

Ассортиментная матрица (Assortment matrix)

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Ассортиментная матрица — это сформированный и утвержденный перечень ассортиментных позиций или **SKU**, которые будут предлагаться клиентам в конкретной точке продаж.

Ассортиментная матрица является подмножеством всего ассортимента продаваемой компанией продукции и представляет собой таблицу, в которой указывается код товара, его наименование, товарная категория, поставщик и другие признаки, важные для данного рынка продаж.

Единого шаблона ассортиментной матрицы нет, один из примеров вы можете увидеть в таблице ниже.

SKU	Наименование	Товарная категория	Поставщик	Ценовая категория	ABC групп
11111	Йогурт малиновый	Йогурты в банках	ООО Милк	Средняя	А
11112	Сушки маковые	Конд. изделия	ООО Хлеб	Низкая	С

Основная задача управления ассортиментной матрицей заключается в том, чтобы отобрать из всего ассортимента компании позиции, которые наилучшим образом будут продаваться именно в данной торговой точке.

Для этого необходимо учитывать множество факторов, таких как:

- расположение торговой точки и портрет типичного потребителя в ней;
- ассортиментное предложение конкурентов в ближайших торговых точках;
- история продаж товара, количество, частота покупок и их динамика;
- маржинальность товарных позиций;
- взаимные отношения между товарными позициями ([каннибализация](#), сопутствующие товары и т.д.);
- маркетинговые цели;
- площадь торгового пространства;
- сезонность, праздники;

- предложения поставщиков и т.д.

Так как значения этих факторов меняются с течением времени, то и матрицы точек продаж должны регулярно пересматриваться. Решение Reshape Assortment Adviser на базе Logipom позволяет автоматизировать этот процесс настолько, что корректировать ассортимент можно практически ежедневно.

Решения по ассортиментным матрицам влияют на процессы ценообразования и прогнозирования спроса.