

---

# Лекция 4. Ценообразование и управление ассортиментом

---

---



# В программе предусмотрены следующие способы задания цены:

- вручную — цены в этом случае задаются вручную и могут быть использованы для расчета других цен.
- по данным ИБ — цены автоматически рассчитываются на основании данных, хранящихся в информационной базе. Например, цена рассчитывается как максимальная цена конкурента или как себестоимость товара.
- рассчитывать по другим видам цен — в этом случае цены рассчитываются по заданным формулам на основании других цен. В качестве базовых цен для расчета могут применяться любые виды цен.

# Справочник «Виды цен»

Оптовая (Вид цен) - Д... (1С:Предприятие)

## Оптовая (Вид цен)

Записать и закрыть  Все действия ▾ 

Наименование:   Использовать при продаже клиентам

Идентификатор для формул:   Использовать при передаче между организациями

Валюта цены:   Цена включает НДС

Правила калькуляции цены  Задавать вручную  Заполнять по данным ИБ  Рассчитывать по другим видам цен

Правила округления цены

# Правила округления цены

В программе реализована возможность автоматического округления цен в соответствии с установленными правилами.



Правила округления устанавливаются:

-  для всего вида цен;
-  для ценового диапазона.

При необходимости можно указать точность психологического округления – правило округления, которое применяется после основного округления и позволяет получить в итоге не круглую цифру (9,99, а не 10,00). Для этого служит конструктор психологического округления.

# Конструктор психологического округления

**Розничная (Вид цен) \***





**Записать и закрыть**  Все действия ▾ 

Наименование:   Использовать при продаже клиентам

Идентификатор для формул:   Использовать при передаче между организациями


Валюта цены:   Цена включает НДС


Правила калькуляции цены | **Правила округления цены**

 Добавить |    Конструктор психологического округления Все действия ▾

Нижняя граница	Ценовой диапазон	Точность округления	Психологическое округле
	От 0 до 10 RUB		
10,00	Свыше 10 RUB		

Метод округления:  По арифметическим прави



**Конструктор психологического округления** (1С:Предприятие) 

**Сохранить и закрыть** Все действия ▾ 

Психологическое округление (0,09) \_\_\_\_\_

Разряд:  Последняя цифра:

Пример \_\_\_\_\_

---

# Регистрация цен партнеров

- Служит для регистрации цены других участников рынка с целью получения информации для анализа
- Цены конкурентов регистрируются в разделе Маркетинг.
- Цены поставщиков регистрируют в разделе Запасы и закупки
- Информация может быть получена не только из официальных предложений, но и из рекламных материалов, с веб-сайтов и др.

# Регистрация цены поставщика

## Регистрация цен поставщика (создание) \*

Провести и закрыть



Провести

Все действия ▾



Номер:

Дата: 22.09.2014



Валюта:

RUB



Поставщик:

База "Мебель"



Соглашение:

Поставка мебели (База "Мебель")



Товары

Дополнительно

+ Добавить



Все действия ▾

Номенклатура поставщика	Номенклатура	Характеристика	Упаковка, Ед. изм.	Цена
	Кровать		шт (1 шт)	15 000,00

Комментарий:



---

## Печать Прайс-листа

- Перейдите из раздела Маркетинг в раздел Отчеты. Откроется список доступных отчетов.
- Выберите в данном списке команду Прайс-лист.
- Выберите условия, по которым отбираются товары в данный прайс-лист.








# Настройка отчета «Прайс-лист»

**Прайс-лист**

Вариант отчета:

Все действия ▾

<input checked="" type="checkbox"/>	 Дата отчета	Начало этого дня	
<input checked="" type="checkbox"/>	 Отображать только виды цен, используемые при продаже		
<input type="checkbox"/>	 Ценовая группа	Равно	
<input type="checkbox"/>	 Номенклатура	Равно	
<input type="checkbox"/>	 Вид цены	Равно	

Отчет не сформирован. Нажмите "Сформировать" для получения отчета.

