



INDUSTRIES

Ежегодная конференция

X5 Dialog 2024

Все в плюсе: как  
использование бигдаты X5  
помогает работе  
категорийного менеджмента



СМ LAB Industries Октябрь 2024

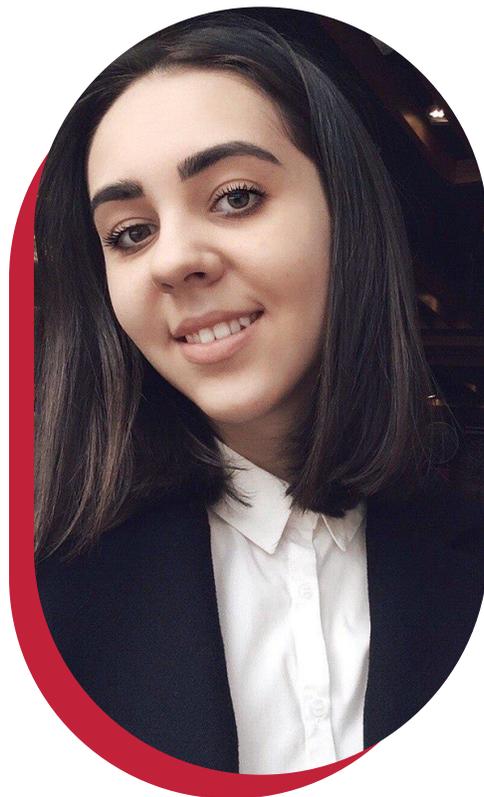
Юлия Плисканос, Яна Пипко, Анастасия Связова

