



Управление ассортиментом.ДРБ_ПНТ

- 1 Что такое ассортимент торговой точки?
- 2 Какое определение дается термину «товар»?
- 3 Кому принадлежит цитата «Спрос рождает предложение»?
- 4 Что такое «спрос»?
- 5 Какие факторы влияют на спрос?
- 6 Что является основой для формирования ассортимента торговой точки?
- 7 Потребительские свойства товара – это?
- 8 Как называется потребительское свойство товара, которое обеспечивает соответствие вкуса и запаха продукта ожиданиям потребителя?
- 9 Что такое потребительская ценность?
- 10 Что такое ассортиментная матрица?
- 11 Товарная группа – это?
- 12 Какие товары входят в одну товарную категорию?
- 13 Качественный показатель ассортимента – это?
- 14 Чем широта ассортимента отличается от глубины ассортимента?
- 15 Какой качественный показатель характеризуется степенью близости товаров с точки зрения взаимозаменяемости?
- 16 К какому типу спроса относится мебель?
- 17 Чем определяется сегментация ассортимента по производителю?
- 18 На основании чего производится сегментация по назначению?





- 19) Что такое полнота ассортимента?
- 20) Для чего применяются инструменты управления ассортиментом?
- 21) В чем суть принципа Парето как инструмента управления ассортиментом?
- 22) Какие товары входят в категорию С на основании ABC-анализа?
- 23) Можно ли с помощью ABC-анализа проанализировать конкретные ассортиментные позиции?
- 24) Какой процент товарного запаса приходится на ассортимент категории В?
- 25) Какой процент выручки приходится на ассортимент категории С?
- 26) Какие товары входят в группу «Звезды» на основании Бостонской матрицы?
- 27) В какую группу при отсутствии методов продвижения со временем переходит ассортимент товарной группы «Дикие кошки»?
- 28) Как расшифровывается аббревиатура BCG?
- 29) На основании каких показателей производится анализ ассортимента с использованием Бостонской матрицы?
- 30) Что является значимым минусом слишком широкой ассортиментной матрицы?
- 31) Как на языке маркетинга называется сложность выбора в случае слишком широкого ассортимента схожих товарных позиций?
- 32) Какой формат торговой точки соответствует следующим показателям: глубокий ассортимент с небольшой шириной товарных групп?
- 33) Что такое маржа?
- 34) В чем особенность товаров-локомотивов?
- 35) Якорные товары – это?
- 36) В каком случае покупатели приобретают товары-заменители?
- 37) Какова ключевая задача торгового маркетинга?





- 38 Что такое геолокация?
- 39 Какие методы стимулирования спроса чаще всего используются в магазине?

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08