

**ABC анализ в маркетинге:  
как правильно  
использовать на практике.**



# ABC-анализ (ABC-analysis)

— метод, позволяющий определить наиболее значимые ресурсы компании с точки зрения валовых продаж и валовой прибыли. В маркетинге наиболее востребованным является ABC-анализ ассортимента. Проводится как для отдельного бренда, так и в целом для компании. Метод позволяет определить нерентабельные или низко-рентабельные группы товаров, своевременно улучшить и оптимизировать ассортиментный портфель.

# Пример ABC-анализа с шаблоном в Excel

Создайте список всех анализируемых ресурсов

- Первым шагом в проведении ABC — анализа просто перечислите все анализируемые позиции.

В зависимости от вида ABC-анализа это может быть: список ассортимента, список сырья, список клиентов или потребительских групп, список персонала, список статей бюджета.

- Определите показатель, по которому Вы хотите отсортировать позиции.

В зависимости от вида ABC-анализа это может быть: объем продаж или прибыли, стоимость закупки сырья, затраты на человека или прибыль/продажи с подразделения, уровень инвестиций.

№ п.п	Наименование	Значение, руб
1	Товар 1	100
2	Товар 2	5
3	Товар 3	50
4	Товар 4	20
5	Товар 5	35
		<b>210</b>

# Отсортируйте все позиции по убыванию продаж/прибыли

№ п.п	Наименование	Значение, руб
1	Товар 1	100
2	Товар 3	50
3	Товар 5	35
4	Товар 4	20
5	Товар 2	5
		<b>210</b>

# Определите долю (вклад) каждой ПОЗИЦИИ

- Данное действие выражается в делении суммы отдельной позиции на общую сумму продаж.

№ п.п	Наименование	Значение, руб	Вклад %
1	Товар 1	100	48%
2	Товар 3	50	24%
3	Товар 5	35	17%
4	Товар 4	20	10%
5	Товар 2	5	2%
		<b>210</b>	<b>100%</b>

# В отдельном столбце рассчитайте совокупный процент

- Совокупный % считается накопительно, начиная с верхних строк таблицы

№ п.п	Наименование	Значение, руб	Вклад %	Накопительный вклад %
1	Товар 1	100	48%	48%
2	Товар 3	50	24%	71%
3	Товар 5	35	17%	88%
4	Товар 4	20	10%	98%
5	Товар 2	5	2%	100%
		<b>210</b>	<b>100%</b>	

# Присвойте каждой позиции соответствующую группу А, В или С

- Выделите группы согласно ABC методу по каждой позиции на основе столбца «Накопительный вклад».
- Все позиции от начала таблицы до границы 80% — категория А
- Все позиции от границы 80% до границы 95% — категория В
- Все позиции от границы 95% до границы 100% — категория С

№ п.п	Наименование	Значение, руб	Вклад %	Накопительный вклад %	Группа
1	Товар 1	100	48%	48%	А
2	Товар 3	50	24%	71%	А
3	Товар 5	35	17%	88%	В
4	Товар 4	20	10%	98%	С
5	Товар 2	5	2%	100%	С
		<b>210</b>	<b>100%</b>		

# Какие выводы можно сделать на основе ABC анализа

- После разделения всех товаров на группы ABC, формируются решения относительно каждой товарной группы. Основные направления выводов, которые могут быть сделаны в результате проведения ABC-анализа:
- **1 Группа А** – самые важные ресурсы, локомотивы компании, приносят максимальную прибыль или продажи. Компания будет нести большие потери при резком снижении эффективности данной группы ресурсов, а следовательно, ресурсы группы А должны жестко контролироваться, четко прогнозироваться, часто мониториться, быть максимально конкурентоспособными и не терять свои сильные стороны.
- На данную группу ресурсов должны быть выделены максимальные инвестиции, лучшие ресурсы. Успехи группы А должны быть проанализированы и максимально транслироваться на другие категории.
- **2 группа В** – группа ресурсов, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи/прибыль компании. Данные ресурсы также важны для компании, но могут модерироваться более спокойными и умеренными темпами.
- Данные ресурсы обычно являются «дойными коровами», относительно стабильны в краткосрочной перспективе. Инвестиции в данный вид ресурсов компании не значительны и необходимы только для поддержания существующего уровня.
- **3 группа С** – наименее важная группа в компании. Обычно ресурсы группы С тянут компанию вниз или не приносят дохода. При анализе данной группы необходимо быть очень внимательным и в первую очередь понять причину низкого вклада.