



Spotfire Обзор решений для ритейла

Надежные, основанные на стандартах инфраструктурные технологии, используются у самых успешных компаний розничной торговли по всему миру, включая 5 крупнейших ритейлеров в сегменте товаров широкого потребления.

Компании CPG / FMCG и ритейлеры используют продукты TIBCO для решения широкого спектра задач, включая несколько функций, представленные в данной брошюре.

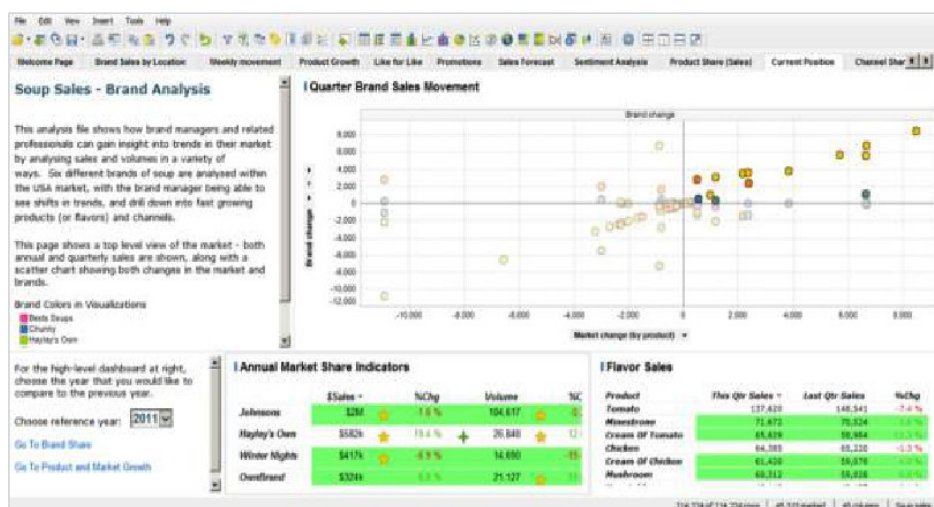
TIBCO Spotfire обеспечивает компаниям сферы торговли непревзойдённую лёгкость и гибкость аналитики, позволяя находить новые возможности и избегать рисков. Применяя интерактивные панели, визуализации, предиктивную и событийную аналитику, вы можете разработать интеллектуальные модели и визуальные представления информации, которые будут одинаково хорошо отображаться на любом устройстве. Spotfire является масштабируемой аналитической платформой — от отдельных рабочих мест до корпоративного уровня, которая помогает бизнес пользователям и техническим специалистам быстро исследовать данные, чтобы:

- Повысить уровень рентабельности с помощью эффективного управления категориями товаров и брендов;
- Понять и правильно реагировать на потребности искушённых покупателей и потребителей, которые все больше используют цифровые технологии и ждут большего, чем просто ценность и удобство;
- Оптимизировать цепочку поставок;
- Использовать инновационные технологии для оптимизации программ лояльности как в сфере интернет торговли, так и в работе торговых точек формата «магазин у дома» для получения конкурентного преимущества.

Анализ бренда

Бренд-менеджеры используют вышеуказанный функционал анализа Spotfire, чтобы повысить представление о разных показателях в натуральном и денежном выражении для продуктов разных брендов и категорий. Обычно в сфере ритейла основной источник данных - это данные поступающие из точек продаж, но также могут быть использованы любые типы данных. Бренд-менеджер, используя Spotfire, может быстро делать визуальный анализ трендов, выбирая любой из множества способов анализа и с легкостью получать такие показатели, как удельный вес конкретного бренда, и его изменение. Визуальная маркировка и цветовое выделение сразу же подсвечивают лучшие и худшие показатели брендов относительно друг друга или по всему рынку в целом.

Анализ дает возможность пользователям отмечать области с высокими показателями роста и делать детальный анализ, выбирая нажатием мыши подкатегории, подбренды, вкус или любую другую комбинацию атрибутов и смотреть детальные данные, на которых основана визуализация.



