

МАРГАРИТА АКУЛИЧ

Маркетинг мертвых запасов (deadstock)



Маргарита Акулич

**Маркетинг мертвых
запасов (deadstock)**

«Издательские решения»

Акулич М. В.

Маркетинг мертвых запасов (deadstock) / М. В. Акулич —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-989758-9

В книге поднята весьма важная проблема, касающаяся вопросов маркетинга и сокращения мертвых запасов в вашей компании. Если вы с помощью данной книги разберетесь с этими вопросами, вы сможете существенно и позитивным образом повлиять на прибыльность вашей компании. Обратите внимание, что сегодня именно маркетинг успешно справляется с проблемами, которые не способна решить логистика. Книга имеет образовательный характер.

ISBN 978-5-44-989758-9

© Акулич М. В.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
I Deadstock: основные понятия	7
1.1 Что такое deadstock? Ситуации, когда продукты deadstock желанны ПОТРЕБИТЕЛЯМ	7
1.2 Почему deadstock вреден для бизнеса?	10
II Причины появления излишних запасов в торговле	13
2.1 Hate It. Дефектный продукт	14
2.2 Эго. Плохая коммуникация. Дублирование	15
2.3 Клиентов не устраивает цена. Проблемы, связанные с качеством продукта	18
2.3 Неточное прогнозирование. Не учет сезонных факторов и веяний моды	19
2.4 Импульсивные решения. Чрезмерное количество SKU	20
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Маркетинг мертвых запасов (deadstock)

Маргарита Васильевна Акулич

© Маргарита Васильевна Акулич, 2020

ISBN 978-5-4498-9758-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие



В книге поднята весьма важная проблема, касающаяся вопросов маркетинга и сокращения мертвых запасов в вашей компании. Если вы с помощью данной книги разберетесь с этими вопросами, вы сможете существенно и позитивным образом повлиять на прибыльность вашей компании.

Обратите внимание, что сегодня именно маркетинг успешно справляется с проблемами, которые не способна решить логистика.

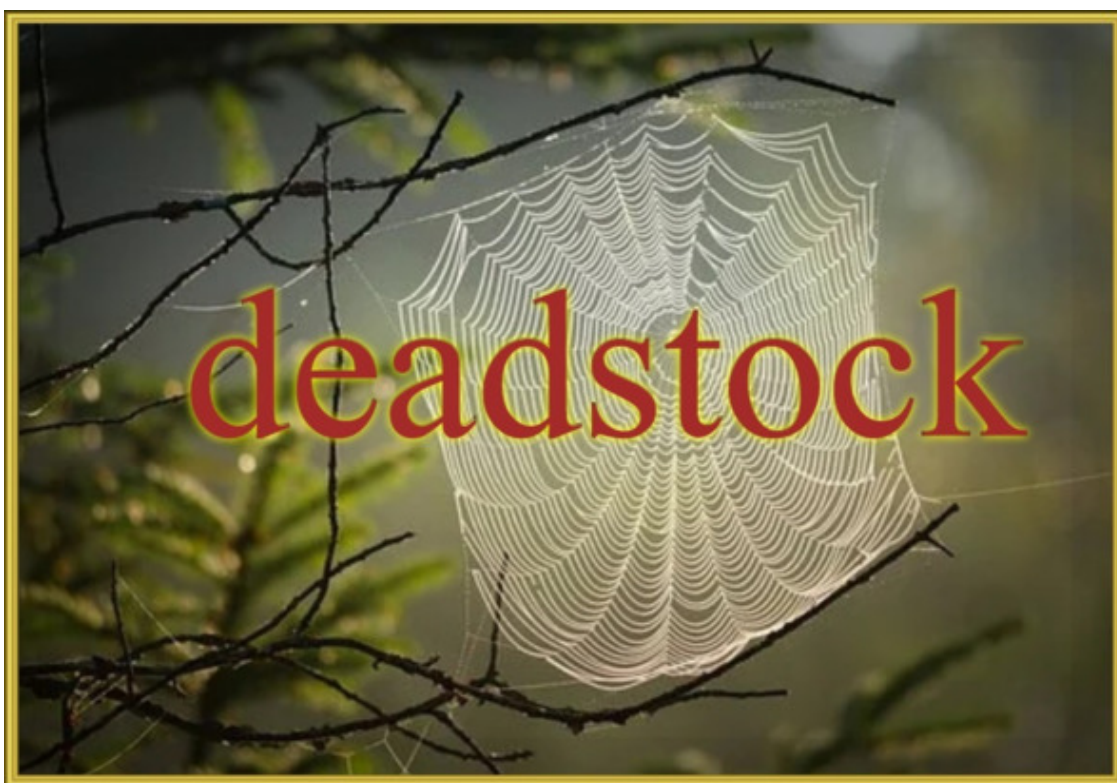
Книга имеет образовательный характер.

