Двойной ABC анализ

Двойной ABC анализ — это отчет, который помогает определить за выбранный период наиболее ценные позиции в меню по проценту себестоимости и объему продаж

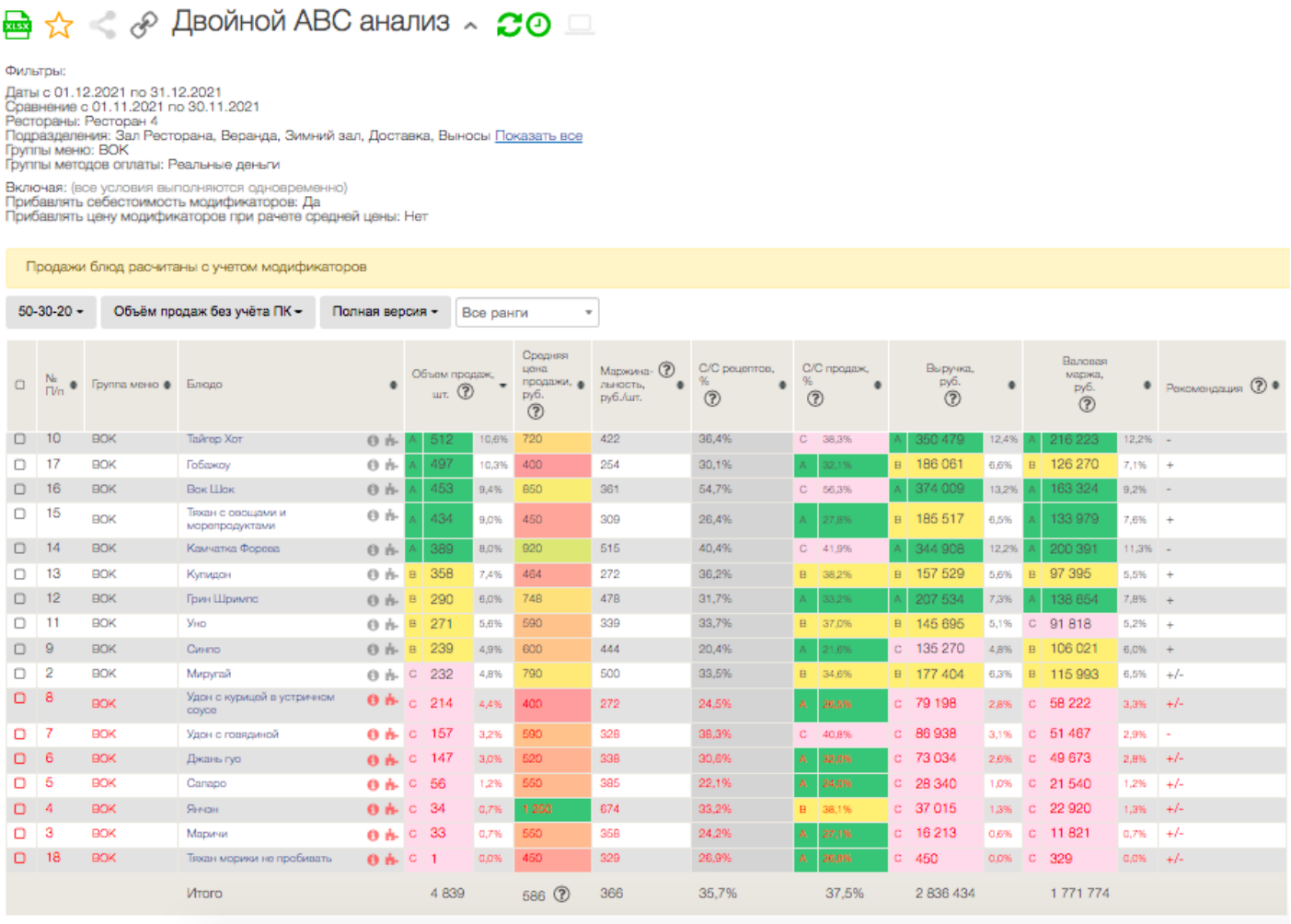
- 1. Описание
- 2. Построение отчета
- Методика отчета Двойной ABC анализ.
  - Определение ранга и динамика.
  - Как определить позиции в Go-list.
  - Как сравнить результат по Go-list.

1. Описание

Двойной ABC анализ - это отчет, который помогает определить за выбранный период наиболее ценные позиции в меню по проценту себестоимости и объему продажи.

Основная задача - это сделать анализ и получить информацию по ассортименту позиции, которые выгодны по себестоимости и объему в продаже. Принадлежность позиции к тому или иному рангу принципиально влияет на действия, которые необходимо с ним произвести, чтобы оптимизировать ассортимент.

Общий вид отчета



Двойной ABC анализ

Фильтры:

Даты с 01.12.2021 по 31.12.2021
Сравнение с 01.11.2021 по 30.11.2021
Рестораны: Ресторан 4
Подразделения: Зал Ресторана, Веранда, Зимний зал, Доставка, Выносы Показать все
Группы меню: ВОК
Группы методов оплаты: Реальные деньги

Включая: (все условия выполняются одновременно)
Прибавлять себестоимость модификаторов: Да
Прибавлять цену модификаторов при рачете средней цены: Нет

Продажи блюд расчитаны с учетом модификаторов

50-30-20 | Объём продаж без учёта ПК | Полная версия | Все ранги

№ П/п	Группа меню	Блюдо	Объем продаж, шт.		Средняя цена продажи, руб.	Маржинальность, руб./шт.	С/С рецептов, %	С/С продаж, %		Выручка, руб.		Валовая маржа, руб.		Рекомендация
10	ВОК	Тайгер Хот	A 512	10,6%	720	422	36,4%	C	38,3%	A 350 479	12,4%	A 216 223	12,2%	-
17	ВОК	Гобажоу	A 497	10,3%	400	254	30,1%	A	32,1%	B 186 061	6,6%	B 126 270	7,1%	+
16	ВОК	Вок Шок	A 453	9,4%	850	361	54,7%	C	56,3%	A 374 009	13,2%	A 163 324	9,2%	-
15	ВОК	Тяхан с овощами и морепродуктами	A 434	9,0%	450	309	26,4%	A	27,8%	B 185 517	6,5%	A 133 979	7,6%	+
14	ВОК	Камчатка Форева	A 389	8,0%	920	515	40,4%	C	41,9%	A 344 908	12,2%	A 200 391	11,3%	-
13	ВОК	Купидон	B 358	7,4%	464	272	36,2%	B	38,2%	B 157 529	5,6%	B 97 395	5,5%	+
12	ВОК	Грин Шримпс	B 290	6,0%	748	478	31,7%	A	33,2%	A 207 534	7,3%	A 138 654	7,8%	+
11	ВОК	Уно	B 271	5,6%	590	339	33,7%	B	37,0%	B 145 695	5,1%	C 91 818	5,2%	+
9	ВОК	Синпо	B 239	4,9%	600	444	20,4%	A	21,6%	C 135 270	4,8%	B 106 021	6,0%	+
2	ВОК	Мируга́й	C 232	4,8%	790	500	33,5%	B	34,6%	B 177 404	6,3%	B 115 993	6,5%	+/-
8	ВОК	Удон с курицей в устричном соусе	C 214	4,4%	400	272	24,5%	A	26,0%	C 79 198	2,8%	C 58 222	3,3%	+/-
7	ВОК	Удон с говядиной	C 157	3,2%	590	328	38,3%	C	40,8%	C 86 938	3,1%	C 51 467	2,9%	-
6	ВОК	Джань гуо	C 147	3,0%	520	338	30,8%	A	32,8%	C 73 034	2,6%	C 49 673	2,8%	+/-
5	ВОК	Сапаро	C 56	1,2%	550	385	22,1%	A	24,0%	C 28 340	1,0%	C 21 540	1,2%	+/-
4	ВОК	Янчан	C 34	0,7%	1 250	674	33,2%	B	38,1%	C 37 015	1,3%	C 22 920	1,3%	+/-
3	ВОК	Марчи	C 33	0,7%	550	358	24,2%	A	27,1%	C 16 213	0,6%	C 11 821	0,7%	+/-
18	ВОК	Тяхан морики но пробивать	C 1	0,0%	450	329	26,9%	A	29,8%	C 450	0,0%	C 329	0,0%	+/-
		Итого	4 839		586	366	35,7%		37,5%	2 836 434		1 771 774		

ABC двойной Кухня

Период сравнения
"Ноя 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	2	2	1	5
B	2	0	1	3
C	2	2	0	4
Итого	6	4	2	12

Текущий период
"Дек 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	2	1	3	6
B	2	2	0	4
C	4	2	1	7
Итого	8	5	4	17

Динамика
"Дек 21" к "Ноя 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	0	-1	+2	+1
B	0	+2	-1	+1
C	+2	0	+1	+3
Итого	+2	+1	+2	+5

