
вокруг Земли**

Проезжают курьеры-партнёры
Самоката за 15 минут.

2 500 товаров

На выбор в приложении.

**Становимся
лучше**

Чтобы у вас было больше
времени на важное и любимое.

**40 000
круассанов**

В день выпекают наши
партнёры.

**500 000 000
раз**

Виделись с вами за всё время
работы.



Остаёмся
на связи!