I Deadstock: основные понятия

1.1 Что такое deadstock? Ситуации, когда продукты deadstock желанны ПОТРЕБИТЕЛЯМ

Что такое deadstock?

«Deadstock – абсолютно новая пара, которая даже не примерялась. Очень часто это слово сокращают до DS. Если вы видите на торговых площадках такое сокращение, то знайте, что перед вами свеженькая вещь, которую, возможно, даже не распаковывали» [1]



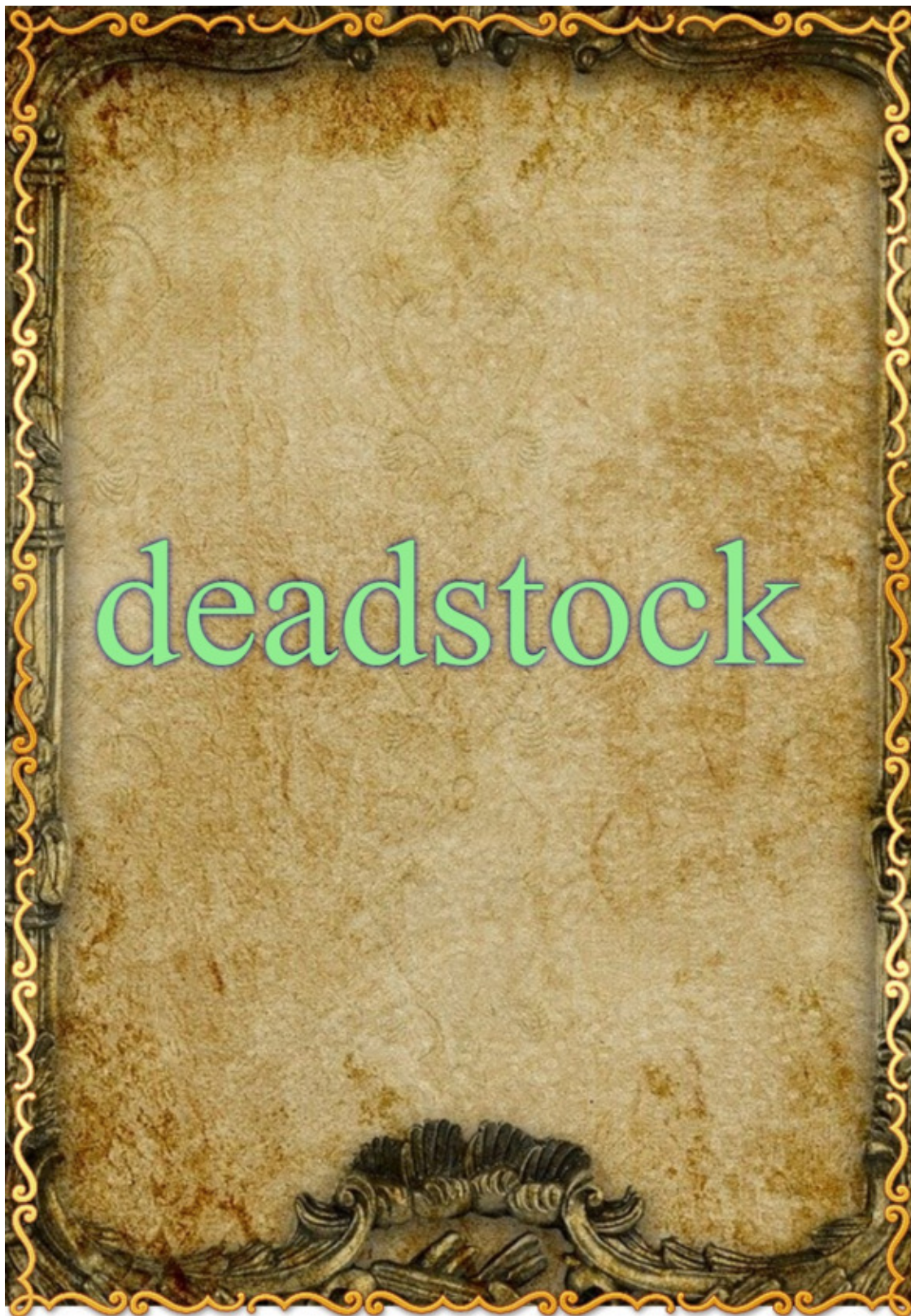
В розничной и в оптовой торговле, а также в электронной коммерции под deadstock (мертвым запасом) понимается запас не продающихся товаров, не имеющих высокой вероятности продаж в будущем. Мертвый запас обычно находится на складе или в кладовке магазина. Мертвые запасы никогда не продавались покупателям, поэтому возвращенные товары не попадают под эту категорию.