ABC двойной Прочее

Период сравнения
"Ноя 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	0	0	0	5
B	0	0	0	3
C	0	0	0	4
Итого	6	4	2	12

Текущий период
"Дек 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	0	0	0	6
B	0	0	0	4
C	1	0	0	8
Итого	9	5	4	18

Динамика
"Дек 21" к "Ноя 21"

Объем продаж	Себестоимость			
	A	B	C	Итого
A	0	0	0	+1
B	0	0	0	+1
C	+1	0	0	+4
Итого	+3	+1	+2	+6

Изменение продаж по Go-list

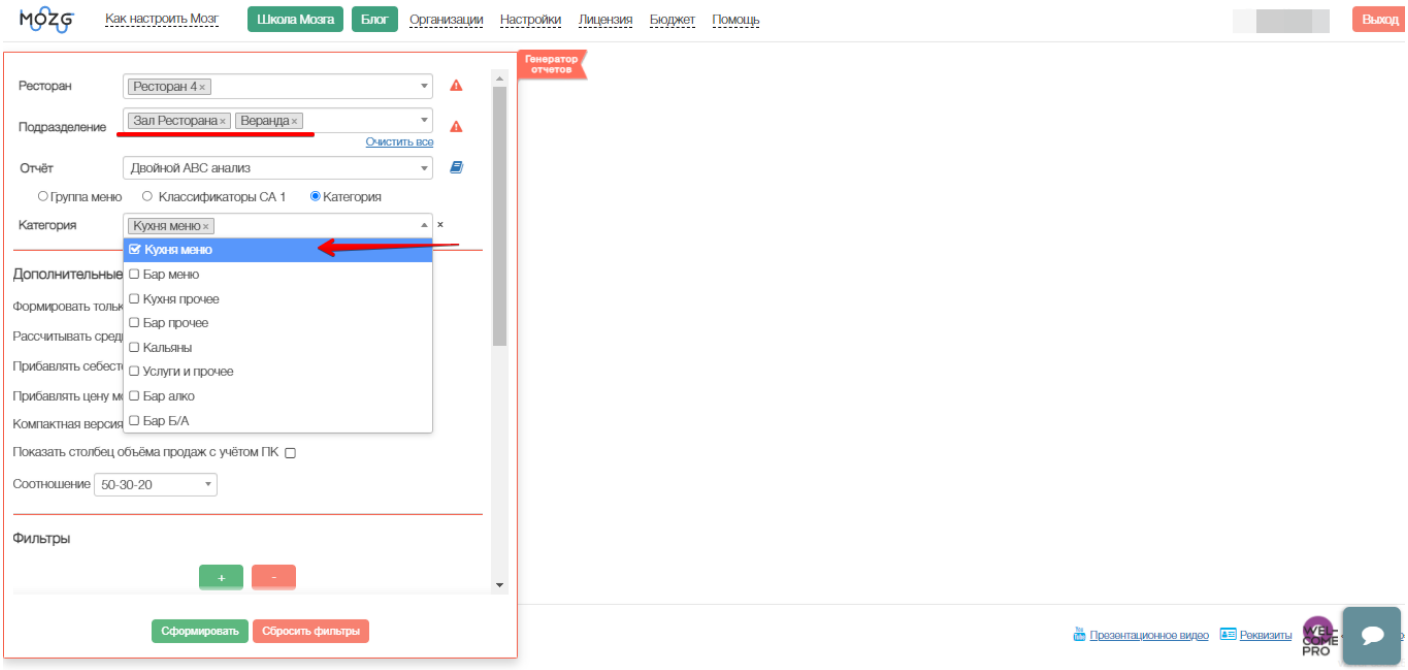
№ П/п	Группа меню	Блюдо	Рекомен-дация	Потребление на 100 заказов "Дек 21"	Изменение потребления на 100 заказов "Дек 21" к "Ноя 21"	Доля шт. в группе "Дек 21"	Изменение доли продаж по группе "Дек 21" к "Ноя 21"	Результат
1	ВОК	Удон с морепродуктами и овощами	+	119	+0,1	10,8%	-1,3%	Потребление выросло, но спрос упал
2	ВОК	Синпо	+	110	+1,1	4,9%	+4,9%	Продажи позиции растут
3	ВОК	Уно	+	108	0,0	5,6%	-0,7%	Продажи позиции падают
4	ВОК	Грин Шримпс	+	119	+0,1	6,0%	+4,3%	Продажи позиции растут
5	ВОК	Купидон	+	116	+0,0	7,4%	-0,5%	Потребление выросло, но спрос упал
6	ВОК	Тяхан с овощами и морепродуктами	+	116	0,0	9,0%	-1,2%	Продажи позиции падают
7	ВОК	Гобажоу	+	117	+0,0	10,3%	-1,9%	Потребление выросло, но спрос упал

Основные значения при построении отчета - процент СС продаж и объем продаж.

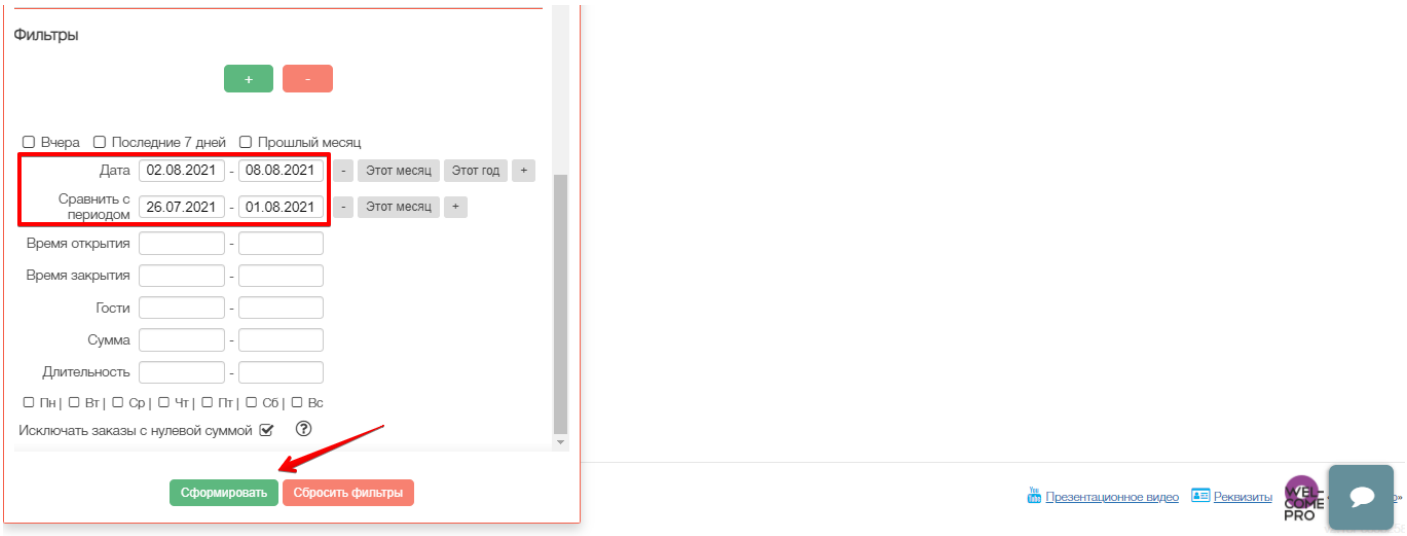
вернуться в раздел "Двойной ABC анализ"

