

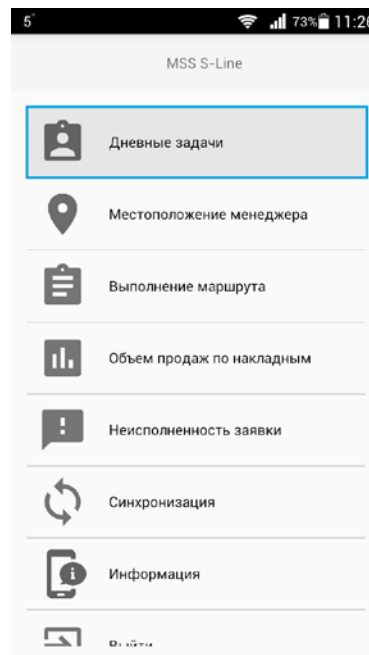
Инструкция по работе с документом Аудита в MSS

1. Описание

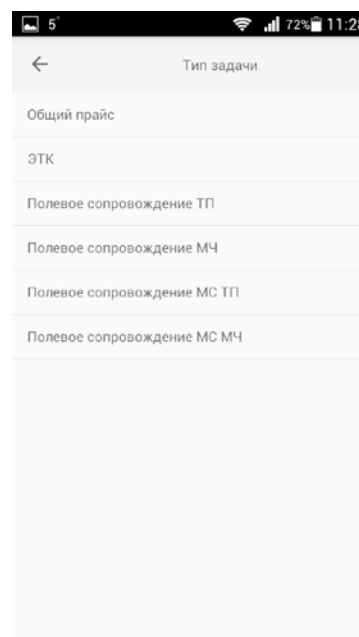
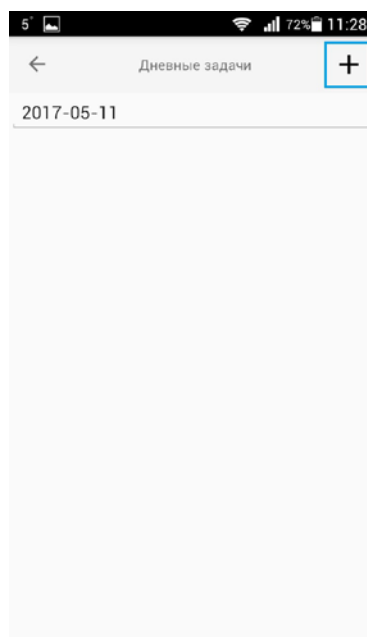
Документ аудита заполняется супервайзерами на торговых точках. С целью разгрузить интерфейс анкеты store check из неё будут удалены вопросы по брендам(SKU и Фейсы), а также вычисляемые вопросы по общему фейсингу различных категорий номенклатуры(ЛВИ, Настойки, Коньяки и т.д.). Вместо вопросов в анкете сотрудники будут заполнять документ аудита. Ниже мы рассмотрим процесс создания документа аудита с мобильного приложения под управлением ОС Android.

Внимание: Данное руководство по аудитам действительно для программы MSS S-Line начиная с версии 1.7.4. Если у Вас текущая версия приложения ниже Вам необходимо обновить свое приложение в PlayMarket/App Store. Узнать текущую версию можно из главного меню программы в разделе Настройка > Общие.