# Категорийный менеджмент



**Плисканос Юлия**

Head of Category Management



**Пипко Яна**

Senior Category Manager



**Связова Анастасия**

Junior Category Manager



# Henkel → 2023 LAB Industries в России



**30**  
лет  
успеха



**>2 500**  
сотрудников



**Top-30**  
Крупнейшая  
международная  
компания по версии Forbes



**10** заводов  
**12** офисов



**>90%** продуктов  
производятся в  
России

**Москва**  
Центральный  
офис

**Ногинск**  
косметическое  
производство

**Коломна**  
HBT production

**Тосно**  
производство  
клеевых  
технологий  
и строительных  
смесей

**Ульяновск**  
производство  
строительных  
смесей

**Пермь**  
производство  
чистящих и моющих  
средств и клеевых  
технологий

**Челябинск**  
производство  
строительных смесей

**Ставрополь**  
производство  
строительных смесей

**Энгельс**  
производство чистящих и моющих  
средств и клеевых технологий

**Новосибирск**  
производство  
строительных смесей

Более **25 миллиардов**  
**руб** инвестировано в  
заводы в России



В **Перми** самый  
технологичный  
склад Henkel в  
мире



**Энгельс** первый завод  
Henkel в России  
Самый эффективный  
завод Henkel в мире

# Трансформация компании → НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

## LAUNDRY & HOME CARE



Персил Брэф ЛОСК  
Е Сомат ПЕМО ЛЮКС  
Вер нель КЛИН Ласка

## BEAUTY CARE



шаума Палетт Фа  
ГЛИСС КУР сьёсс  
шаума kids Тафт

LAB  
CONSUMER  
BRANDS

# Перевод брендов на кириллицу

## LAB Industries 2023

### Бытовая химия



Persil → Персил → Персил



Bref → БРЕФ → БРЕФ



### Косметика

Palette → Палетт



GLISS KUR → ГЛИСС КУР



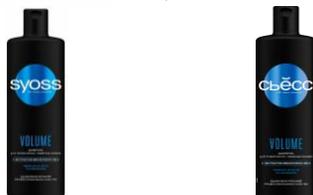
schauma → шаума



Fa → Фа



syoss → съёсс



taft → Тафт



## Рынок конец 2024



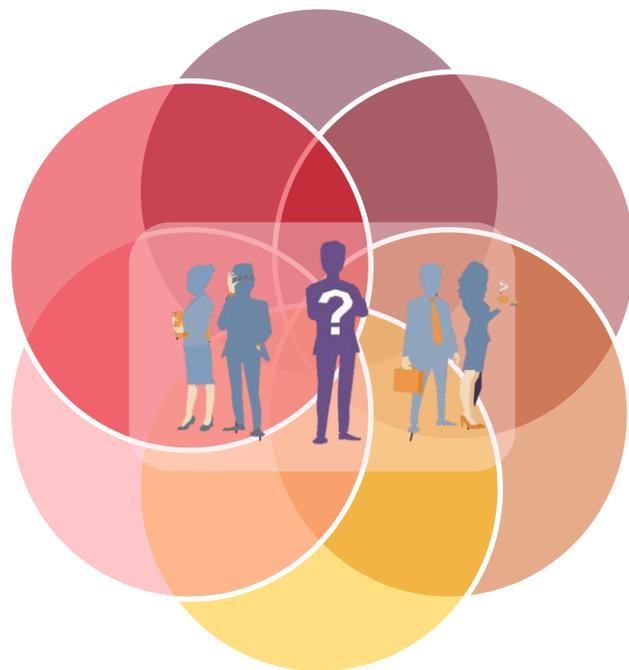
# Достижения SATMAN LAB Industries в работе с ключевыми клиентами



# Данные о рынке – основа успеха

## Собственные исследования LAB

- Исследования отдельного тренда на рынке
- Профиль покупателя
- Исследование восприятия категории
- Поведение покупателя на всех этапах покупки
- Дневники
- Дерево принятия решения



Опросы, анкеты, интервью

Моделирование покупки

Тестирование продукта

Наблюдение

Фокус-группы и т.д.