2. Построение отчета

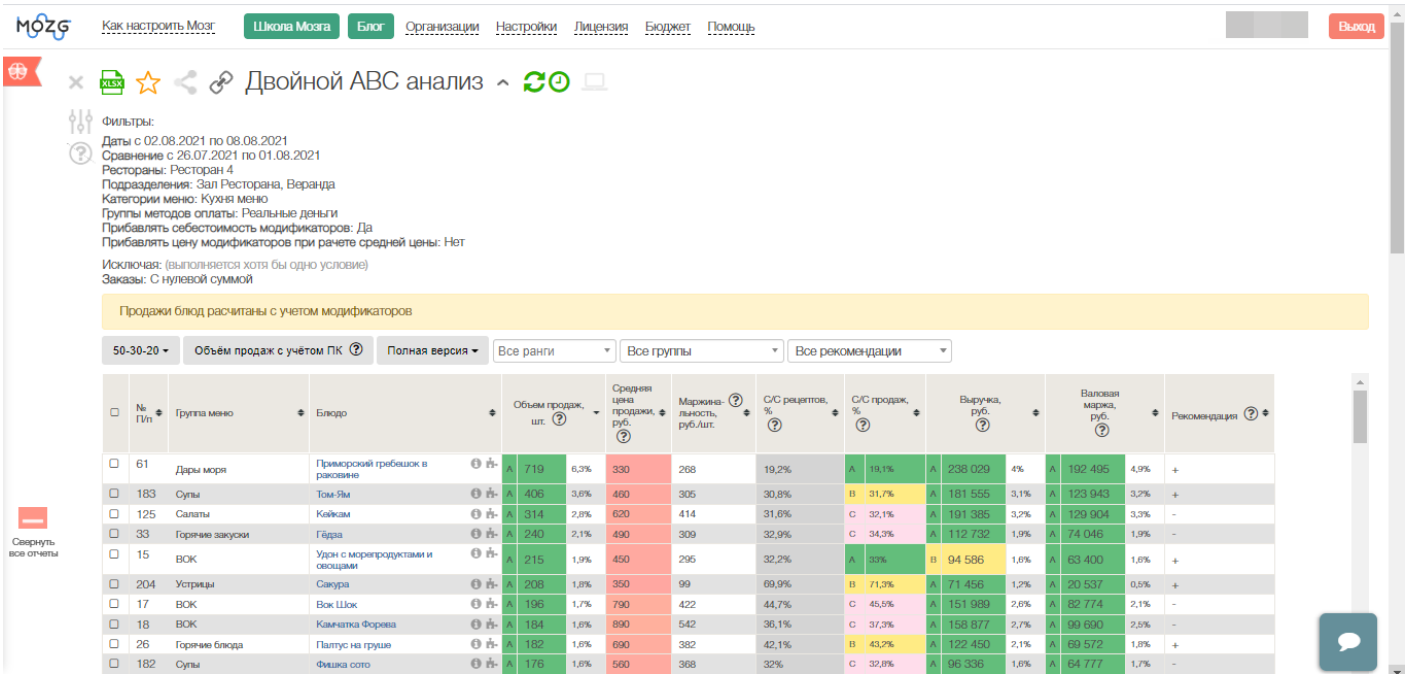
- Воспользуйтесь Генератором отчетов
- Подразделение - выберете подразделение для анализа (зал ресторан с верандой (если она используется) стоит рассматривать отдельно от доставки)
- Найдите отчет "Двойной ABC анализ"
- Выберите группу, категорию или классификатор CA 1 для анализа (категории/группы кухни и бар лучше выбирать отдельно):



- Выберете период анализа и период сравнения:



Отчет построился:



Как настроить Мозг | Школа Мозга | Блог | Организации | Настройки | Лицензия | Бюджет | Помощь | Выход

Двойной АВС анализ

Фильтры:
Даты с 02.08.2021 по 08.08.2021
Сравнение с 26.07.2021 по 01.08.2021
Рестораны: Ресторан 4
Подразделения: Зал Ресторана, Веранда
Категории меню: Кухня меню
Группы методов оплаты: Реальные деньги
Прибавлять себестоимость модификаторов: Да
Прибавлять цену модификаторов при рачете средней цены: Нет

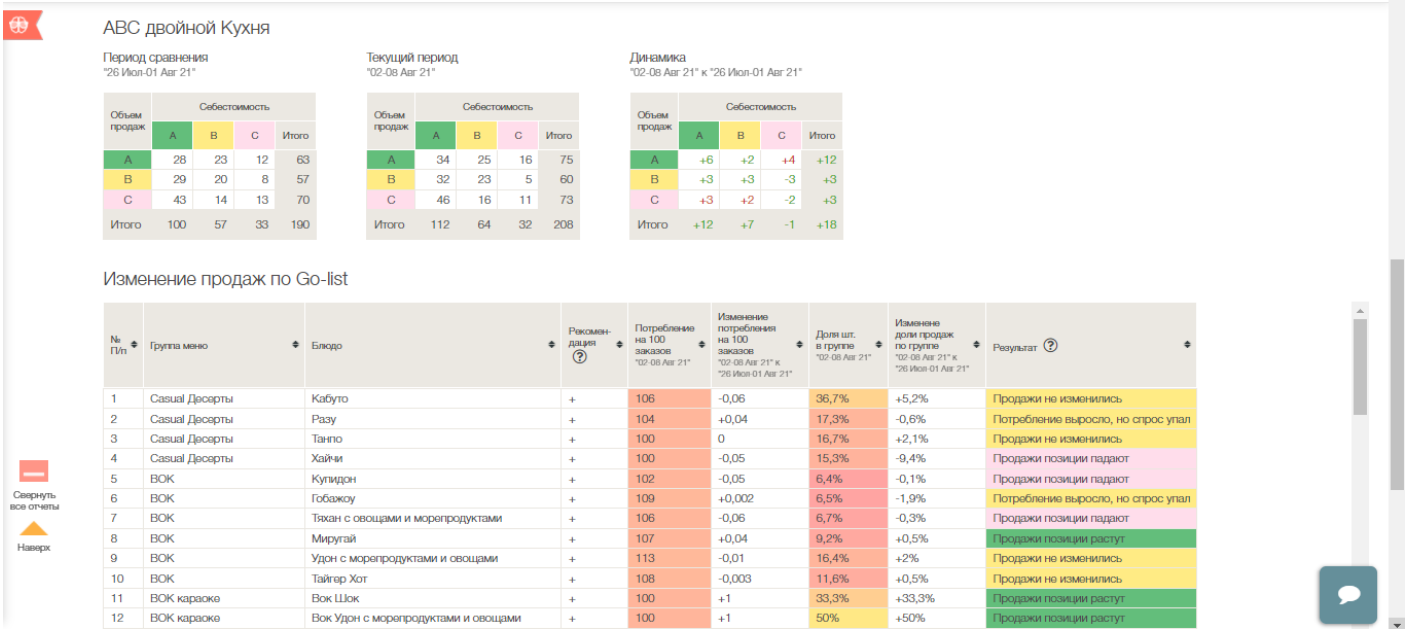
Исключая: (выполняется хотя бы одно условие)
Заказы: С нулевой суммой

Продажи блюд расчитаны с учетом модификаторов

50-30-20 | Объём продаж с учётом ПК | Полная версия | Все ранги | Все группы | Все рекомендации

№ П/п	Группа меню	Блюдо	Объем продаж, шт.			Средняя цена продажи, руб.	Маржинальность, руб./шт.	С/С рецептов, %	С/С продаж, %		Выручка, руб.		Валовая маржа, руб.		Рекомендация
61	Дары моря	Приморский гребешок в раковине	A	719	6,3%	330	268	19,2%	A	19,1%	A 238 029	4%	A 192 495	4,9%	+
183	Супы	Том-Ям	A	406	3,6%	460	305	30,8%	B	31,7%	A 181 555	3,1%	A 123 943	3,2%	+
125	Салаты	Кейкам	A	314	2,8%	620	414	31,6%	C	32,1%	A 191 385	3,2%	A 129 904	3,3%	-
33	Горячие закуски	Гёдза	A	240	2,1%	490	309	32,9%	C	34,3%	A 112 732	1,9%	A 74 046	1,9%	-
15	ВОК	Удон с морепродуктами и овощами	A	215	1,9%	450	295	32,2%	A	33%	B 94 586	1,6%	A 63 400	1,6%	+
204	Устрицы	Сакура	A	208	1,8%	350	99	69,9%	B	71,3%	A 71 456	1,2%	A 20 537	0,5%	+
17	ВОК	Вок Шок	A	196	1,7%	790	422	44,7%	C	45,5%	A 151 989	2,6%	A 82 774	2,1%	-
18	ВОК	Камчатка Форева	A	184	1,6%	890	542	36,1%	C	37,3%	A 158 877	2,7%	A 99 690	2,5%	-
26	Горячие блюда	Паттус на груше	A	182	1,6%	690	382	42,1%	B	43,2%	A 122 450	2,1%	A 69 572	1,8%	+
182	Супы	Фишка сото	A	176	1,6%	560	368	32%	C	32,8%	A 96 336	1,6%	A 64 777	1,7%	-

Свернуть все отчеты



АВС двойной Кухня

Период сравнения
"26 Июл-01 Авг 21"

Объем продаж	Себестоимость A	B	C	Итого
A	28	23	12	63
B	29	20	8	57
C	43	14	13	70
Итого	100	57	33	190

Текущий период
"02-08 Авг 21"

Объем продаж	Себестоимость A	B	C	Итого
A	34	25	16	75
B	32	23	5	60
C	46	16	11	73
Итого	112	64	32	208

Динамика
"02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"

Объем продаж	Себестоимость A	B	C	Итого
A	+6	+2	+4	+12
B	+3	+3	-3	+3
C	+3	+2	-2	+3
Итого	+12	+7	-1	+18

Изменение продаж по Go-list

№ П/п	Группа меню	Блюдо	Рекомендация	Потребление на 100 заказов "02-08 Авг 21"	Изменение потребления на 100 заказов "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Доля шт. в группе "02-08 Авг 21"	Изменение доли продаж по группе "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Результат
1	Casual Десерты	Кабуто	+	106	-0,06	36,7%	+5,2%	Продажи не изменились
2	Casual Десерты	Разу	+	104	+0,04	17,3%	-0,6%	Потребление выросло, но спрос упал
3	Casual Десерты	Танпо	+	100	0	16,7%	+2,1%	Продажи не изменились
4	Casual Десерты	Хайчи	+	100	-0,05	15,3%	-9,4%	Продажи позиции падают
5	ВОК	Купидон	+	102	-0,05	6,4%	-0,1%	Продажи позиции падают
6	ВОК	Гобажоу	+	109	+0,002	6,5%	-1,9%	Потребление выросло, но спрос упал
7	ВОК	Тяхан с овощами и морепродуктами	+	106	-0,06	6,7%	-0,3%	Продажи позиции падают
8	ВОК	Мируган	+	107	+0,04	9,2%	+0,5%	Продажи позиции растут
9	ВОК	Удон с морепродуктами и овощами	+	113	-0,01	16,4%	+2%	Продажи не изменились
10	ВОК	Тайгер Хот	+	108	-0,003	11,6%	+0,5%	Продажи не изменились
11	ВОК караоке	Вок Шок	+	100	+1	33,3%	+33,3%	Продажи позиции растут
12	ВОК караоке	Вок Удон с морепродуктами и овощами	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут

Свернуть все отчеты
Наверх

вернуться в раздел "Двойной АВС анализ"

Методика отчета Двойной ABC анализ.