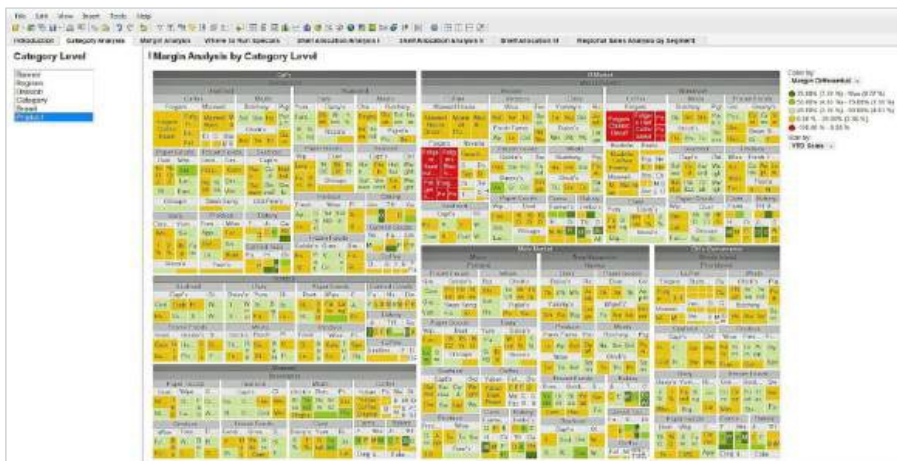
Управление категориями товаров

Категорийный менеджмент — это непрерывный процесс сотрудничества между производителями товаров повседневного спроса (CPG или FMCG) и ритейлерами. В эпоху больших данных роль категорийного менеджмента приобретает все более важное значение для отрасли товаров повседневного спроса. Увеличение объема ценной информации текущих и потенциальных покупателей усложняет представление о структуре продаж, и Spotfire существенно помогает в получении полезных знаний о сбыте.

Аналитический функционал включает в себя такие инструменты анализа, как суммирование и расчет количественных показателей для любого количества категорий и в любой плоскости (рентабельность реализованной продукции, разница рентабельностей, сравнения с предыдущими периодами и т.д.).

Это позволяет:

- Ритейлерам и производителям товаров повседневного спроса анализировать данные торговых точек, конверсии купонов, скорости и объема товарооборота и других данных продаж для обнаружения категорий, которые лучше соответствуют специфическим потребностям.
- Разрабатывать и моделировать предложения и промо-акции, создающие баланс между потребностями анализируемой категории и оптимальным уровнем рентабельности ассортимента категории.
- Получать индивидуальные рекомендации для каждой категории продуктов, например, оптимальные размеры торговой точки или список и формат POS материалов.



Прогноз продаж

Функционал анализа продаж Spotfire помогает конечным пользователям прогнозировать объем продаж для всех брендов, учитывая позиции конкурирующих брендов.

Метод прогнозирования Хольта-Уинтерса, используя данные временных рядов, показывает данные продаж, устраняя однократные продажи, случайные колебания и учитывая тренды и фактор сезонности.

Меню и функционал визуализации разработаны с тем учётом, что пользователи, которые не являются статистиками, могут с легкостью осуществлять предиктивный анализ для ежедневного принятия решений и планирования, просто добавляя линии прогноза и доверительного интервала к графику продаж за пару кликов.

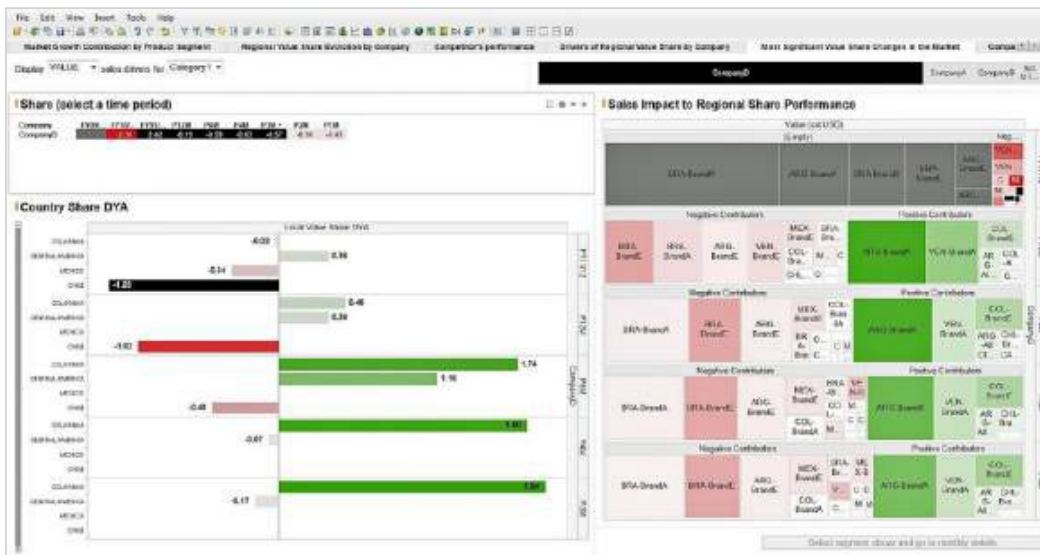


Анализ ценообразования и промо-акций

Иногда компания упускает прибыль из-за слишком строгого следования первоначальной стратегии. Аналитический функционал Spotfire предназначен для лучшего понимания актуальной ситуации на рынке и позволяет проверить эффективность выбранной стратегии или помочь внести в нее изменения, а также найти возможности получения потенциальных доходов, находя ответы на следующие вопросы:

- Какова эффективность стимулирующих акций?
- На каком уровне находятся цены компании в сравнении с конкурентами?