## Все источники информации о рынке



Федеральная служба государственной статистики



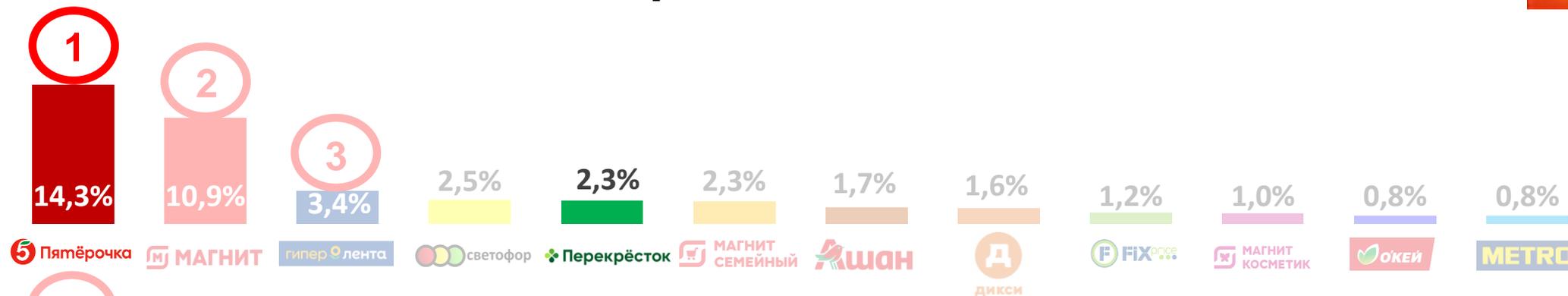
Важный источник информации о рынке



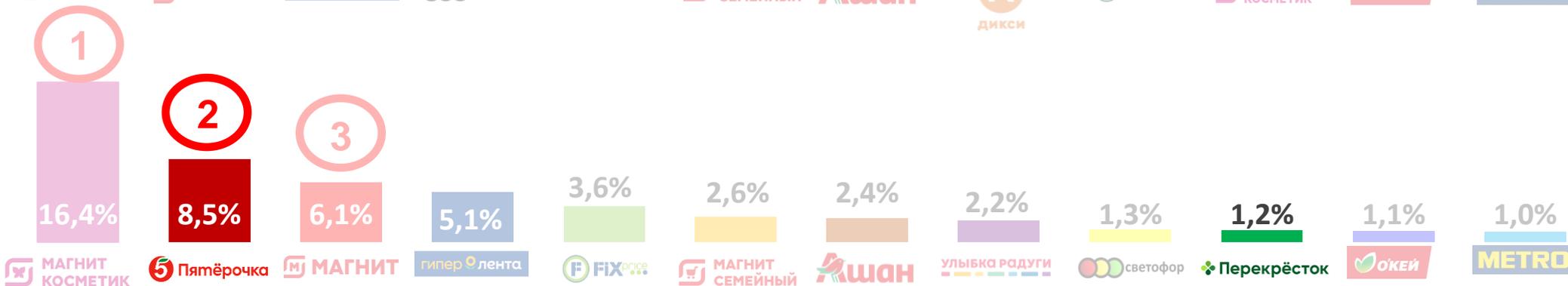
# Позиции топ-сетей на рынке



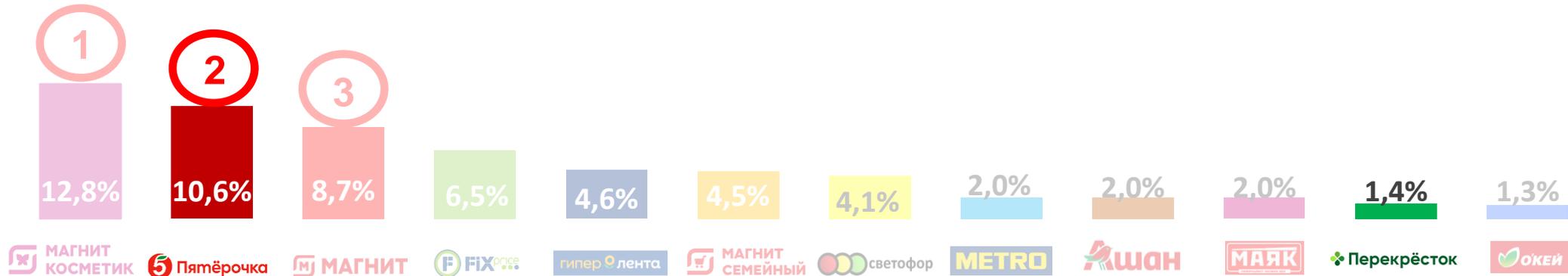
## FMCG



## Косметика



## Быт химия



# Типы данных X5 Диалог



## Количественные данные

- Продажи (руб)
- Продажи (шт)
- Количество чеков
- Количество магазинов
- Средняя цена (руб за шт)
- Продажная дистрибуция
- Остатки продукции на складе



## Качественные данные

- Средний чек (руб)
- Средний чек (шт)
- Пенетрация в чеки категории
- Пенетрация в покупателей категории
- Частота покупки (раз в период)
- Затраты покупателя на категорию (руб)

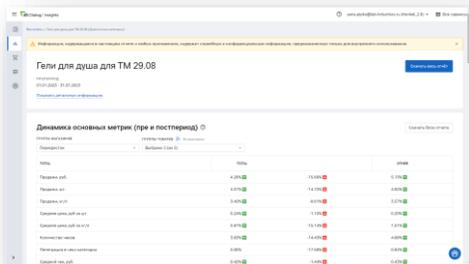


# Инструменты X5 Диалог



## Типовые отчеты:

- анализ трендов
- диагностика категории



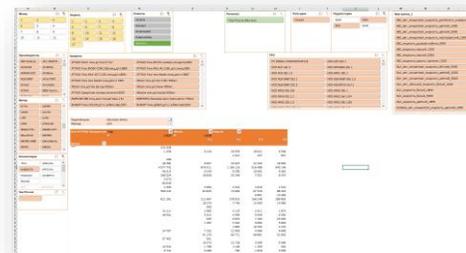
## Еженедельный отчет

Оценка промо с минимальным лагом -> оперативная корректировка промотактики

A screenshot of a weekly report table. The table has columns for 'Метрика' and 'Динамика'. It displays a grid of data points, likely representing promotional performance metrics over time. The table is organized into sections, with 'Total by' and 'DET' visible.