Как использовать отчет для определения позиции выгодных для продажи.

Методика отчета Двойной ABC анализ.

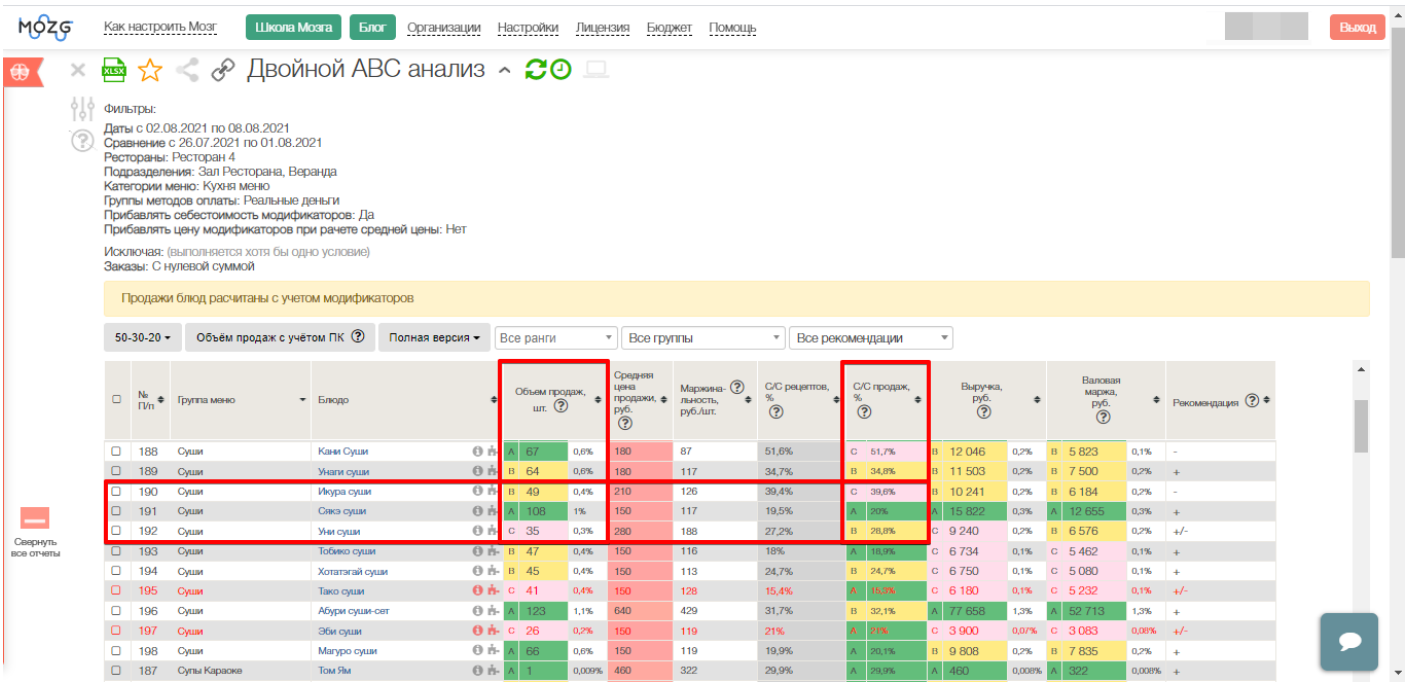
Определение ранга и динамика.

У каждой позиции в себестоимости и объеме продажи есть категория. Категория определяется через процентное соотношение расчетом только внутри группы меню. Таких категории всего три и определение адаптировано к модели ABC анализа для ресторана - 50%/30%/20%.

группа A - занимает 50%, категория наиболее ценная ;

группа B - занимает 30%, категория промежуточной ценности;

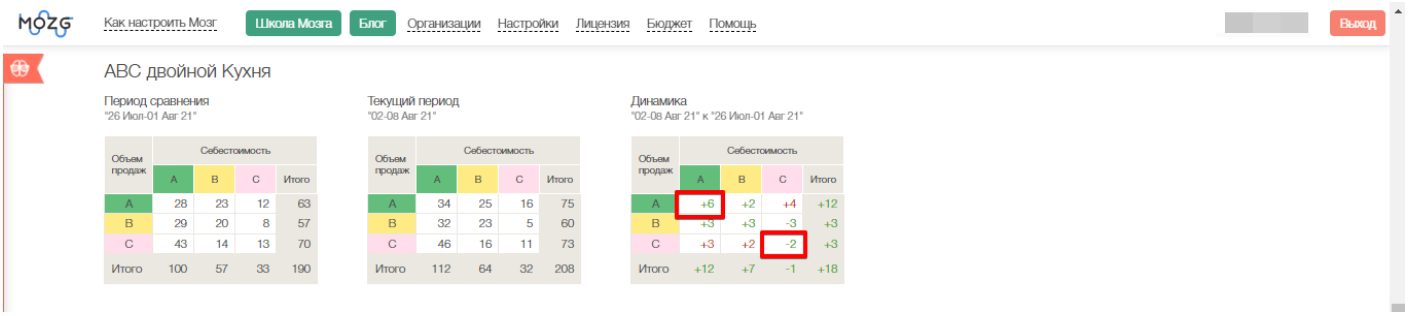
группа C - занимает 20%, категория наименее ценная:



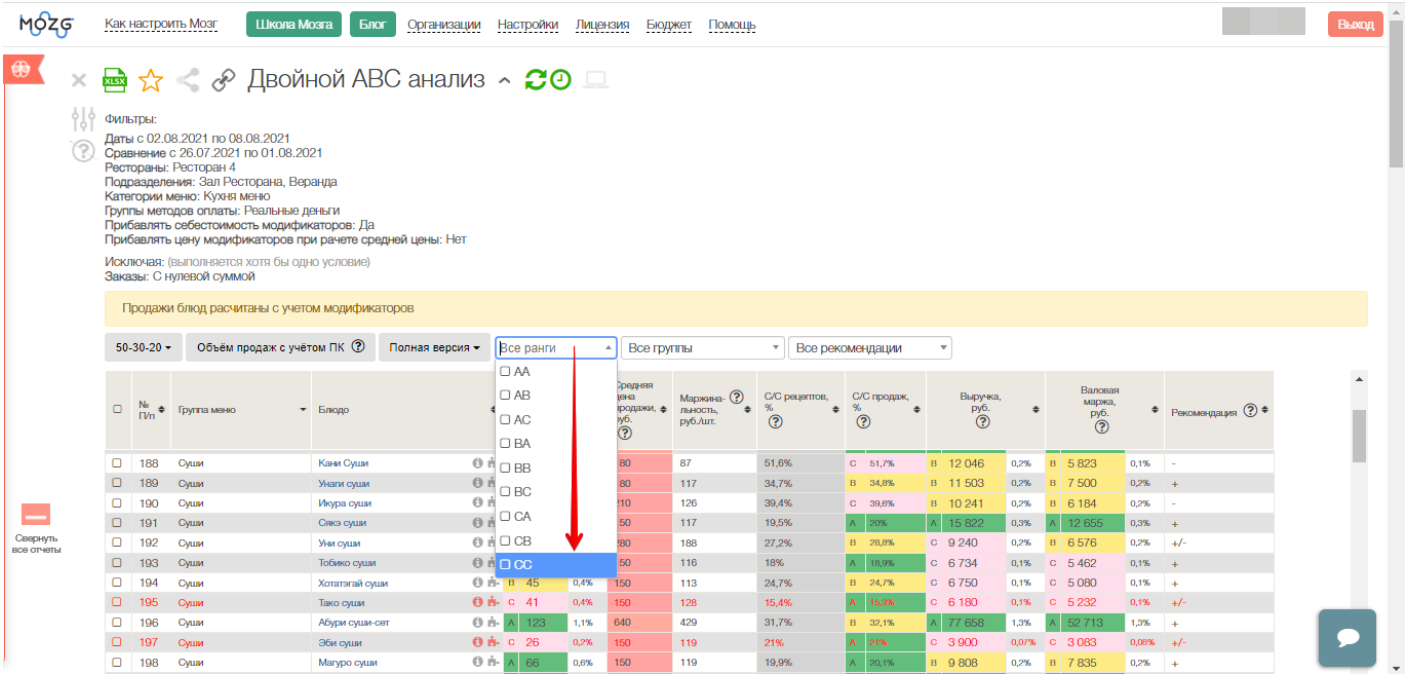
Ранг состоит из двух категорий, где первая - это "Объём продаж, шт.", вторая - это "С/С продаж %". Всего может быть девять рангов: AA, AB, AC, BA, BB, BC, CA, CB, CC.