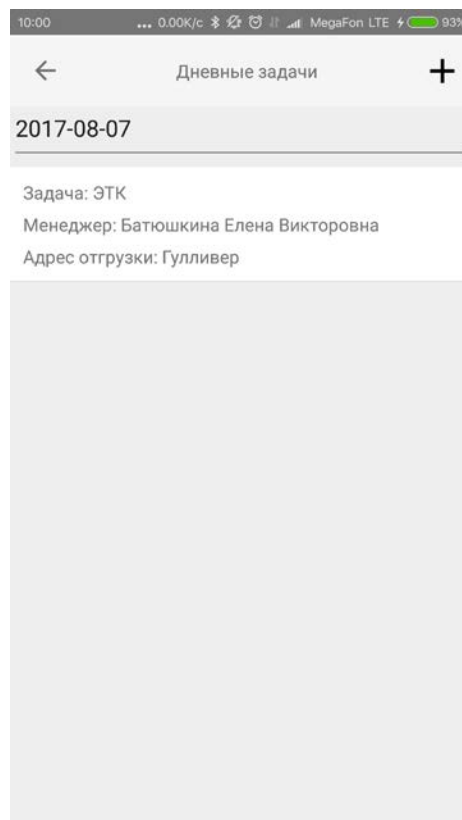
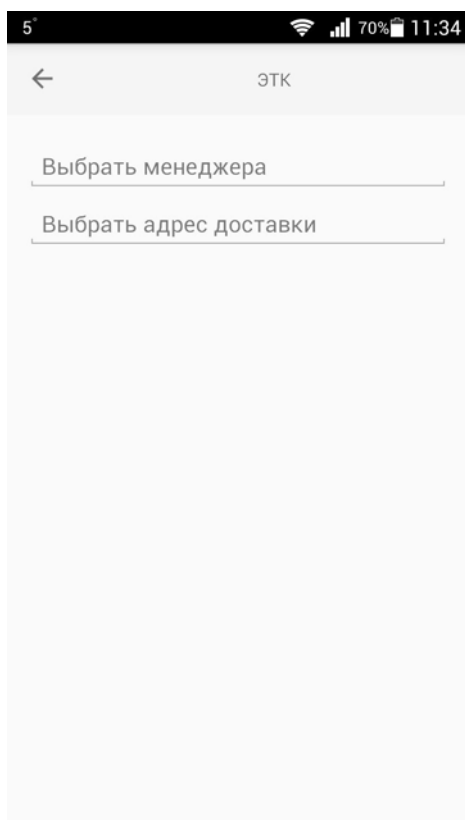
1 Шаг. Открываем «Дневные задачи» из главного меню MSS



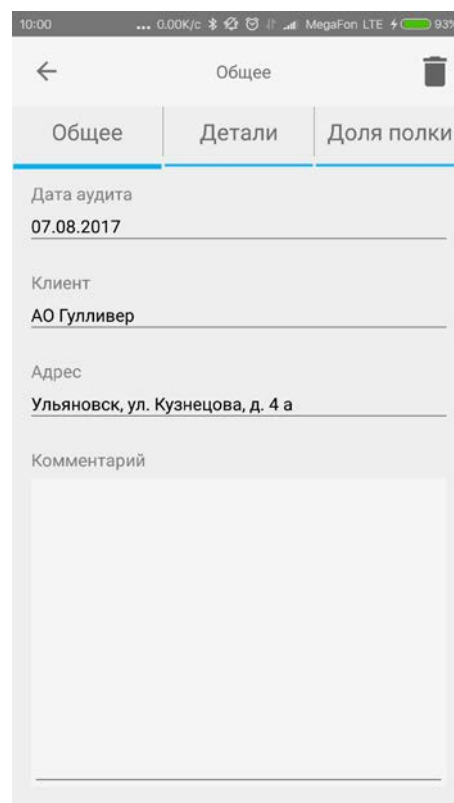
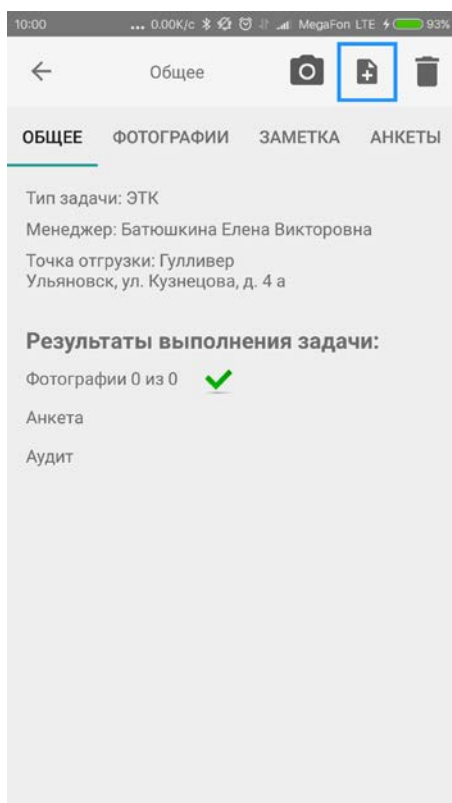
2 Шаг. Нажимаем на **+** для создания новой задачи. Из списка выбираем необходимый тип задачи(ЭТК или Общий прайс).