## BlackDune

Инструмент для ежедневного использования



## 4KAM

Данные клиентов + мэппинг данных



# Для чего мы используем эти данные?



Анализ эффективности ассортимента и результативности новинок



Анализ эффективности промоакций



Оперативный контроль стоков в ходе промо



Аргументация ротаций и листингов



Отслеживание поведения покупателя в наших категориях



Поиск причин падения или роста бренда



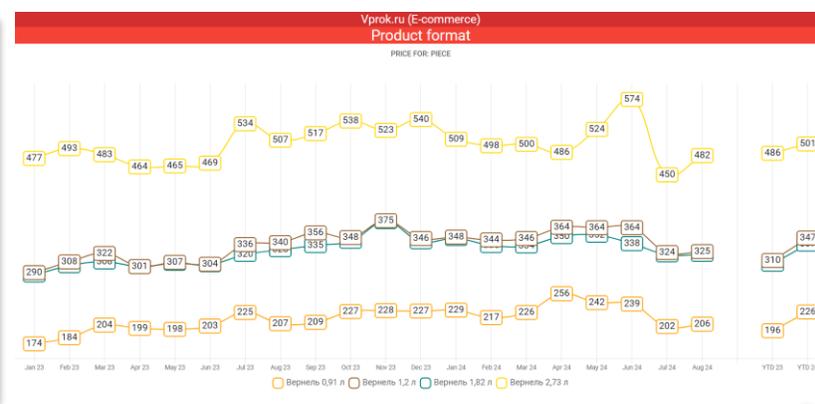
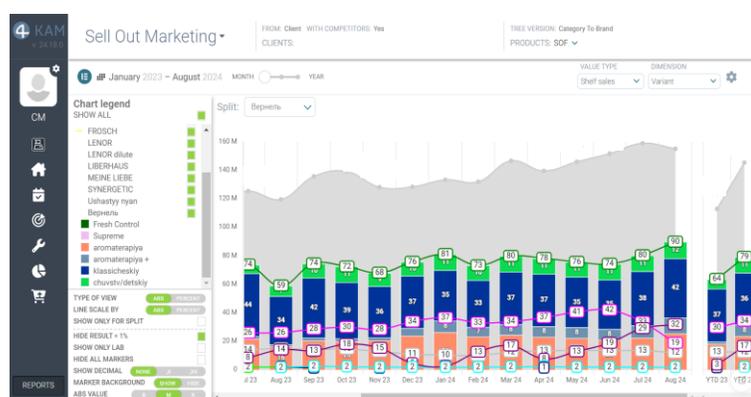
Составление рекомендаций для оптимизации категорий

# LAB Industries 4KAM: все на одном портале

- Категоризация и мэппинг всех SKU X5
- Удобный портал для всех подразделений



- Доступ к данным в режиме одного окна
- Автоматическая визуализация: графики с долями, ценовые змеи, и пр.



1

Доли производителей и брендов

2

Динамика продаж внутри категорий и брендов по форматам и линейкам

3

Ценовые змеи

# Кейс из категории Стирка



## Задача:

Растить категорию гелей для стирки в Пятерочке через территориальный подход

## Вопросы:



1. Почему категория гелей для стирки чувствует себя хуже на одних территориях, чем на других?
2. Какие факторы влияют на развитие категории в Пятерочке?
3. Что поможет растить категорию гелей для стирки с учетом региональной специфики?



# Как использовали данные X5

## Анализ трендов и группы магазинов по территориям

### Собственные группы магазинов

Поиск

Название группы	Кол-во магазинов
Восток	2062
Северо-Запад	3044
Юг	6482
Волга	5626
Центр	5613

### Анализ трендов

Для сравнения показателей выберите несколько групп товаров (до 10) и одну метрику, или одну группу товаров и несколько метрик (до 5)

ГРУППА МАГАЗИНОВ: TOTAL МЕТРИКИ: Продажи, руб.

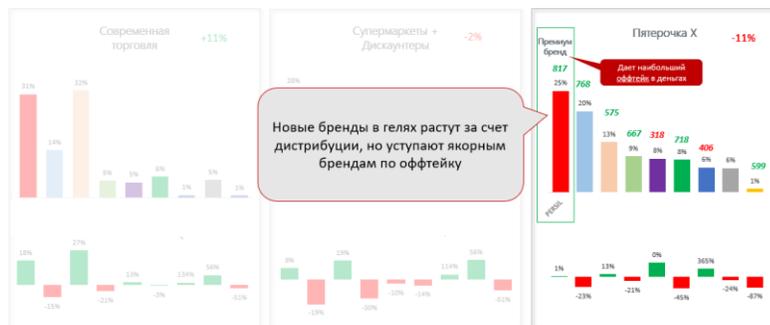
ЛАСКА Сред. для ЦВЕТНОГО жид.стирки 1:1

TOTAL Продажи, руб.