Анализ такого типа обеспечивает более глубокое понимание того, как изменить структуру промо-активностей, чтобы достичь увеличения продаж и доли рынка? Если изменения имеют прочную основу, то с какой интенсивностью нужно увеличить рекламный бюджет?



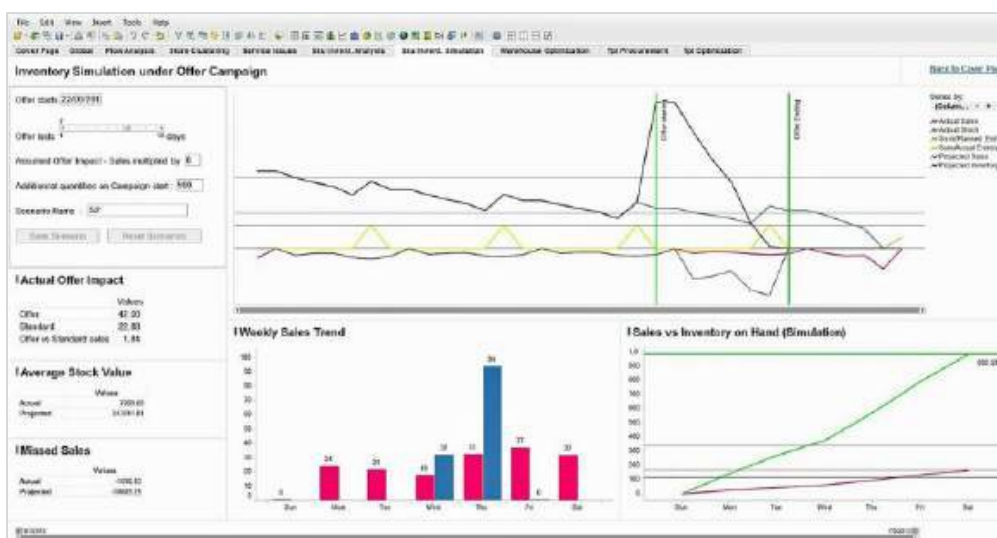
Моделирование влияния стимулирования продаж на товарные запасы

Стимулирование продаж и спецпредложения используются довольно интенсивно в сферах производства и дистрибуции товаров повседневного спроса (CPG и FMCG), покрывая львиную долю маркетинговых ресурсов. В компаниях отрасли эффективность трейд маркетинга часто ставится под вопрос и постоянно обсуждается высокий уровень зависимости от стимулирующих активностей.

Несмотря на огромные годовые бюджеты, выделяемые на трейд маркетинг, экономический эффект от использования стимулирующих акций не до конца изучен и часто непонятен для заинтересованных лиц.

Аналитический функционал Spotfire для стимулирования продаж позволяет:

- Определить базовые показатели спроса и товарного запаса;
- Протестировать спецпредложения и стимулирующие кампании для определения объема товаров, которые нужно заказать до начала акции;
- Определить эффект от спецпредложения на товарные запасы по каналам продаж, регионам и торговым точкам до начала кампании;
- Заранее распределять товарные запасы и вносить корректировки ещё до начала кампании, если количество товара в наличии недостаточно для проведения акции.