В разделе отчета "ABC двойной Кухня" показана динамика по рангам, то есть анализ между периодами с выводом изменения количества наиболее и наименее ценных позиции в меню. В примере показано, что количество не выгодных позиции для продажи с низким спросом и высокой себестоимостью, ранг "**CC**", снизилось на **-2 шт**., количество с высоким спросом и низкой себестоимостью, ранг "**AA**", выросло на **+6 шт**.

В динамике показатели имеют градиент, где **зеленый** - это хорошо, а **красный** - это плохо:



В отчете можно использовать фильтр и отсортировать позиции по рангам. Мы для примера посмотрим позиции с рангом "**CC**":



В результате будут показаны все наименее ценные позиции, которые формируют наименьшую выручку, по причине низкого спроса и высокого % себестоимости продажи. Какие в дальнейшем принимать решения по таким позициям, то это работа с отчетом "ABC анализ" (портфельный анализ меню - **ссылка**):

Как настроить Мозг | Школа Мозга | Блог | Организации | Настройки | Лицензия | Бюджет | Помощь | Выход

Двойной ABC анализ

Фильтры:
Даты с 02.08.2021 по 08.08.2021
Сравнение с 26.07.2021 по 01.08.2021
Рестораны: Ресторан 4
Подразделения: Зал Ресторана, Веранда
Категории меню: Кухня меню
Группы методов оплаты: Реальные деньги
Прибавлять себестоимость модификаторов: Да
Прибавлять цену модификаторов при рачете средней цены: Нет

Исключая: (выполняется хотя бы одно условие)
Заказы: С нулевой суммой

Продажи блюд расчитаны с учетом модификаторов

50-30-20 | Объём продаж с учётом ПК | Полная версия | CC × | Все группы | Все рекомендации

Свернуть все отчеты

№ П/п	Группа меню	Блюдо	Объем продаж, шт.		Средняя цена продажи, руб.	Маржинальность, руб./шт.	С/С рецептов, %	С/С продаж, %	Выручка, руб.		Валовая маржа, руб.		Рекомендация
179	Спайси суши	Спайси Унаги в огурце	C 8	0,07%	150	71	52,7%	C 52,7%	C 1 125	0,02%	C 532	0,01%	-
159	Сорбет, мороженое	Мороженое Дор Бло	C 11	0,1%	100	38	62,1%	C 62,1%	C 1 100	0,02%	C 417	0,01%	-
160	Сорбет, мороженое	Мороженое с хлебом и виски	C 6	0,05%	100	28	72%	C 72%	C 600	0,01%	C 168	0,004%	-
142	Сашими	Унаги сашими	C 27	0,2%	380	168	51,9%	C 54%	C 9 859	0,2%	C 4 535	0,1%	-
130	Салаты	Кван-До	C 27	0,2%	450	290	32,3%	C 33,4%	C 11 745	0,2%	C 7 818	0,2%	-
99	Роллы	Ролл Чинми	C 24	0,2%	550	336	35,4%	C 36,7%	C 12 740	0,2%	C 8 064	0,2%	-
104	Роллы	Хакусан	C 6	0,05%	950	449	34,7%	C 42,3%	C 4 670	0,08%	C 2 694	0,07%	-
108	Роллы	Ролл Ки	C 12	0,1%	650	410	33,9%	C 35%	C 7 571	0,1%	C 4 923	0,1%	-
69	Десерты	Нарру-В	C 22	0,2%	450	305	30,5%	C 31,1%	C 9 720	0,2%	C 6 701	0,2%	-
54	Гриль меню	Говядина Вагю А4	C 28	0,2%	1 250	459	63,3%	C 63,3%	B 35 000	0,6%	C 12 862	0,3%	-
1	Casual Десерты	Десерт Хейко	C 20	0,2%	300	211	30,1%	C 29,9%	B 6 030	0,1%	C 4 225	0,1%	-
		Итого	11 347		521	345	31,8%	32,5%	5 912 894		3 919 706		

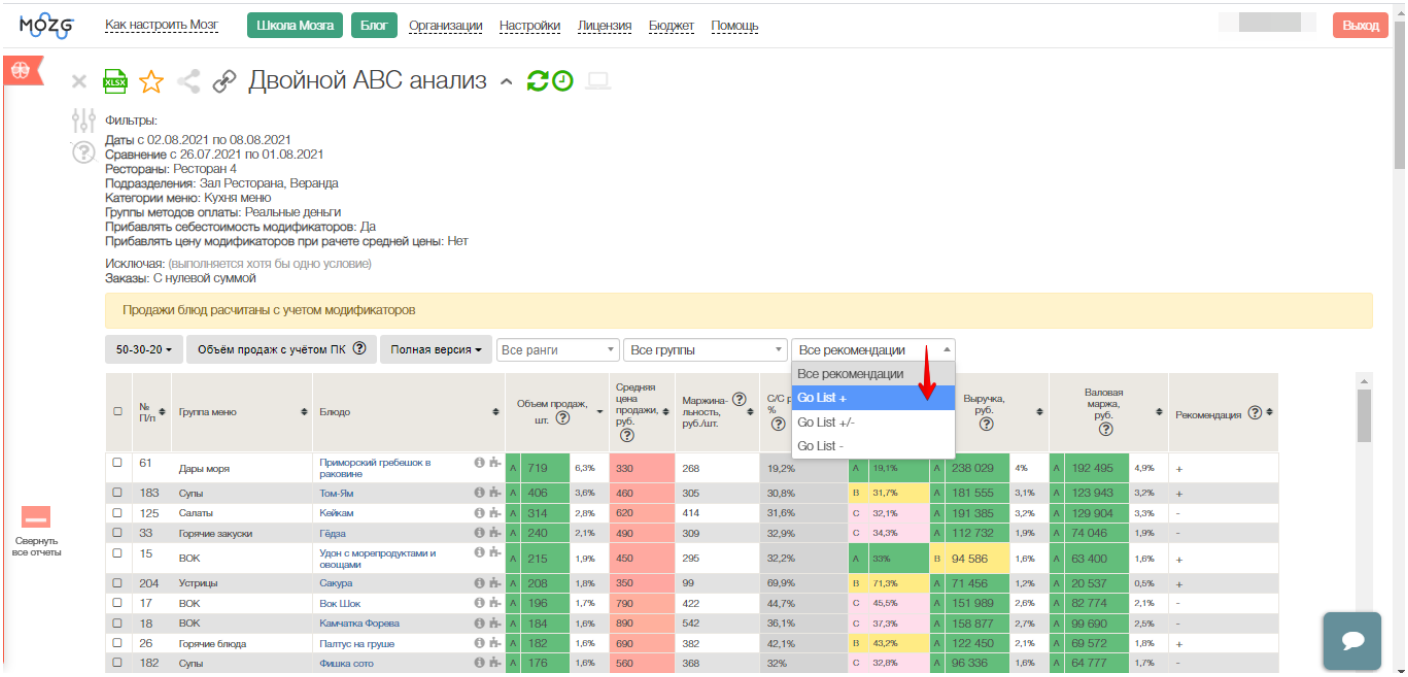
Методика отчета Двойной ABC анализ.

Как определить позиции в Go-list.