Сезонные товары нередко оказываются deadstock. Возьмите, к примеру, новогодние запасы. К новому году товары хороши только однажды; они, как правило, не могут быть перепроданы в следующем сезоне. 2 января любого года большая часть этих товаров практически всегда становится мертвой.

Что такое мертвый запас (или устаревший запас, или избыточный запас, или deadstock)? Это предметы, которые никому не нужны, они являются не проданными, лишними, доступными по сниженным ценам, будучи совершенно новыми.

Deadstock – это товары, ни в какие временные периоды не являвшиеся продаваемыми, и на данный момент можно констатировать, что они занимают полки магазинов дольше, чем ожидалось.

В большинстве ситуаций продукты deadstock относятся к запасам, которые не были проданы и должны быть утилизированы, чтобы освободить место для делающих деньги товаров.



На пути торговли много взлетов и падений, а дополнительная непродаваемая продукция – это дополнительная нагрузка, отягощающая путь компании к успеху. У каждого продавца или дистрибьютора есть на складе «кладбище», от которого обязательно надо избавляться, хотя хранимые запасы находятся в упаковке и не имеют повреждений. Они, по сути, являются убийцами денежных потоков. Ведь хранение не пользующихся спросом, непродаваемых товаров обеспечивает прямой убыток.

Мертвые запасы – это товары, являющиеся «мертвыми на полке». Среди них немало сезонных товаров, которые не обращаются, например, товаров, являвшихся модными в прошлом году, и предметов, просто больше не привлекательных для всего рынка. Это могут быть предметы, созданные в манере прошедших стилей, замененные либо не завоевавшие популярность гаджеты. К ним возможно отнесение любого другого набора товаров, которые просто не двигаются, не продаются, пылясь на магазинных полках или складах. Это не сумевшие увеличить или, по крайней мере, сохранить свою стоимость товары. Иной раз подобные товары становятся очень коллекционными или надежным выбором для торговых посредников. Однако чаще всего их наличие вызывает убытки, обычно вызванные их излишним запасом и ошибками при заказе.

Компании, не имеющие никакого контроля над запасами или управления ими на месте, более подвержены накоплению большого количества deadstock, а также другим проблемам с запасами.

Ситуации, когда продукты deadstock желанны потребителям

Иногда, товары, которые больше недоступны для покупок, желанны потребителям просто потому, что их нельзя найти в магазинах. В таких ситуациях их иногда можно продать по более высокой цене. Например, часто недешево продаются кроссовки устаревших моделей, но лишь благодаря фирменному имиджу, а не потому, что они – предметы обуви. Они являются популярным товаром «deadstock», который можно найти, чтобы купить, через Интернет, используя при поиске ключевое слово «deadstock». Популярной категорией также является винтажная одежда, стилизованная с принятием идеи возрождения модных направлений прошлых эпох, поколений.