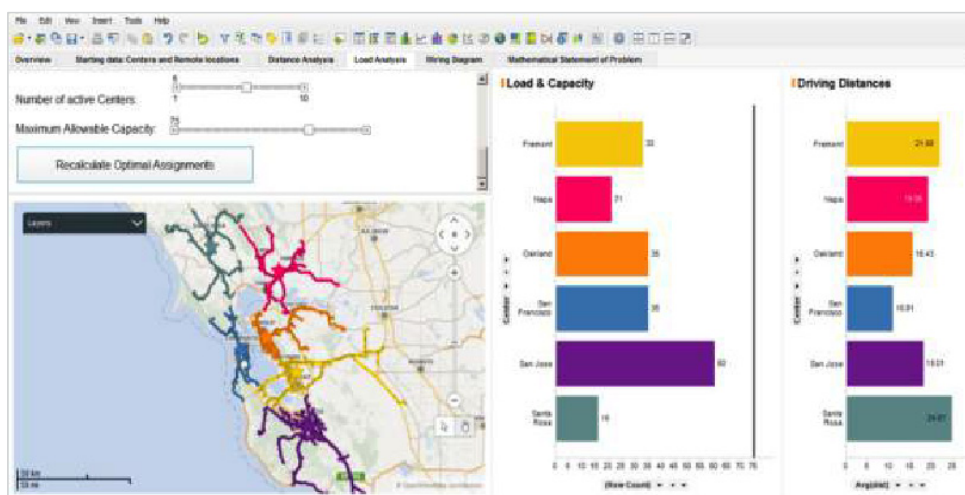


Гео-аналитика для оптимизации цепочки поставок

Геоаналитика Spotfire использует мастер настройки TIBCO GeoAnalytics для консолидации и оптимизации данных всей цепочки сети поставок производителей и ритейлеров товаров повседневного спроса, для более эффективного реагирования на меняющиеся требования бизнеса.

Являясь встроенным приложением платформы Spotfire, геокодирование с детализацией до уровня улицы, автоматически размещает торговые точки, распределительные центры и региональные подразделения на разные слои карты. Каждый из множества слоев карты одновременно представляет определенный тип данных, например, дорожные пробки, погодные условия, протяженность маршрута или другие параметры.

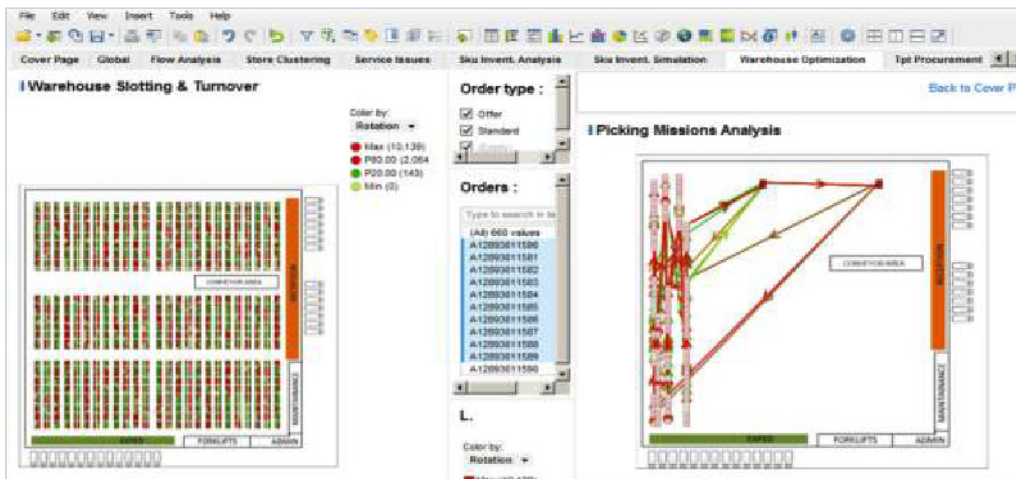
Кроме того, использование специального модуля TIBCO Enterprise Runtime для R в Spotfire обеспечивает оптимизацию бизнес-процессов, например, маршрутов доставки, с учетом расстояния и количества торговых точек. Информацию о влиянии закрытия дистрибьюторского центра или изменения схемы логистики на определенной территории можно показать в виде динамичной визуализации, что позволяет принимать обоснованное объективное решение.



Оптимизация складских запасов

Этот тип анализа дает возможность рассмотреть возможные варианты доставки до розничного склада и визуально определить неэффективные маршруты передвижения курьеров, используя данные о расположении продуктов, маршруте и последовательности сборки заказов, а так же такие ограничения, как максимальный вес одного заказа или температура хранения.