## Создание скидки (наценки)

Справочник Скидки (наценки) находится в разделе Маркетинг. Для создания скидки необходимо указать:

- Способ, которым предоставляется скидка – Процент, Вид цены или Сумма.
- Размер скидки в процентах или в рублях, в зависимости от вашего предыдущего выбора.
- Условия, при которых данная скидка может быть предоставлена.
- Область предоставления - будут ли скидки предоставлены на все строки, представленные в документе, или же только на строки, в которых выполняются заданные вами условия.

---

## Условия предоставления скидки

- За время продажи;
- За форму оплаты;
- За соблюдение графика оплаты;
- За разовый объем продаж;
- За пробную продажу;
- За первую продажу партнеру;
- За накопленный объем продаж.

# Справочник «Скидки (наценки)»

Скидки (наценки) (создание) (1С:Предприятие)

**Скидки (наценки) (создание)**

Записать и закрыть ? Все действия ▾

Группа совместного применения: Скидки оптовым ... Сложение Статус действия: Действует ...

Назначается вручную

Общее значение скидки (наценки) \_\_\_\_\_

Предоставляемая скидка: Процент ... 0,00 %

Область предоставления: В документе ... на номенклатуру сегмента: \_\_\_\_\_

Уточнение значения скидки (наценки) по ценовым группам ... Условия предоставления \_\_\_\_\_

+ Добавить | × | ↑ ↓ Все действия ▾ Подобрать | × | ↑ ↓

Ценовая группа	Значение	Условие предоставления

Наименование:  
0% без условий

# Справочник «Скидки (наценки)»

## Скидки (наценки)

Статус:  ... X

Создать | | | | Найти... | |

Наименование

⊖ Скидки (наценки)

⊖ Скидки оптовым клиентам

5% на номенклатуру сегмента Кофеварки (Первая продажа номенклатуры сегмента Телевизоры)

200 RUB на номенклатуру сегмента Продукты (Сумма в документе не менее 5 000 RUB по номенклатуре сегмента Продукты)

Ручная: Вид цены Дилерская на номенклатуру сегмента Спортивная обувь (Количество в документе не менее 50 ед. по номенклатур...)

⊖ Скидки дилерам обуви

5% на номенклатуру сегмента Обувь (Первая продажа партнеру)

-1 000 RUB на номенклатуру сегмента Обувь (Количество проданного товара по партнеру за прошлый месяц не менее 100 ед. по ном...)

⊖ Скидки дилерам мебели

5% на номенклатуру сегмента Мебель (Первая продажа партнеру)

-5 000 RUB на номенклатуру сегмента Мебель (Количество проданного товара по партнеру за прошлый месяц не более 20 ед. по ном...)

⊖ Скидки дилерам бытовой техники

5% на номенклатуру сегмента Бытовая техника (Первая продажа партнеру)

-3 000 RUB на номенклатуру сегмента Бытовая техника (Количество проданного товара по партнеру за прошлый месяц не более 50 е...)

---

# Формирование правил оплаты

- Все возможные варианты оплаты, с которыми работает предприятие называются графиками оплаты.
- Графики оплаты можно использовать при оформлении договоров с клиентами.
- Графики оплаты позволяют классифицировать задолженность клиентов перед фирмой, а затем воспользоваться полученными данными для дальнейшего анализа.

---

# Формы оплаты

- Наличная;
- Безналичная;
- Кредитная карта;
- Любая.

По умолчанию в программе выбран вариант Любая. Формы оплаты связаны со справочником Календари, где можно создать свой календарь оплаты или выбрать один из уже готовых.

# Вариант оплаты

- Аванс (до обеспечения) – деньги перечисляются еще до того как продавец обеспечит наличие товаров на складе;
- Предоплата (до отгрузки) – подразумевает, что товар имеется на складе и будет отгружен сразу после подтверждения факта предоплаты;
- Кредит (после отгрузки) – расчет за товар проводится после отгрузки. Предоставляется надежным, проверенным клиентам.



# Справочник «Графики оплаты»

## Графики оплаты

Создать | Найти...

Наименование

- Предоплата безналичная
- Предоплата наличная
- Предоплата
- Частичная предоплата
- VIP-клиенты
- Кредит
- Оплата наличными сразу

Предоплата безналичная (График... (1С:Предприятие)

### Предоплата безналичная (График оплаты)

Записать и закрыть | Все действия ▾

Наименование:

Форма оплаты:  | Календарь:

Добавить | Все действия ▾

N	Вариант оплаты	Отсрочка	% платежа
1	Аванс (до обеспечения)	3	100,00
			100,00

# Управление ассортиментом

Управление ассортиментом - это прежде всего правильный выбор: какие наименования производить, в каком объеме и по какой цене их продавать. Задача управления ассортиментом лежит на стыке экономического и маркетингового анализа.