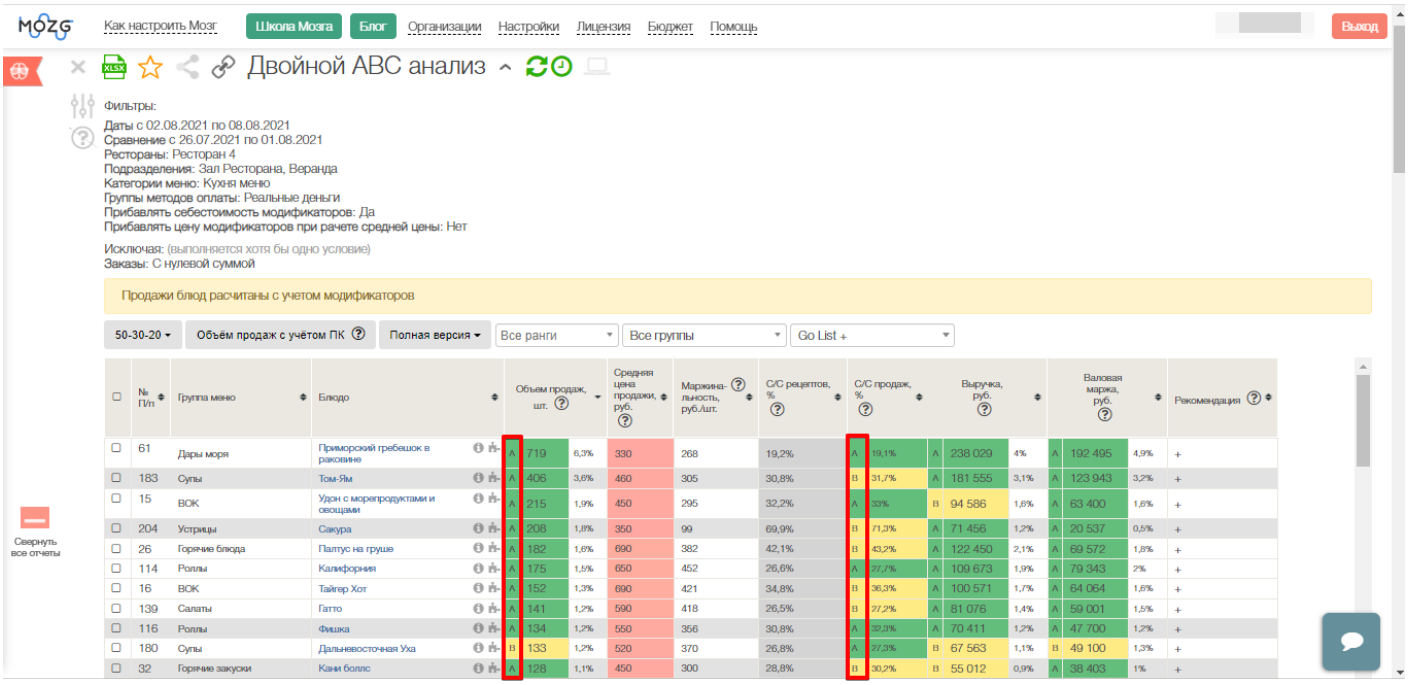
Для определения какие позиции выбрать в Go-list необходимо обратить внимание на следующее:

- Объём продаж – какие позиции пользуются спросом;
- Себестоимость продаж – во сколько обходятся ингредиенты;
- Сравнение себестоимости продаж и рецепта – выявляем отклонения. Если себестоимость рецепта позиции превышает себестоимость рецепта группы меню, то такая позиция не рекомендуется к продаже.

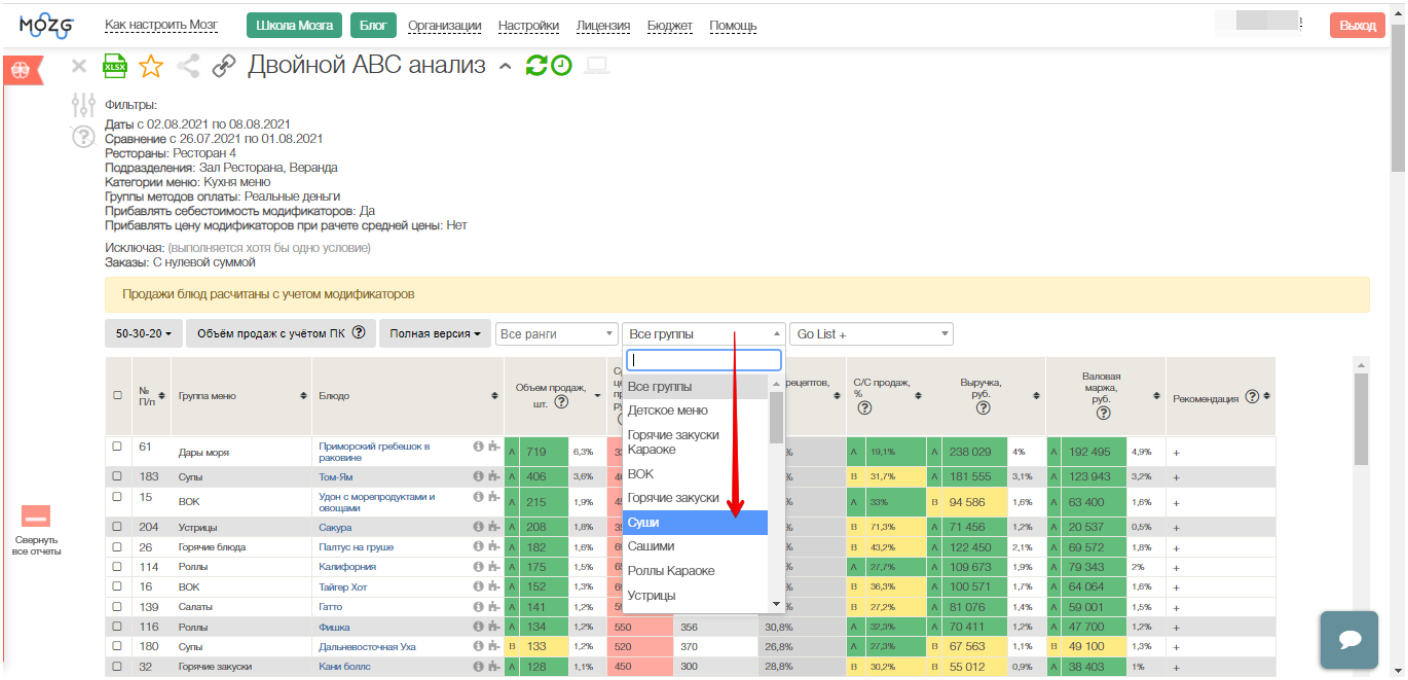
Позиции можно отсортировать в отчете, поменяв значение во вкладке «Все рекомендации» на значение «Go-list+»:



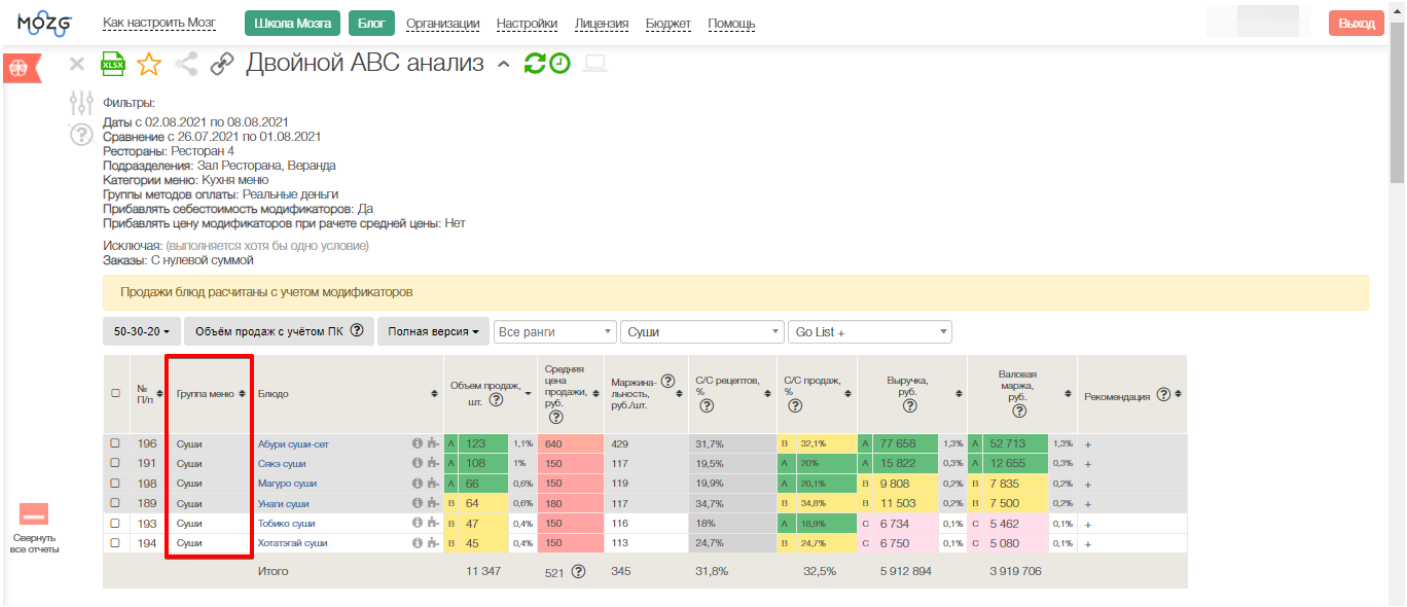
В результате сформировался Go-list из позиций, у которых выгодный процент себестоимости продаж с категорией A или B, а также наилучший объём продаж с категорией A или B:



В примере построен Go-list по категории "Кухня меню", которая состоит из многих групп меню. Каждую группу можно посмотреть по отдельности. Для этого поменяйте условие во вкладке "Все группы" на искомую, к примеру выберем группу меню "Суши":



Отчет по выбранной группе меню сформировался и теперь мы можно определится, что включить в Go-list:



В колонке "Рекомендация" есть три обозначения:

+ рекомендуем поставить позицию в Go-list ;

- не рекомендуем ставить в Go-list;

+/- спорная позиция, принять решение необходимо принять самостоятельно.