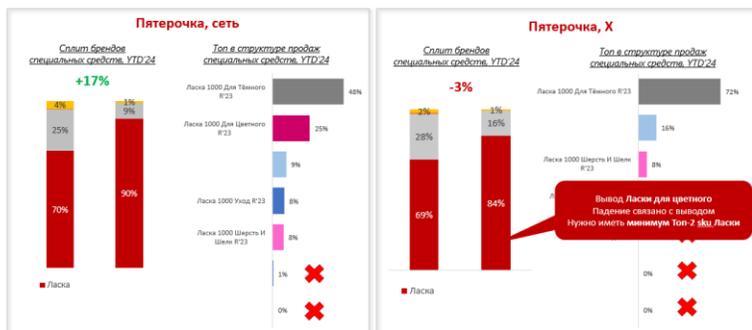
## Анализ гелей для стирки

### СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ: ПРИВЕДЕННЫЕ ДОЛИ БРЕНДОВ В ГЕЛЯХ



**ПЕРСИЛ, ЛАСКА ОСНОВНЫЕ ВКЛАДЧИКИ В РОСТ РЫНКА, КАНАЛА И СЕТИ.**  
СОКРАЩЕНИЕ АССОРТИМЕНТА В СЕТИ ЯКОРНЫХ БРЕНДОВ, ВЕДЕТ К ПАДЕНИЮ КОНСИСТЕНЦИИ ГЕЛЕЙ В СЕТИ, ЧТО ПРОТИВОРЕЧИТ ТРЕНДАМ РЫНКА.

### СПЛИТ БРЕНДОВ И СКУ В СТРУКТУРЕ ПРОДАЖ СПЕЦИАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ СТИРКИ



Специальные средства для стирки растут во всей сети благодаря более сбалансированному сплиту между разными линейками Ласки. Ласка для Цветного – важный драйвер категории.

## Выводы:

1. Один из драйверов роста гелей для стирки на рынке и в клиенте – бренд Ласка
2. На других территориях сплит Ласки по потребностям ближе к рыночному, чем на территории X
3. На территории X нет Ласки для Цветного, которая есть в федеральной матрице

**Недополучение продаж в гелях для стирки**



# Результат использования данных



## Результаты:

1. Выявление неоптимального сплита по потребностям внутри категории специальных средств для стирки.
2. Предложение решения для территории, которое поможет вырастить сегмент гелей.
3. Налаживание отношений с территориями.
4. Развитие категории гелей для стирки в канале Дискаунтеры.



# Кейс из категории Красота



## Задача:

Растить категорию Окрашивание в канале Дискаунтеры.

## Вопросы:

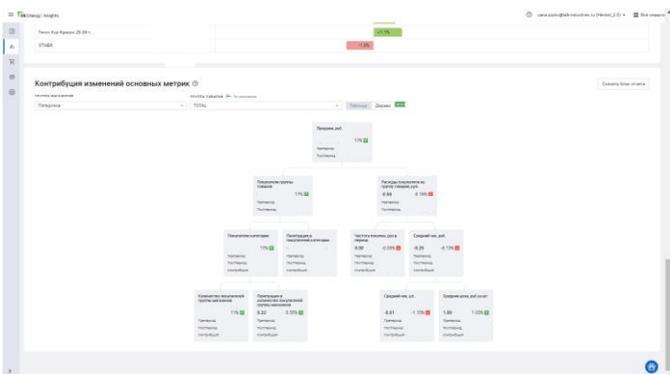
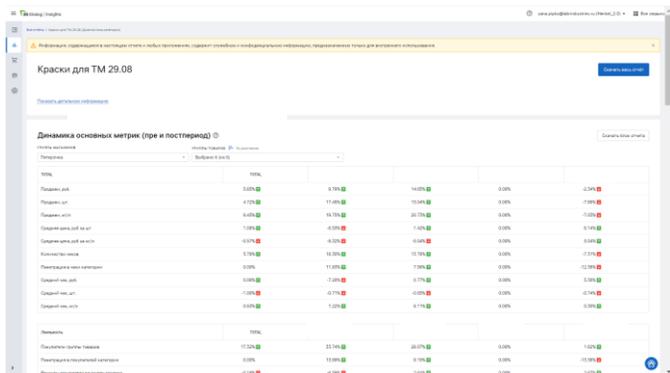


1. Как не допустить сокращение категории в Пятерочке?
2. Как развивается категория в разрезе цветовых гамм?
3. Какие факторы влияют на развитие категории в Пятерочке?

