



## planowanie promocji i pojedynczych akcji sprzedażowych [od wersji LM 6.0]

### I. Analiza historycznych wyników promocji

Dane z przeprowadzonych dotychczas promocji stanowią bazę do obliczeń i są podstawą dla przyszłych kampanii.

### II. Grupowanie według podobnych akcji

Wszystkie zebrane dane umieszczone są w jednym miejscu i wykorzystane do planowanych akcji. Między innymi brane są pod uwagę następujące kryteria:

- Miejsce (medium) reklamowania akcji
- Pozycja w reklamie
- Klasy rabatowe
- Położenie
- Grupowanie
- Klasy cenowe

### III. Przydział wyników do przyszłych promocji

Dzięki wcześniej zdefiniowanym kryteriom moduł LM promo+ wspiera przy planowaniu przyszłych akcji, uwzględniając czas i typ nowej promocji. Kryteria te można wprowadzać każdorazowo dla planowanej kampanii.

IV. Realizacja zaplanowanych akcji promocyjnych  
Na bazie solidnego planowania i analiz obiecująca przyszłość nowej promocji nie jest już żadną przeszkodą.



### korzyści

- + Automatyczne obliczanie ilości dla promocji
- + Uniknięcie odpisów
- + Optymalna dostępność w czasie promocji

### obszary

- + Artykuły NOS (Never out of Stock)
- + Artykuły pojedyncze
- + Pozostałości
- + Artykuły sezonowe

LogoMate® przejmuje planowanie zapasów i zamówień,  
dzięki czemu unikasz nieplanowanych niespodzianek.



LogoMate®

po prostu lepsze dysponowanie