1.2 Почему deadstock вреден для бизнеса?



Если количество deadstock огромно

Ваша компания получает удар, если количество deadstock огромно, поскольку ваши доходы из-за этого медленно истощаются. Ведь падение продаж определенного продукта влияет на полный отчет о ваших продажах.

Избыточные запасы вторгаются в пространство новых продуктов, и, таким образом, возможность для покупателей купить больше ваших самых продаваемых товаров теряется. Затраты на хранение и обслуживание тратятся на вещи, которые больше не являются ценными или привлекательными для потребителей.

Самым большим недостатком хранения мертвого запаса является упущение более выгодной альтернативы. Владельцы компаний и менеджеры могли бы использовать занятые deadstock полки, чтобы хранить на них новые, более ценные запасы или даже расширять запасы

продуктов с высоким спросом. Это означает, что хранение мертвого запаса не оставляет возможности для движения запасов и получения дохода.

Мертвые запасы, оставленные в торговом зале, просто собирают пыль, независимо от того, насколько они потеряли свою привлекательность. Они также ухудшают общее впечатление от магазина, снижая его имидж. Мертвые запасы на складах увеличивают расходы на хранение.

При идеальной цепочке поставок должно иметься достаточное количество товара для хранения на полках магазина. Но при этом совершенно не нужен его избыток, который не будет продаваться до прибытия следующей партии.

В идеальном торговом мире товары текут как часы, и никогда не бывает дефицита или избытка. К сожалению, реалии в логистике цепочки поставок таковы, что могут возникнуть проблемы. План сокращения запасов в сочетании с практикой управления запасами «точно в срок» не оценим для устранения мертвых запасов и предотвращения возникновения проблем в будущем. Но его бывает недостаточно. Необходимо активное подключение маркетинга.

Устаревшие запасы не подходят для бизнеса, если учесть затраты. Они содействуют потере бизнесом денег, являясь для него лишним грузом. Вы не получаете прибыль от товара, в который вложили деньги, и общая стоимость ваших продаж сокращается. Далее рассмотрим все варианты невыгодности наличия deadstock.

Упущенная возможность

Поскольку у лежащих мертвым грузом продуктов нет шансов увидеть свет, быть купленными, вы упускаете возможность извлечь прибыль (или просто получить безубыточность). Мертвые запасы также занимают место, которое могут занимать более прибыльные и быстро продаваемые товары.

Затраты на хранение

Расходы, связанные с хранением продукта, со временем увеличиваются. Это включает в себя складирование, страхование, коммунальные услуги и многое другое. Установлено, что предприятия несут на 30% больше расходов на хранение, когда у них имеется много deadstock.

Повышение заработной платы сотрудникам

С увеличением количества товаров на полках при необходимости технического обслуживания, требуемого для управления избыточными запасами, предприятия нередко вынуждены увеличивать штат сотрудников. Больше персонала означает больше денег, которые вы потратите на заработную плату, что отнюдь не помогает получению вами вашей прибыли.



Важно избегать появления deadstock. И если он появился, важно вовремя и эффективно от него избавляться. Время – деньги! Упущенное время – потеря денег и возможностей.



II Причины появления излишних запасов в торговле

Существуют различные причины, из-за которых торговые компании (или магазины) сталкиваются с проблемами при продаже определенного продукта. Все они приводят к избыточным запасам, что снижает общую производительность компаний.

Что же на самом деле приводит к появлению излишних запасов в вашей компании (в магазине)? Рассмотрим самые распространенные причины.



2.1 Hate It. Дефектный продукт

Hate It

Это худший вид мертвого запаса. Вы купили товар, но клиенты его ненавидят. Лучшее, что можно сделать в этой ситуации, – это минимизировать ваши потери с помощью снижения цены и быстрого избавления от него.