3 Шаг. Далее выбираем из списка необходимого менеджера и адрес доставки, после заполнения будет создана «Дневная задача» - необходимо выбрать ее.

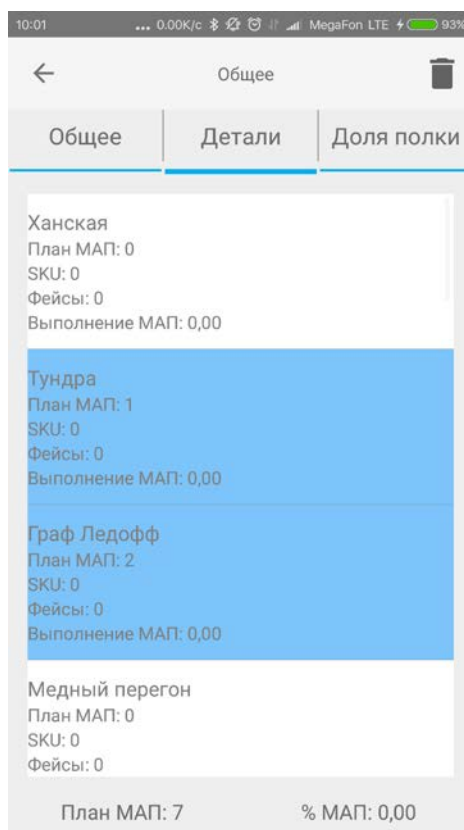


4 Шаг. В созданной задаче необходимо нажать на иконку создания нового аудита.



5 Шаг. В созданном аудите на вкладке «Общее» при необходимости можно добавить заметку, переходим во вкладку «Детали»

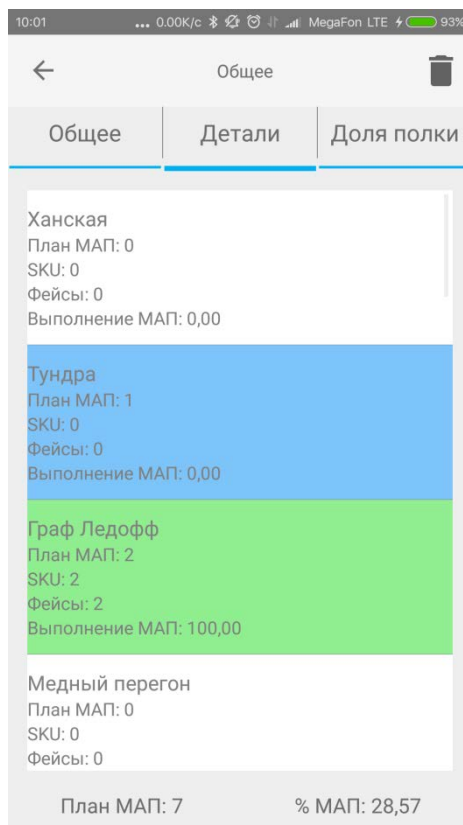
Во вкладке «Детали» мы видим список брендов компании. У каждого из них имеются показатели Плана МАП, SKU и Фейсы, Регулярная и Акционная цена. Бренды на которых установлен показатель «Плана МАП» выделяются синим цветом. Общий показатель «Плана МАП» обозначен в нижней части экрана. Выбираем бренд для заполнения и нажимаем на него.