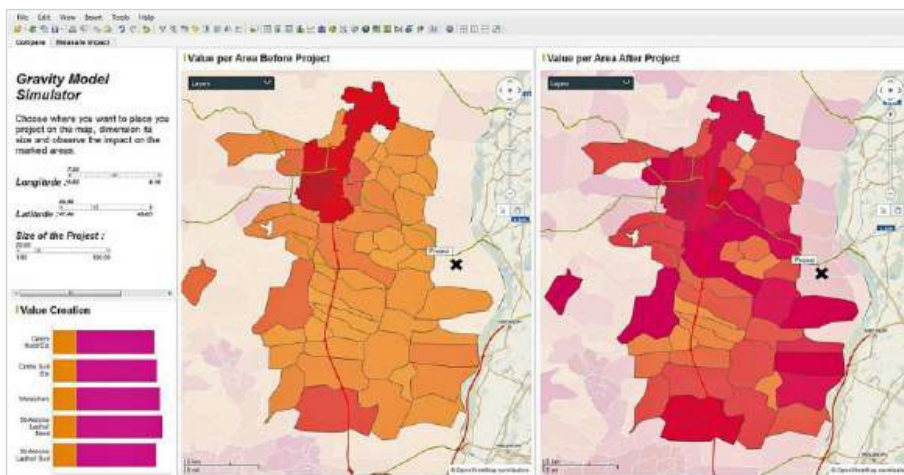
Статистические модели, встроенные в Spotfire или на основе TIBCO Enterprise Runtime для R, могут порекомендовать оптимальные маршруты и предоставить возможность бизнес пользователям использовать сценарии «что, если». Полученные сценарии отображаются в динамичной, визуальной форме. Со Spotfire задачи оптимизации склада будут понятны и решены в максимально эффективной форме.



Анализ гравитационной модели

Гравитационная модель использует демографическую ситуацию двух населенных пунктов и некоторое количество переменных, чтобы прогнозировать перемещение людей, товаров или информации между двумя пунктами. При этом более крупные населенные пункты привлекают больше людей и товаров, чем мелкие. А чем ближе населенные пункты расположены друг к другу, тем большую привлекательность они имеют. Гравитационная модель учитывает оба указанных обстоятельства.

Этот функционал анализа Spotfire дает возможность лучше понимать каких потребителей обслуживают какие розничные торговые точки и, следовательно, помогает позиционировать торговые точки, продукты и услуги, выбирая эффективные варианты рекламы (внешняя, печатная или телереклама). Например, используя запланированные размеры новой торговой точки, можно определить ее влияние на существующие торговые точки в соседних областях.

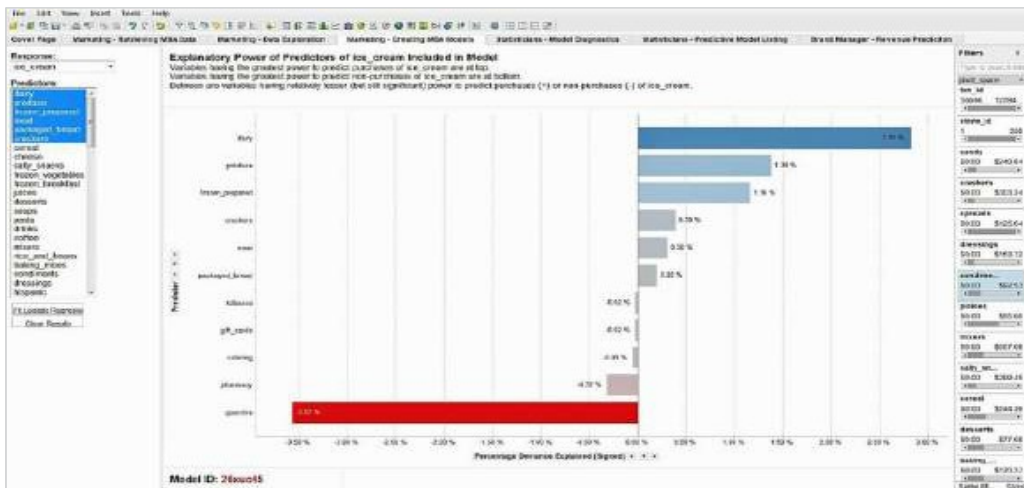


Анализ рыночной корзины

Этот функционал анализа Spotfire поможет вам предпринимать необходимые действия на основе выявления значимых взаимосвязей (корреляций) между различными категориями или продуктами. Анализ рыночной корзины помогает получить более глубокое представление о том, какие продукты или категории продуктов стимулируют потребление других, или определить недостающие в ассортименте товары.

