

Sortimentsanalyse

Sortimentsgruppe/Produkt	Sortimentsgruppe A	Sortimentsgruppe B	Sortimentsgruppe C	Sortimentsgruppe D	Ansatzpunkte zur Sortimentsverbesserung
durchschnittlicher Warenbestand in Stück	1.000	500	700	350	Lieferservice, Bestandskontrolle, Dispositionsfähigkeit
multipliziert mit					
Umschlagshäufigkeit	2,5	1	2	1	Sonderangebotspolitik, Werbung, Verkaufsförderung, Platzierungspolitik
Verkaufspreis netto	80	45	60	75	Preissetzung durch Hersteller, eigene Preissetzung
multipliziert mit					
Handelsspanne-Rohrertrag	1,4	1,3	1,6	1,2	Einkaufskonditionen, Verkaufskonditionen
ist gleich	280.000	29.250	134.400	31.500	
abzüglich					
Handlungskosten	35	28	32	40	Rationalisierung betrieblicher Prozesse, internes Kostenmanagement, Rationalisierung der Warenbewegung / Logistik
Nettoerfolg = Deckungsbeitrag 2	182.000	21.060	91.392	18.900	Verkaufsflächenproduktivität
durchschnittlicher Warenbestand in EUR	30.000	12.500	24.500	21.000	
ist gleich	6,1	1,7	3,7	0,9	