Позиции к рекомендации определяются на основе следующих критериев:

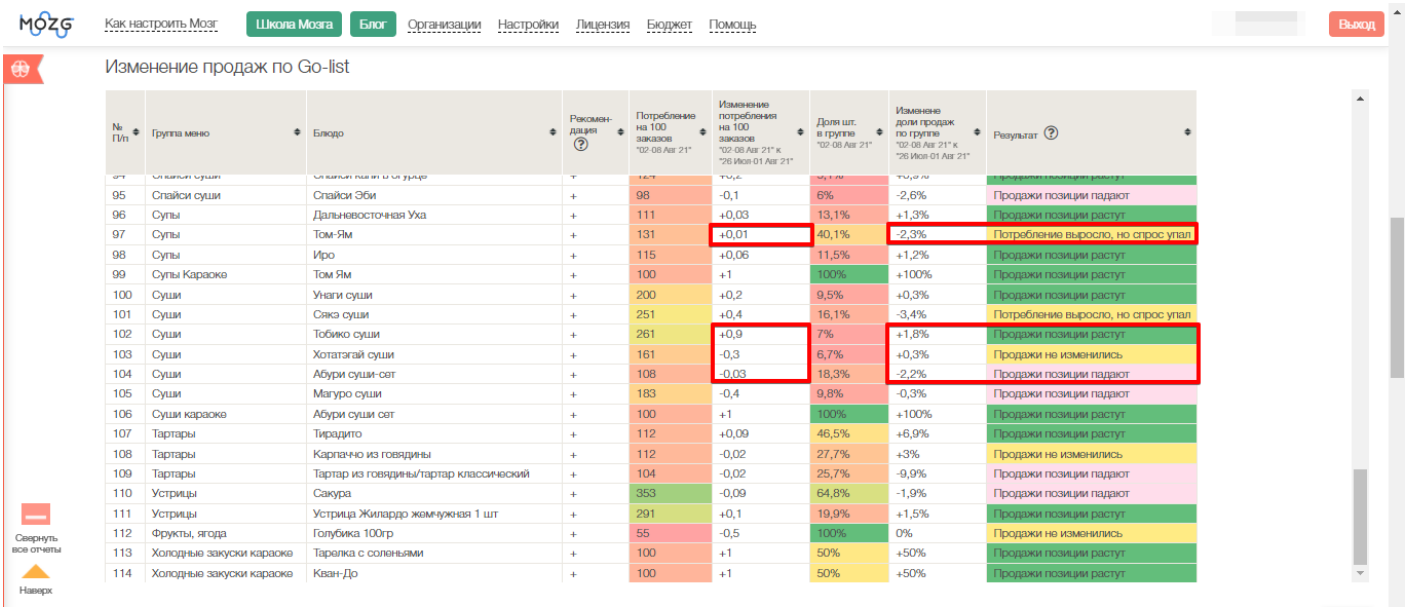
'AA' => +
'AB' => +
'AC' => +/-
'BA' => +
'BB' => +
'BC' => +/-
'CA' => -
'CB' => -
'CC' => -

Методика отчета Двойной ABC анализ.

Как сравнить результат по Go-list.

В разделе отчета "Изменение продаж по Go-list" выводится сравнительный анализ по спросу и потреблению между периодами. Это показывает как работает Go-list.

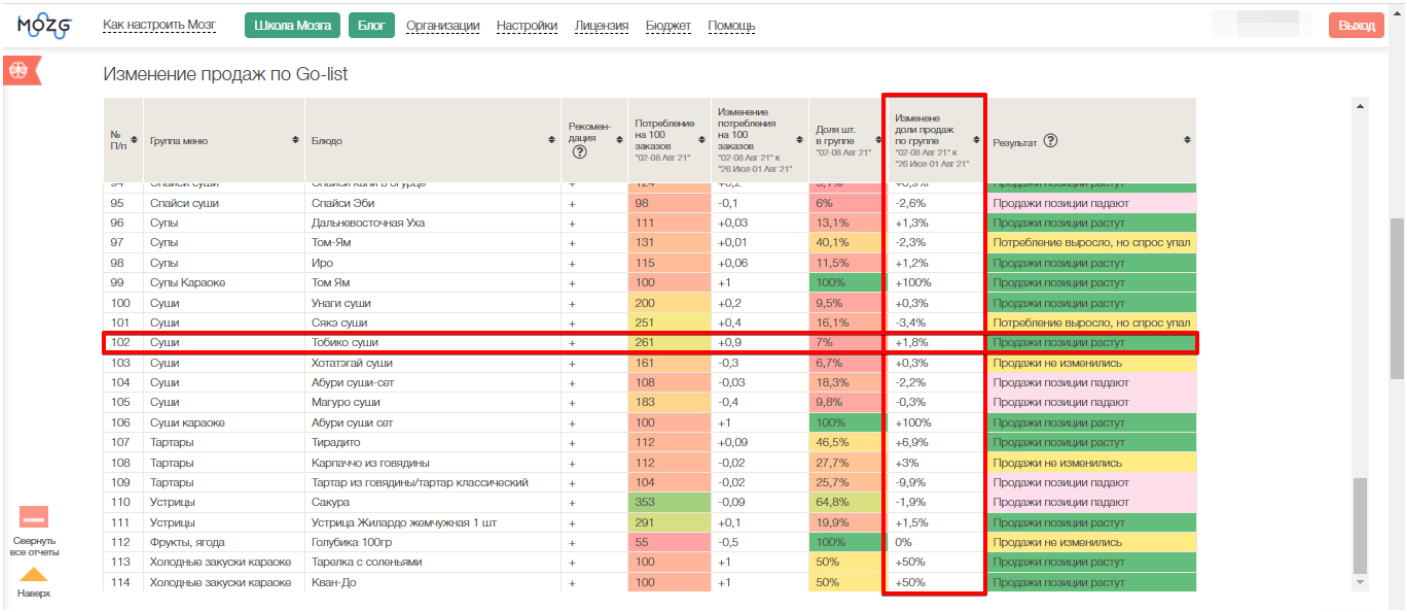
- **продажи позиции растут** - у позиции положительная динамика как в доли продаж группы так и в потребление на 100 заказов;
- **продажи не изменились -** у позиции нет существенных изменений в периодах ;
- **потребление выросло, но спрос упал -** у позиции отрицательная динамика в доли продаж группы, но положительная в потребление на 100 заказов;
- **продажи позиции падают** - у позиции отрицательная динамика как в доли продаж группы так и в потребление на 100 заказов:



№ П/п	Группа меню	Блюдо	Рекомен-дация	Потребление на 100 заказов "02-08 Авг 21"	Изменение потребления на 100 заказов "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Доля шт. в группе "02-08 Авг 21"	Изменение доли продаж по группе "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Результат
95	Спайси суши	Спайси Эби	+	98	-0,1	6%	-2,6%	Продажи позиции падают
96	Супы	Дальневосточная Уха	+	111	+0,03	13,1%	+1,3%	Продажи позиции растут
97	Супы	Том-Ям	+	131	+0,01	40,1%	-2,3%	Потребление выросло, но спрос упал
98	Супы	Иро	+	115	+0,06	11,5%	+1,2%	Продажи позиции растут
99	Супы Караоке	Том Ям	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
100	Суши	Унаги суши	+	200	+0,2	9,5%	+0,3%	Продажи позиции растут
101	Суши	Сякэ суши	+	251	+0,4	16,1%	-3,4%	Потребление выросло, но спрос упал
102	Суши	Тобико суши	+	261	+0,9	7%	+1,8%	Продажи позиции растут
103	Суши	Хотатэгай суши	+	161	-0,3	6,7%	+0,3%	Продажи не изменились
104	Суши	Абури суши-сет	+	108	-0,03	18,3%	-2,2%	Продажи позиции падают
105	Суши	Магуро суши	+	183	-0,4	9,8%	-0,3%	Продажи позиции падают
106	Суши караоке	Абури суши сет	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
107	Тартары	Тирадито	+	112	+0,09	46,5%	+6,9%	Продажи позиции растут
108	Тартары	Карпаччо из говядины	+	112	-0,02	27,7%	+3%	Продажи не изменились
109	Тартары	Тартар из говядины/тартар классический	+	104	-0,02	25,7%	-9,9%	Продажи позиции падают
110	Устрицы	Сакура	+	353	-0,09	64,8%	-1,9%	Продажи позиции падают
111	Устрицы	Устрица Жилардо жемчужная 1 шт	+	291	+0,1	19,9%	+1,5%	Продажи позиции растут
112	Фрукты, ягода	Голубика 100гр	+	55	-0,5	100%	0%	Продажи не изменились
113	Холодные закуски караоке	Тарелка с солеными	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут
114	Холодные закуски караоке	Кван-До	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут

В качестве примера рассмотрим позицию - Тобико суши.