Spotfire позволяет произвести расчет дополнительных метрик для:

- Определения оптимальной кампании
- Взвешивания переменных кампании
- Перераспределения доходов (общих или для одной точки)



Кластеризация торговых точек по профилю

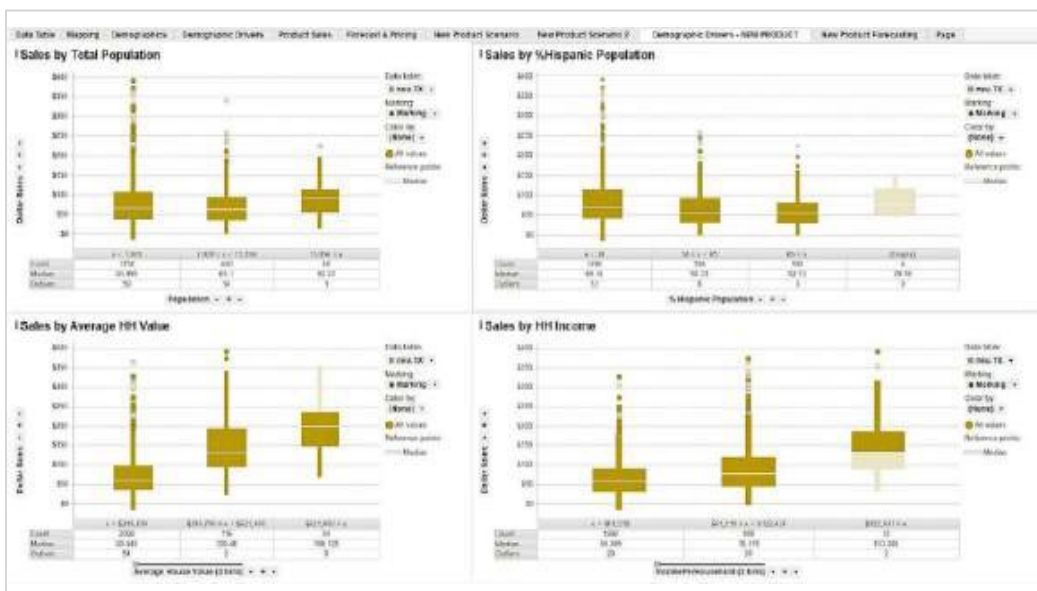
Функционал платформы Spotfire определяет единый формат расчета бизнес-показателей, что способствует повышению уровня сотрудничества между торговыми точками и позволяет:

- Совершенствовать планирование магазина, его ассортимента и мерчендайзинг
- Приспосабливать торговую площадь магазина к покупателям внутри каждого кластера;
- Предлагать конкретные спецпредложения каждому кластеру;
- Определить оптимальный ассортимент на уровне категорий и подкатегорий;
- Делать обоснованные прогнозы спроса для основных категорий товаров;
- Оптимизировать уровень складских запасов, исходя из спроса;
- Избегать дорогостоящих возвратов избыточных запасов;
- Определять внешние факторы, влияющие на эффективность кластера, чтобы достичь более точного соответствия потребностям для каждого магазина;
- Выявить внутренние факторы, которые приводят к оптимальной эффективности и делиться лучшей практикой с коллегами внутри одного кластера.



Демография покупателей

Анализ демографии на платформе Spotfire используется для поддержки решений, связанных с выбором оптимального позиционирования нового продукта. Обеспечивая анализ консолидированных корпоративных данных продаж на том или ином уровне, в соответствии с демографическими данными, Spotfire позволяет спрогнозировать где и какую нишу должен занять новый продукт. Интуитивная визуализация помогает пользователям Spotfire в сопоставлении демографических факторов, которые влияют на продажи.



Портрет идеального клиента

- Выявление «клонов» ваших лучших потребителей является важной задачей, и требует точного понимания того, какие характеристики делают их такими уникальными и ценными. Анализ такого типа дает возможность сопоставить данные «клонирования» потребителей с техникой сегментирования клиентов. Spotfire может работать со множеством параметров, включая:
 - Операционные данные, связанные с записями о конкретных клиентах
 - Продвижение, источник, отзывы и обратная связь покупателей
 - Данные о характеристиках домохозяйств

Вышеуказанные и многие другие показатели могут использоваться для прогнозирования будущего поведения потребителей.