6 Шаг. Вводим показатели количества SKU, фейсов, при необходимости розничную и акционную цены. Также в окне для просмотра доступен показатель Плана МАП и его выполнение по конкретному бренду. Нажимаем на стрелку назад и переходим обратно в список брендов.

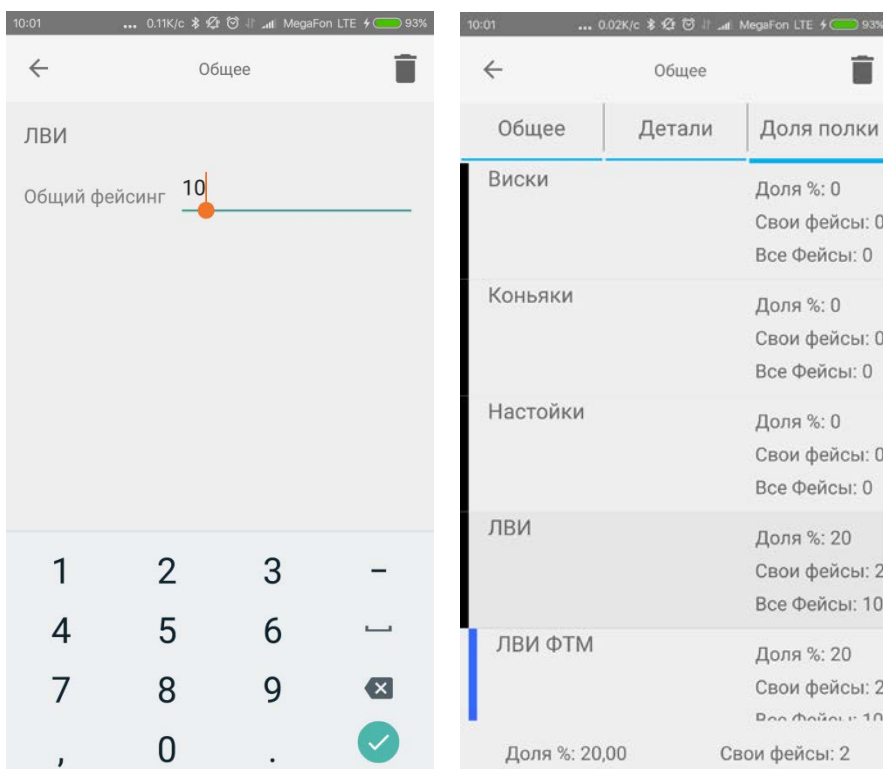


7 Шаг. Таким образом вводим данные по всем брендам компании, которые присутствуют на полке. Бренды, по которым данные уже ввели выделяются зеленым цветом.



В самом низу окна отображается общий показатель МАП по данной торговой точке, а также его показатель выполнения в процентах.

8 Шаг. Для правильного расчета показателей долей полок, необходимо обязательно ввести показатели общего фейсинга по каждой категории номенклатуры (ЛВИ, Виски, Коньяки и т.д.). Их необходимо ввести на вкладке «Доля полки»



Без ввода показателей по общему фейсингу расчёт долей полков будет некорректным, т.к. базируется на данных показателях.

В нижней части окна отображается общая доля полки Компании и общее количество «своих фейсов» компании.

Текущее дерево категорий номенклатуры:

- Виски
- Коньяки
- Настойки
- ЛВИ
 - ЛВИ ФТМ
 - Русская Валюта

Ввод данных доступен только на категориях верхнего уровня (Виски, Коньяки, настойки, ЛВИ)

10 Шаг. После того как вы убедились что все данные в документе введены корректно необходимо выйти из аудита для сохранения вводимых данных нажав на стрелку назад.

11 Шаг. Для отправки на сервер делаем синхронизацию.

Ползунок «Переотправить все данные» включать не нужно просто нажимаем кнопку «Синхронизировать»