- Результат - Продажи позиции растут;
- Спрос на позицию вырос на +1,8 %;



Как настроить Мозг | Школа Мозга | Блог | Организации | Настройки | Лицензия | Бюджет | Помощь | Выход

Изменение продаж по Go-list

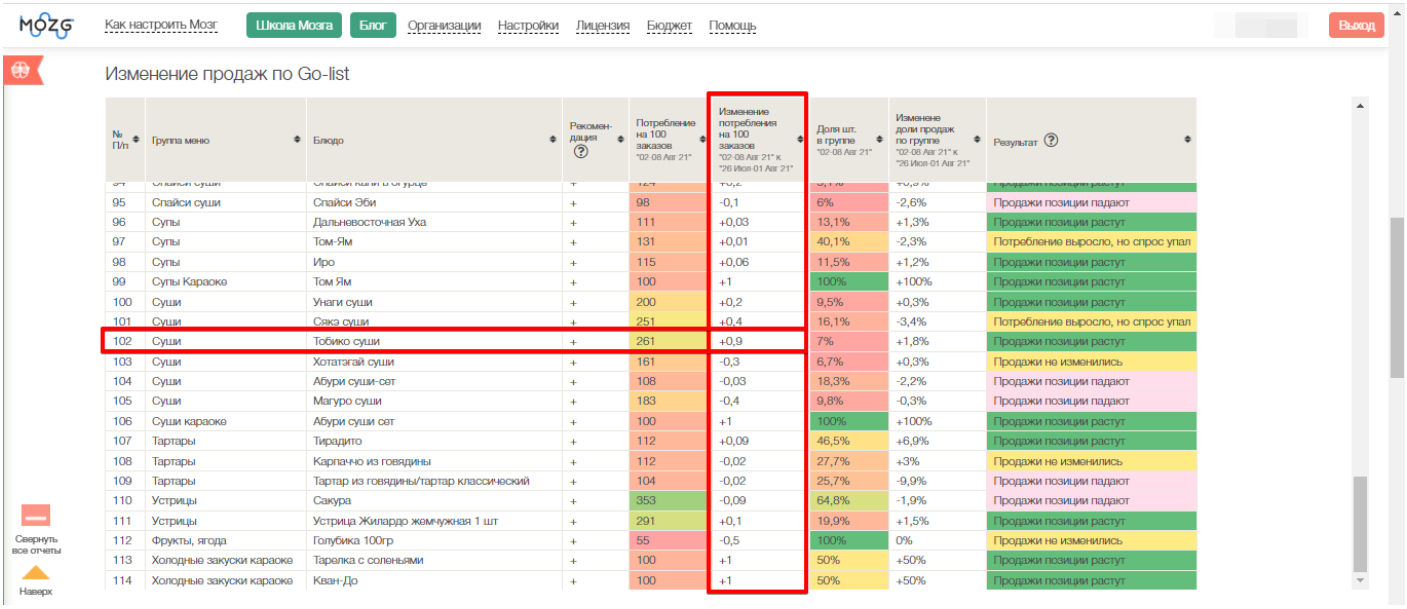
№ П/п	Группа меню	Блюдо	Рекомен-дация	Потребление на 100 заказов "02-08 Авг 21"	Изменение потребления на 100 заказов "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Доля шт. в группе "02-08 Авг 21"	Изменение доли продаж по группе "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Результат
95	Спайси суши	Спайси Эби	+	98	-0,1	6%	-2,6%	Продажи позиции падают
96	Супы	Дальневосточная Уха	+	111	+0,03	13,1%	+1,3%	Продажи позиции растут
97	Супы	Том-Ям	+	131	+0,01	40,1%	-2,3%	Потребление выросло, но спрос упал
98	Супы	Иро	+	115	+0,06	11,5%	+1,2%	Продажи позиции растут
99	Супы Караоке	Том Ям	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
100	Суши	Унаги суши	+	200	+0,2	9,5%	+0,3%	Продажи позиции растут
101	Суши	Сяка суши	+	251	+0,4	16,1%	-3,4%	Потребление выросло, но спрос упал
102	Суши	Тобико суши	+	261	+0,9	7%	+1,8%	Продажи позиции растут
103	Суши	Хотатэгай суши	+	161	-0,3	6,7%	+0,3%	Продажи не изменились
104	Суши	Абури суши-сет	+	108	-0,03	18,3%	-2,2%	Продажи позиции падают
105	Суши	Магуро суши	+	183	-0,4	9,8%	-0,3%	Продажи позиции падают
106	Суши караоке	Абури суши сет	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
107	Тартары	Тирадито	+	112	+0,09	46,5%	+6,9%	Продажи позиции растут
108	Тартары	Карпаччо из говядины	+	112	-0,02	27,7%	+3%	Продажи не изменились
109	Тартары	Тартар из говядины/тартар классический	+	104	-0,02	25,7%	-9,9%	Продажи позиции падают
110	Устрицы	Сакура	+	353	-0,09	64,8%	-1,9%	Продажи позиции падают
111	Устрицы	Устрица Жилардо жемчужная 1 шт	+	291	+0,1	19,9%	+1,5%	Продажи позиции растут
112	Фрукты, ягода	Голубика 100гр	+	55	-0,5	100%	0%	Продажи не изменились
113	Холодные закуски караоке	Тарелка с соленьями	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут
114	Холодные закуски караоке	Кван-До	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут

Свернуть все отчеты

Наверх

- потребление на 100 заказов выросло на +0,9;

Выводы сотрудники зала стали активнее предлагать эту позицию тем самым она могла повлиять на увеличение выручки и маржинальности:



Как настроить Мозг | Школа Мозга | Блог | Организации | Настройки | Лицензия | Бюджет | Помощь | Выход

Изменение продаж по Go-list

№ П/п	Группа меню	Блюдо	Рекомен-дация	Потребление на 100 заказов "02-08 Авг 21"	Изменение потребления на 100 заказов "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Доля шт. в группе "02-08 Авг 21"	Изменение доли продаж по группе "02-08 Авг 21" к "26 Июл-01 Авг 21"	Результат
95	Спайси суши	Спайси Эби	+	98	-0,1	6%	-2,6%	Продажи позиции падают
96	Супы	Дальневосточная Уха	+	111	+0,03	13,1%	+1,3%	Продажи позиции растут
97	Супы	Том-Ям	+	131	+0,01	40,1%	-2,3%	Потребление выросло, но спрос упал
98	Супы	Иро	+	115	+0,06	11,5%	+1,2%	Продажи позиции растут
99	Супы Караоке	Том Ям	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
100	Суши	Унаги суши	+	200	+0,2	9,5%	+0,3%	Продажи позиции растут
101	Суши	Сяка суши	+	251	+0,4	16,1%	-3,4%	Потребление выросло, но спрос упал
102	Суши	Тобико суши	+	261	+0,9	7%	+1,8%	Продажи позиции растут
103	Суши	Хотатэгай суши	+	161	-0,3	6,7%	+0,3%	Продажи не изменились
104	Суши	Абури суши-сет	+	108	-0,03	18,3%	-2,2%	Продажи позиции падают
105	Суши	Магуро суши	+	183	-0,4	9,8%	-0,3%	Продажи позиции падают
106	Суши караоке	Абури суши сет	+	100	+1	100%	+100%	Продажи позиции растут
107	Тартары	Тирадито	+	112	+0,09	46,5%	+6,9%	Продажи позиции растут
108	Тартары	Карпаччо из говядины	+	112	-0,02	27,7%	+3%	Продажи не изменились
109	Тартары	Тартар из говядины/тартар классический	+	104	-0,02	25,7%	-9,9%	Продажи позиции падают
110	Устрицы	Сакура	+	353	-0,09	64,8%	-1,9%	Продажи позиции падают
111	Устрицы	Устрица Жилардо жемчужная 1 шт	+	291	+0,1	19,9%	+1,5%	Продажи позиции растут
112	Фрукты, ягода	Голубика 100гр	+	55	-0,5	100%	0%	Продажи не изменились
113	Холодные закуски караоке	Тарелка с соленьями	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут
114	Холодные закуски караоке	Кван-До	+	100	+1	50%	+50%	Продажи позиции растут

Свернуть все отчеты

Наверх