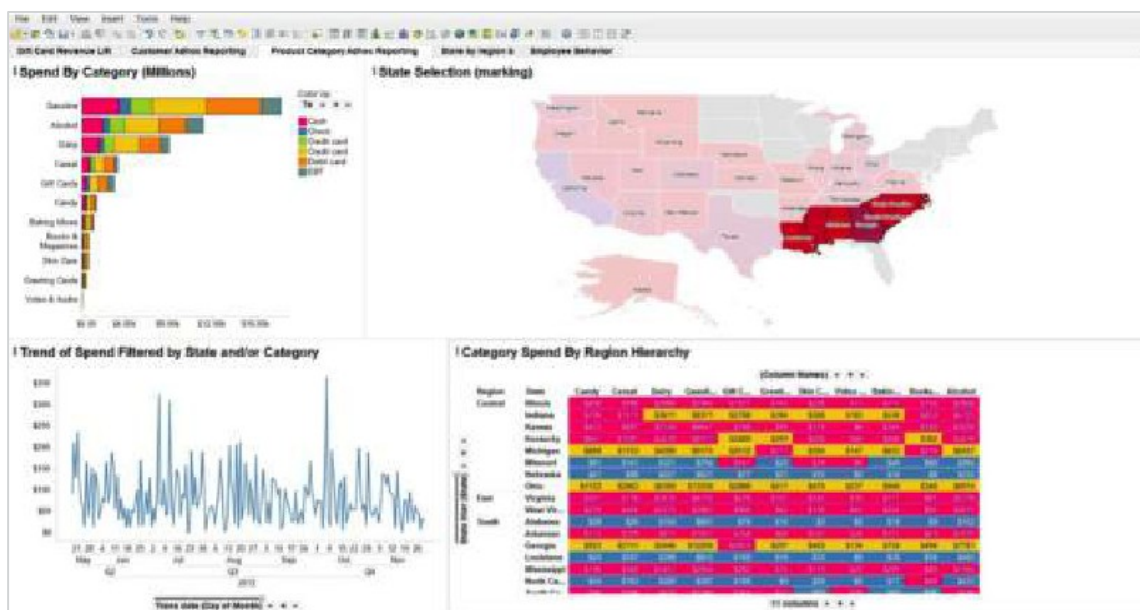


Расходы потребителей

Сейчас уже недостаточно просто знать то, сколько готов заплатить клиент. Получение ответов на вопросы «*когда?*», «*где?*» и «*что?*» делают анализ значительно более полезным. Анализ расходов потребителя использует историю покупок и расходов для выявления долгосрочных трендов расходования денег в отчетах с прогнозами.

Большие объемы данных о покупках, которые скапливаются в течение многих лет, могут использоваться для построения предиктивных моделей, основанных на покупках и потребностях, чтобы лучше позиционировать продукты.

Аналитические знания, основанные на истории транзакций, могут помочь в удержании клиентов, улучшению клиентского сервиса, увеличению доходности и расширению маркетинговых возможностей организации.



Анализ отзывов

Данные, полученные из социальных сетей и опросов потребителей, могут быстро стать визуальным представлением об отзывах. Spotfire позволяет делать глубокий детальный анализ по брендам, а затем по негативным и положительным отзывам, сопоставляя с дополнительными параметрами. Ответы классифицируются по ключевым фразам и представляются в виде интуитивно понятных древовидных диаграмм, которые показывают, что говорят клиенты о вашем бренде или о брендах конкурентов.

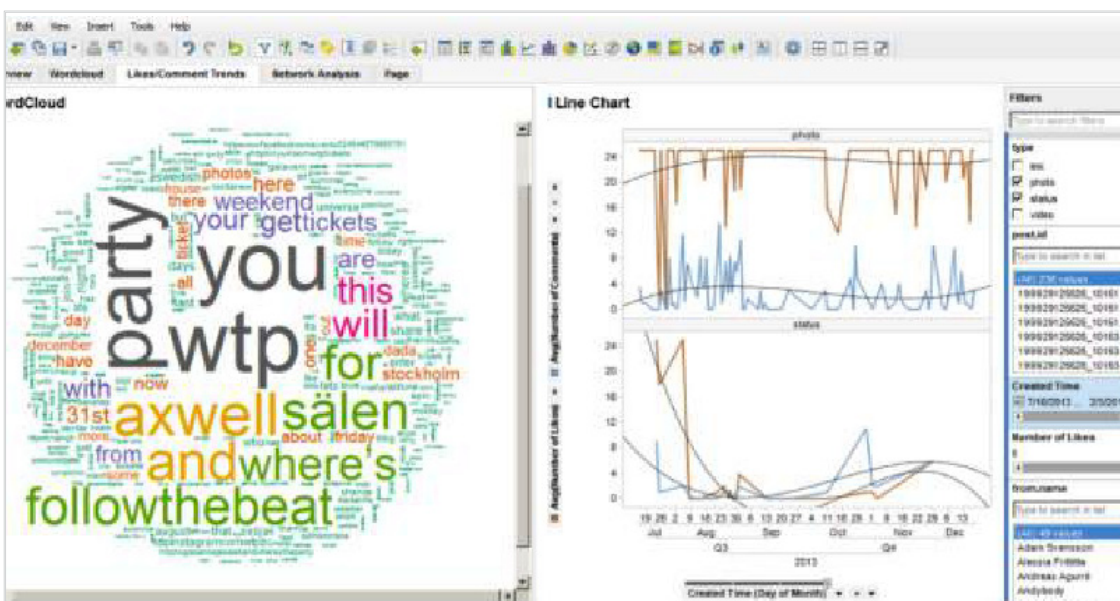
Проведение такого анализа исключительно полезно во время презентации новых продуктов, изменении цен или оценке качества. **Информация может быть использована для** изменения посыла, сообщения, а в сочетании с демографическими данными, для улучшения таргетинга маркетинговых кампаний.