Маркетинговый анализ позволяет понять, насколько та или иная позиция перспективна с точки зрения рынка, какой спрос на нее ожидается, растет он или падает. Экономический анализ позволяет оценить, насколько та или иная позиция выгодна самой компании.

# Анализ клиентской базы (BCG)

- Звезды — это клиенты, купившие неожиданно много. Рекомендуется приставить к данным клиентам лучших продавцов, чтобы в дальнейшем вывести клиентов на еще больший уровень продаж. Данная группа клиентов обозначается как Z.
- Коровы — клиенты, покупающие постоянно и помногу. К данным клиентам приставляются исполнительные продавцы, способные аккуратно и точно обслуживать заказы. Группа клиентов обозначается как X.
- Собаки — клиенты, которые покупают редко и мало. Разработчики программы рекомендуют свести общение с ними к минимуму. Данная группа клиентов обозначается литерами CZ.
- Вопросы — это все прочие клиенты, которые пока не отнесены ни к одной из трех перечисленных групп.

# Отчет «Анализ клиентской базы»

Анализ клиентской базы (BCG)

Анализ на дату:  Тип параметра классификации:

Дата текущего среза:  Дата предыдущего среза:

BCG матрица

2


---

# Отчеты по выбранной группе КЛИЕНТОВ

Данные в общем отчете сведены в три таблицы.

- Первая таблица - ABC/XYZ распределение - отражает распределение клиентов по группам.
- Вторая - Изменения ABC, и
- Третья - Изменения XYZ - таблицы, показывают изменения по группам клиентов за отчетный период, позволяя отследить движение клиентов между группами, сопоставить полученную информацию с положением на рынке и с изменениями в маркетинговой политике вашей фирмы.

# Отчет «Анализ клиентской базы»

## ABC/XYZ распределение

	A-класс	B-класс	C-класс	Потерянные
X-класс	1			
Y-класс				1
Z-класс				
Потерянные				

## Изменения ABC



		текущая классификация			
		A-класс	B-класс	C-класс	Потерянные
предыдущая класс-я	A-класс	1			1
	B-класс				
	C-класс				
	Потенциальные				
	Потерянные				

## Изменения XYZ



		текущая классификация			
		X-класс	Y-класс	Z-класс	Потерянные
предыдущая класс-я	X-класс		1		
	Y-класс				
	Z-класс	1			
	Потенциальные				
	Потерянные				

Изменения к худшему

Изменения к лучшему

Без изменений

# Сегменты номенклатуры

Способ формирования сегмента определяет, какие позиции номенклатуры попадут в данный сегмент:

- Формировать вручную - позволяет вписывать и удалять позиции вручную.
- Периодически обновлять - программа определяет состав сегмента автоматически, по заданным правилам. При этом результат будет храниться в информационной базе и использоваться до следующего обновления расчетов. Программа производит новый расчет по расписанию, с помощью регламентного задания, либо по команде пользователя.
- Формировать динамически - позволяет вычислять состав сегмента по правилам, но полученный состав сегмента не хранится в базе, а вычисляется каждый раз заново.



# Справочник «Сегменты номенклатуры»

## Сегменты номенклатуры

 Создать |     Найти... |  

Наименование	Способ формирования
— Бытовая техника	Периодически обновлять
— Женская обувь	Периодически обновлять
— Кондиционеры	Периодически обновлять
— Кофеварки	Периодически обновлять
— Кухонные комбайны	Периодически обновлять
— Мебель	Периодически обновлять
— Мужская обувь	Периодически обновлять
— Мясорубки	Периодически обновлять
— Обувь	Периодически обновлять
— Продукты	Периодически обновлять
— Соковыжималки	Периодически обновлять
— Спортивная обувь	Периодически обновлять
— Телевизоры	Периодически обновлять
— Услуги	Периодически обновлять
— Холодильники	Периодически обновлять