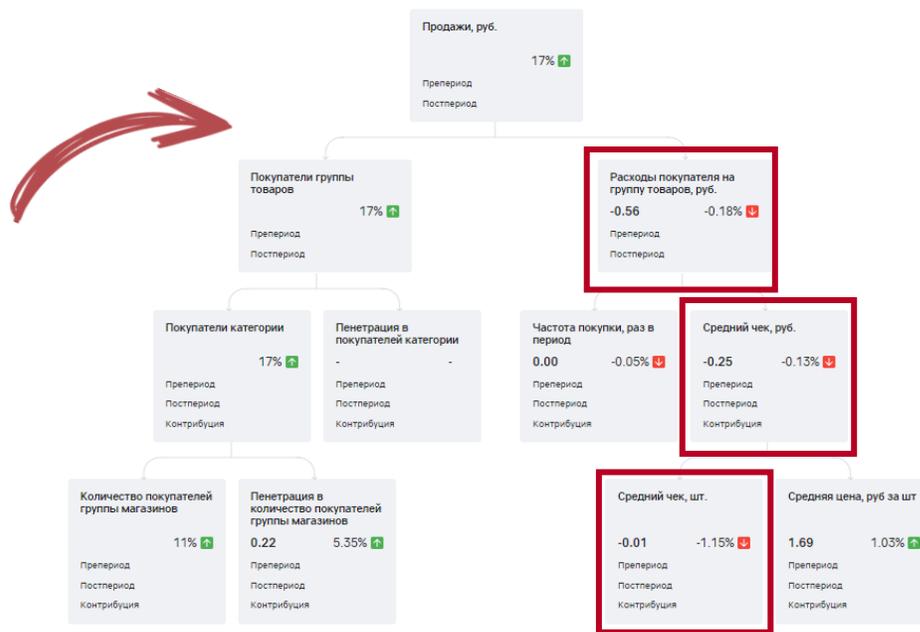


# Как использовали данные X5

## Диагностика категории на портале



## Категория Окрашивание



### Пятерочка в разрезе ассортимента ГАММЫ СТОЙКИХ КРАСОК, GFK HNR FY 2023, VALUE %



### Статус категории Окрашивание



## Выводы:

1. Количество и пенетрация покупателей Окрашивания растут в Пятерочке
2. Падение среднего чека в штуках, рублях – незначительное, частота стабильна
3. Покупатели категории растут быстрее, чем покупатели тотал Пятерочки

**Категория важна для Пятерочки!**

# Результат использования данных

## Результаты:

1. Разработана стратегия категории Окрашивание в Пятерочке. Согласована оптимальная представленность брендов и гамм.
2. Обучение нового закупщика особенностям работы с категорией Окрашивание на рынке и в канале Дискаунтеры.
3. Налаживание взаимовыгодных отношений с новым закупщиком.
4. Категория растет в канале Дискаунтеры.



# Для чего можно использовать данные X5?

## Для чего можно применять в работе с X5:



1. Подготовка к пересмотрам категорий в клиентах
2. Аргументации листинга в матрицу и на дополнительные места продаж
3. Аргументации расширения географии
4. Развитие брендов в клиентах

## Выгода для X5Group

1. Сокращение временных затрат на аналитику
2. Аргументированное экспертное мнение от лидеров категории для защиты категорий внутри компании
3. Возможность посмотреть на данные *под другим углом*

## Выгода для производителя:

1. Глубокое понимание ситуации в X5 и на рынке
2. Возможность говорить с X5 на одном языке
3. Аргументация предложений для X5
4. Оперативность реагирования

# Контакты



**Плисканос Юлия**

Head of Category Management

**E-mail:** [julia.pliskanos@lab-industries.ru](mailto:julia.pliskanos@lab-industries.ru)



**Пипко Яна**

Senior Category Manager

**E-mail:** [yana.pipko@lab-industries.ru](mailto:yana.pipko@lab-industries.ru)



**Свиязова Анастасия**

Junior Category Manager

**E-mail:** [anastasia.sviyazova@lab-industries.ru](mailto:anastasia.sviyazova@lab-industries.ru)

**Web:** [www.lab-industries.ru](http://www.lab-industries.ru)

