Попытюсь объяснить по какой схеме работаем мы и попытаюсь сформулировать задачи сегодняшнего дня.

**1 Задача. Перекидки обуви новой коллекции со слабых магазинов в сильные**

**Цель перекидок.** Нам нужно, чтобы обувь из новых коллекций не застаивалась на слабых точках, а поступала в продажу туда, где она более востребована.

Как правило перекидки по магазинам мы делали примерно 1 раз в месяц. Брали модели определенного сегмента (например, Новая осенняя коллекция) и составляли таблицу по остаткам на дату перекидки.Примерно такую. (Жирным выделены сильные точки).

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Лен 87 | Лен 72 | Ветер. | Герм | **Соборная** | **Больш** | **Колпино** |
| Molka 153-22 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 3 |

И дальше уже смотрели по остаткам. Например, с Лен.87 оставшиеся 2 пары перекидывали в Колпино. С Германа в Соборную, и т.д. Так по каждой модели. То есть, анализ шел только по остаткам, не учитывая продажи.

В этой перекидке был один существенный недостаток – не велся учет по размерам, и поэтому Вы сами понимаете, что очень часто получались такие ситуации, когда на сильных точках оказывалось по 2 или 3 пары одного и того же размера. И им эти пары приходилось собирать и повторные размеры сдавать на Основной склад. Получалась двойная работа.

Переходим к задачам сегодняшнего дня.

Учитывая все эти несовершенства старой системы, что хотелось бы видеть сейчас.

1. Перекидки должны проходить чаще, чем 1 раз в месяц, чтобы сильные точки успевали за сезон расторговать модели (хотя бы 1 раз в 2 недели).
2. Критерий отбора должен вестись как и раньше **по анализу остатков** на сильных и слабых точках. Т.е., если на слабой точке осталось 1-2 пары какой-либо модели из новой коллекции, то нужно их отдать на сильную.
3. Нужно, чтобы **повторные размеры не попадали на одну и ту же точку**. Иногда бывают такие ситуации, например:

На слабой точке остался 37 и 38 размер. На одной из сильных точек нет 37 размера. Значит, отправляем его туда. А вот 38 размер есть на всех сильных точках. **Тогда нужно, чтобы программа этот размер не оставляла на слабой точке, а отправляла на Основной склад**, с которого по мере продажи мы уже будем делать довоз в тот магазин, где его продадут.

1. Все это должно проходить через **заказы на перемещение**, которые предварительно можно разослать по магазинам для сбора перекидки.

**2 Задача. Формирование заказов на текущий довоз обуви по магазинам с Основного склада.**

**Цель довоза.** Обеспечить магазин теми размерами, которые они продали за определенный период (3-4 дня), и которые еще имеются в наличии на Основном складе.

Довозы делаются в 10 магазинов, в каждый по 2 раза в неделю. Довозы распределены по дням следующим образом, в понедельник четыре магазина, во вторник и среду по три магазина. Таким образом получается за три дня – десять магазинов. Четверг, пятница и воскресенье эта схема повторяется. В субботу довозов нет.

Накануне вечером перед очередными довозами делаются заказы на перемещение, а утром на Основном складе они собираются. Желательно, чтобы позиции в заказе располагались в алфавитном порядке (для удобства сборов).

Например, в магазине продали определенную модель обуви 36 размера. Смотрим есть ли эта модель 36 размера на Основном складе и добавляем в довоз. Так как в один день делается довоз сразу в несколько магазинов, то было бы здорово, если бы при анализе остатков на Основном складе учитывался следующий аспект. Например, в двух магазинах за анализируемый период продали одну и ту же модель одинакового размера, а на Основном складе эта модель данного размера осталась только в единственном экземпляре. В этом случае, желательно, чтобы эта единственная оставшаяся пара обуви отбиралась только в заказ на перемещение на один магазин и в заказе на перемещение во второй магазин уже не фигурировала (если это возможно), для удобства сборов.

**3 Задача. Формирование отчетов по продажам для заказа новой коллекции.**

**Цель отчета. Выявить модели и размеры наиболее продаваемые для заказа новых коллекций обуви. А также, для анализа плохопродаваемых моделей.**

1. Для отчета выбирается обувь определенного сегмента, например, Осень 2018, Лето 2018 и т.д. А также, отчет делается отдельно по каждому поставщику.
2. В нашу фирму входят три ИП. Поэтому отчет составляется по всем трем вместе, без разделения по организациям.
3. Берем определенный период времени продаж, как правило, с момента поступления обуви новой коллекции до момента ее распродажи и также с момента поступления до дня формирования отчета.
4. Учитывается кол-во поступивших пар обуви по каждой модели с учетом размерного ряда, кол-во продаж, остаток, и процент продаж

Руководство фирмы хотело бы видеть в этом отчете еще и фото каждой модели.

Так как отчет получится довольно объемным, то хотелось бы, чтобы модели распределялись сразу примерно по трем или четырем группам – например, “чемпионы продаж”, хорошо продаваемые, плохо продаваемые и т.д. Раньше у нас такой градации не было. Все модели распределены были просто по брендам, к которым они относятся.

Возможно, сейчас, в связи с увеличением объема отчета лучше его делать вообще по каждому бренду отдельно.

Хочу еще отметить особенности связанные с демисезонной коллекцией. В связи со своей спецификой, в отличие от зимы и лета, мы ее анализировали за два сезона (весна, осень)в одном отчете.

Вот как-то так. Попыталась как смогла объяснить первостепенные задачи на ближайшее время.

Если возникнут вопросы, пишите, постараюсь дать более подробную информацию.