С одной стороны, наличие в вашем магазине товаров, которые не нравятся клиентам, причиняет вред другим вещам, продающимся в вашей торговой точке. Восприятие – это реальность. С другой стороны, вы можете повлиять на ситуацию, продав товар дешево и быстро. Если вы этого не сделаете, вы потеряете намного больше денег.

Дефектный продукт

В этом случае с продуктом что-то не так. Это может быть, например, плохой дизайн, не соответствующий требованиям клиентов. В некоторых случаях проблема в размере – определенные размеры не являются ходовыми.

Дефектный продукт на самом деле является лучшим типом мертвого запаса, который вы можете иметь, потому что дефект может быть исправлен. Например, вы можете связаться с производителем и запросить разрешение на возврат товара. В этой ситуации поставщик выдаст вам кредит, и во многих случаях поставщики даже оплачивают возврат груза на свой склад.

2.2 Эго. Плохая коммуникация. Дублирование



Эго продавцов

Зачастую встречаются торговцы, у которых имеется мертвый запас в результате собственного эго. Под этим подразумевается, что торговец ошибся в выборе продукта для продажи и хочет доказать, что он прав.

Эго встает на пути продаж, когда продавцы слишком упрямы. Они находят продукт многообещающим, покупают его, а когда не могут его продать, просто не признают тот факт, что ошиблись. Они продолжают тратить средства на маркетинг и хранение этого продукта, хотя это нецелесообразно.

Отделите свое эго от процесса принятия деловых решений.

Плохая коммуникация



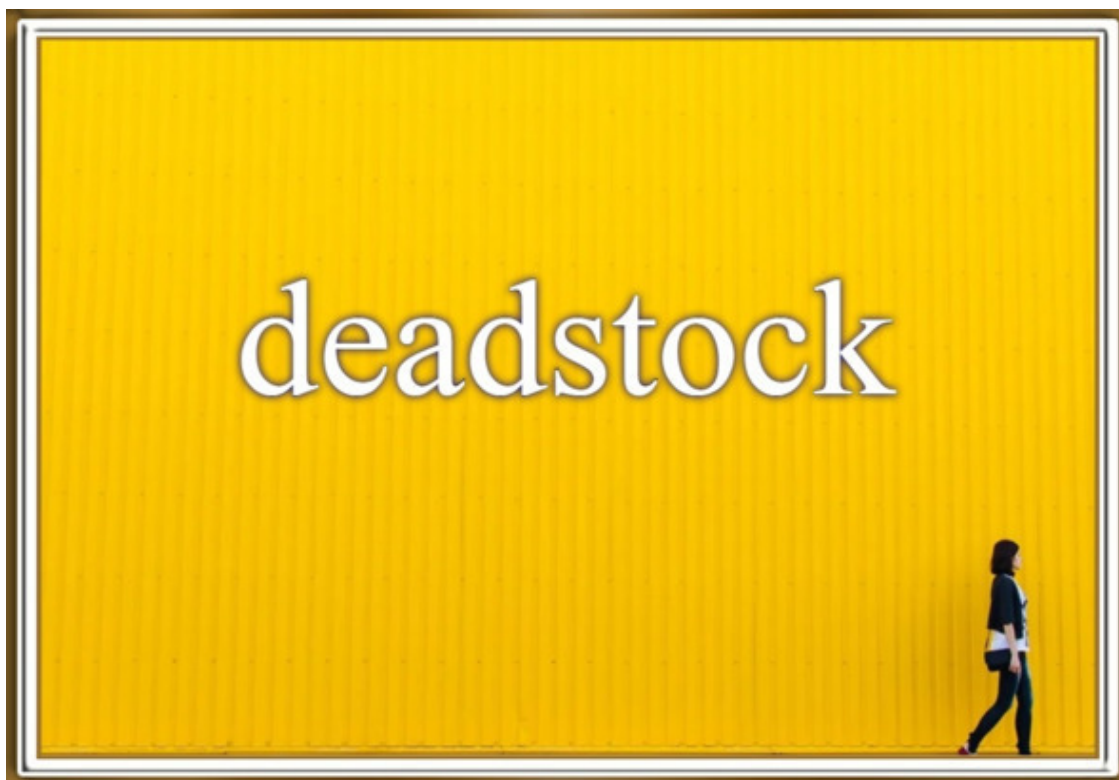
Это результат отсутствия связи между покупателем и продавцом. Нередко можно наблюдать, что запас становится мертвым просто потому, что никто не знал, как его продать. Или никто из продавцов не знал, почему клиент его не захочет купить.