Социальные медиа

Spotfire помогает бизнес-пользователям получить аналитический обзор публикаций, которые находятся в общем доступе в социальных сетях, в виде многочисленных визуализаций, например облаке тегов или сетевых диаграммах. Визуализация этой информации позволяет выявлять ключевых участников (лидеров мнений), которые имеют наибольшее влияние на маркетинг социальных медиа (SMM).

Spotfire может автоматически разбивать данные, например, по типам публикаций в соцсетях. Spotfire облегчает развертывание, обнаружение и детальный обзор самых важных высказанных слов и мнений. Для интернет-маркетологов и других заинтересованных специалистов анализ социальной активности потребителей обеспечивает глубокое представление неструктурированных данных.

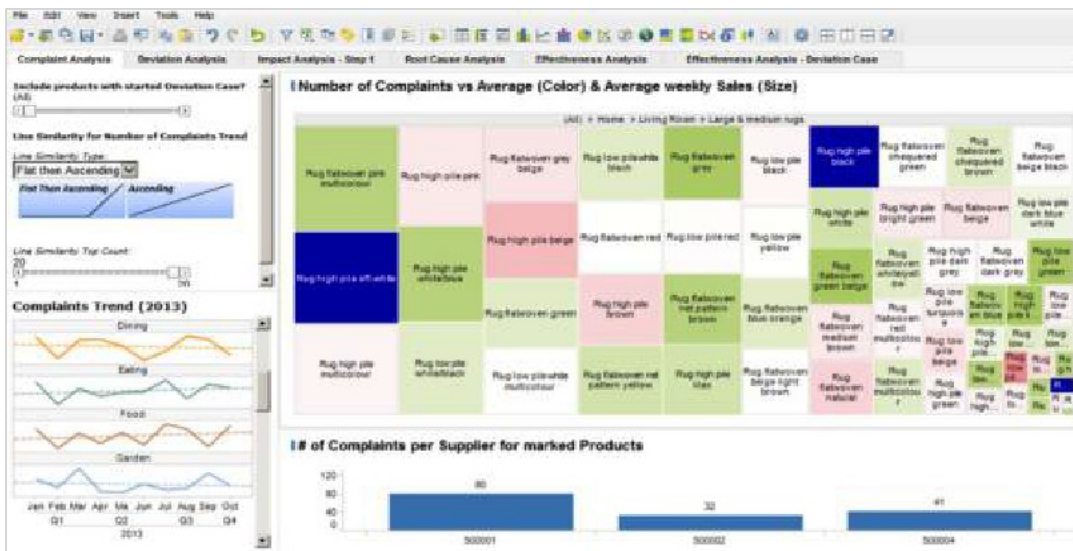


Качество продукции

Этот аналитический функционал был разработан для поддержки процесса *CAPA* — corrective action/preventive action (*коррекционное действие/превентивное действие*), что является частью передовой практики производственного процесса и различных ISO бизнес-стандартов.

Анализ качества связывает данные о жалобах потребителей и несоответствиях качества с данными поставщиков, комплектующих и тестирования продукции, внутри всего портфеля продуктов ритейлера. Анализ качества фокусируется на систематическом исследовании основных причин выявленных проблем или рисков для предотвращения их возникновения или повторения. Используя шаблонные ситуации, Spotfire может найти тренды среди неструктурированной информации — жалоб.

Данные можно визуализировать в виде древовидной диаграммы, облегчая определение основных проблемных участков и фокусируя ресурсы на участки, от которых будет наибольший эффект. Кроме того, можно выводить изображение интересующего товара в режиме детализации.



**УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ
О ПЛАТФОРМЕ TIBCO**

www.spotfiretibco.ru
www.tern.ru

Москва
+7 (495) 234-9885
sales@tern.ru

Пермь
+7 (342) 219-7963
sales@tern.perm.ru