Лучший способ узнать, чего хочет ваш клиент – это связаться с ним. Подлинные отношения продавца и покупателя делают бизнес взаимовыгодным. Если между двумя концами находится пустота, продавцам сложно выяснять потребности своих клиентов.

Таким образом, ритейлеры в конечном итоге складывают запасы, в которых клиенты не заинтересованы. Следовательно, между покупателем и продавцом должно быть достаточно взаимодействия, чтобы избежать попадания непродуманных товаров на склад.

Дублирование

Нередко причиной появления deadstock является дублирование. У вас могут быть продукты, которые слишком похожи. В данном случае покупателям становится неинтересно из-за отсутствия разнообразия. И они уходят, чтобы посмотреть, что предлагают другие продавцы.



2.3 Клиентов не устраивает цена. Проблемы, связанные с качеством продукта

Клиентов не устраивает цена

Это, наверное, самый распространенный тип deadstock. Вы покупаете продукт для продажи, но ваши клиенты его не покупают из-за дороговизны.

Если ваши конкуренты предоставляют аналогичный продукт по лучшей цене – это ценовая война. Ваши продукты похожи на продукты, продаваемые в других магазинах. Если ваши цены слишком высоки, покупателям понравятся другие варианты, а не те, которые предлагаете вы.

Проблемы, связанные с качеством продукта

Если клиенты не почувствуют, что они получают справедливое соотношение цены и качества, то они перестанут покупать у вас. В этом случае основной проблемой является качество продукта.

Клиенты пробуют продукт, и если он не отвечает их целям или разочаровывает их, то нет причин, по которым они соберутся попробовать его снова.

В нашу эру жесткой онлайн-конкуренции у клиентов есть много вариантов для покупки продуктов из одной и той же категории. Поэтому, если ваш продукт уступает продуктам ваших конкурентов, они бросают ваш продукт и немедленно переходят на новый бренд. Таким образом, ваш проигнорированный покупателем продукт остается в вашем магазине и занимает место, которое мог бы занять более достойный товар.

2.3 Неточное прогнозирование. Не учет сезонных факторов и веяний моды



Неточное прогнозирование

В сегодняшнюю эпоху Интернета тенденции рынка меняются в мгновение ока. Точное прогнозирование поведения покупателей при покупке товара чрезвычайно важно. Если у вас плохо обстоит дело с прогнозированием, вы рискуете начать продавать не пользующийся спросом товар.

Не учет сезонных факторов и веяний моды

Сезонные факторы также играют роль. Это особенно актуально для продуктов, которые следуют за сезоном весна/ лето и осень/ зима. К ним относятся одежда, аксессуары и обувь. Часто оптовики и розничные продавцы хотят избавиться от запасов прошлого сезона, чтобы освободилось место для товаров следующего сезона!

По поводу моды. Например, давайте предположим, что в моде какое-то время были кроссовки уникального типа, и вы решили, что пришло время и вашему магазину их продавать. Вы запасаетесь этими кроссовками. А через месяц или около того, они выходят из моды, потому что слишком распространены.

Как сезонные факторы, так и капризы моды надо принимать во внимание.

2.4 Импульсивные решения. Чрезмерное количество SKU

Импульсивные решения



Импульсивные решения приводят к ошибкам, и поэтому стратегическая покупка товаров в соответствии с настроением покупателя должна быть тщательно продумана продавцом заранее. Это предотвратит накопление мертвых запасов в вашем магазине.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.