

IBM OpenLink



# Руководство пользователя

*версия 16 выпуск 2*



IBM OpenLink



# Руководство пользователя

*версия 16 выпуск 2*



# Содержание

## Глава 1. Введение . . . . . 1

Для кого предназначен этот документ . . . . .	1
Необходимые знания. . . . .	2
Переводы . . . . .	2
Снимки экрана и иллюстрации . . . . .	2
Перед началом работы . . . . .	2
Требования к системе . . . . .	3
О службах IBM Omni-Channel Merchandising . . . . .	4
Вход в OpenLink . . . . .	4
Вход в систему в качестве нового пользователя . . . . .	8
Изменение вашего пароля. . . . .	12
Страница Моя учетная запись . . . . .	12
Выход из IBM OpenLink . . . . .	14
Обзорная страница OpenLink. . . . .	14
Импорт данных . . . . .	15
Просмотр операций импорта и экспорта . . . . .	16
Сводная панель импорта . . . . .	16
Сводная панель экспорта . . . . .	18
Разрешения пользователям на администрирование . . . . .	19

## Глава 2. Навигация по приложению 21

Страницы программ . . . . .	21
Действия . . . . .	22
Поиск отчетов . . . . .	22
Использование быстрого поиска . . . . .	22
Поиск информации на странице . . . . .	23
Выбор элементов . . . . .	23
Обновление . . . . .	23
Устранение проблемы медленного извлечения данных . . . . .	23
Как очистить кэш . . . . .	24
Переход между приложениями . . . . .	24
Переход между основными страницами . . . . .	24
Навигация по навигационным ссылкам . . . . .	24
Входящие оповещения . . . . .	25
Использование отчетов и управление ими . . . . .	25
Правка в отчете . . . . .	26
Агрегация данных . . . . .	27
Поиск . . . . .	27
Переход между несколькими страницами. . . . .	29
Сортировка списка элементов . . . . .	29
Настройка отчетов . . . . .	29
Отчеты Обслуживание данных . . . . .	33
Использование контекстных меню . . . . .	34
Правка пользовательских предпочтений . . . . .	34

## Глава 3. Импорт и экспорт данных . . 37

Импорт данных . . . . .	37
Использование электронных таблиц Excel . . . . .	38
Форматы файлов данных . . . . .	39
Импорт файлов данных . . . . .	83
Экспорт данных . . . . .	85
Проверка состояния экспорта . . . . .	86
Удаление экспорта . . . . .	86

## Глава 4. Общая информация об определении атрибутов . . . . . 87

Принцип определения атрибутов . . . . .	87
Процесс атрибутирования. . . . .	88
Понятие о рабочем пространстве Администратор категорий . . . . .	92

## Глава 5. Подготовка к атрибутированию . . . . . 95

Просмотр изменений категории . . . . .	95
Перемещение некатегоризированных товаров в категории . . . . .	96
Использование страницы Редактировать содержимое . . . . .	97
Использование страницы Рабочее пространство категории . . . . .	98
Выполнение программы разрешения состояния товара . . . . .	100

## Глава 6. Атрибутирование для моделирования . . . . . 103

Экспорт файла PIF . . . . .	103
Экспорт файла PIF в Excel . . . . .	105
Автоматическое назначение групп линеек и связей по размерам . . . . .	107
Редактирование содержимого и определение атрибутов . . . . .	108
Ознакомление с файлом PIF. . . . .	109
Понятие категории . . . . .	113
Исключение товаров . . . . .	114
Заполнение структур групп по спросу. . . . .	115
Унификация размеров и единиц измерения . . . . .	116
Очистка названий брендов . . . . .	117
Атрибуты Ежедневная оптимизация цен и ежедневное управление ценами . . . . .	117
Импорт файла PIF . . . . .	125
Выполнение окончательных проверок . . . . .	129
Расчет эквивалентных единиц . . . . .	129
Проведение проверок целостности . . . . .	133
Редактирование содержимого . . . . .	135
Просмотр работоспособности модели . . . . .	138
Создание взаимосвязей групп спроса . . . . .	140
Назначение для групп по спросу . . . . .	141
Назначение для категорий . . . . .	142
Экспорт взаимосвязей групп спроса . . . . .	144
Импорт матрицы взаимосвязей группы спроса . . . . .	145
Отметить категории с атрибутами . . . . .	146
Поиск новых товаров . . . . .	148
Уведомление специалистам по моделированию . . . . .	150
Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров . . . . .	151

## **Глава 7. Поддержание иерархии категорий. . . . . 153**

Импорт отображения категории . . . . .	153
Отображения иерархии товаров . . . . .	155
Импорт и экспорт отображений иерархии товаров . . . . .	157
Повторная категоризация товаров . . . . .	157
Создание категории оптимизации . . . . .	158
Перемещение отдельных товаров в категории . . . . .	159
Перемещение некатегоризированных товаров в категории. . . . .	161
Атрибутирование новых товаров . . . . .	161
Настройка переопределения иерархии товаров. . . . .	164
Конфигурирование столбцов атрибутов PIF . . . . .	165
Управление категориями. . . . .	166

## **Глава 8. Планировщик задач . . . . . 169**

Создание задач . . . . .	169
Редактирование задач. . . . .	175
Удаление задач . . . . .	175
Просмотр истории выполнения задач . . . . .	176

## **Глава 9. Получение справки и поддержки . . . . . 177**

Замечания по выпуску. . . . .	177
Онлайновая справка . . . . .	178
Доступ к электронной справке . . . . .	178
Справка по навигации. . . . .	178

Руководство пользователя - версия для печати. . . . .	179
Обращение в службу поддержки заказчиков IBM	
Omni-Channel Merchandising . . . . .	179
Поддержка по телефону . . . . .	180
Веб-поддержка . . . . .	180
Отключение блокировки всплывающих окон в Internet Explorer . . . . .	186
Одноразовое отключение блокировки всплывающих окон . . . . .	188
Обучение IBM Omni-Channel Merchandising . . . . .	188
Вопросы и комментарии по документации . . . . .	188

## **Глава 10. Глоссарий . . . . . 189**

## **Глава 11. Краткое справочное руководство . . . . . 201**

Процесс атрибутирования . . . . .	201
PIF или графический интерфейс OpenLink . . . . .	205
Советы по группам спроса . . . . .	205
Полезная информация по размерам и единицам измерения . . . . .	206
Исключение (запрет на включение в модель) . . . . .	206
Общие замечания о файле информации о товаре (PIF) . . . . .	206
Подробности PIF . . . . .	207

## **Замечания . . . . . 213**

---

## Глава 1. Введение

IBM® OpenLink - это платформа для интеграции, преобразования, очистки и ведения данных, которая упрощает интеграцию конторских приложений с помощью комплекта IBM Omni-Channel Merchandising.

IBM OpenLink - платформа для интеграции, преобразования, очистки, и ведения данных, которая упрощает интеграцию конторских приложений с пакетом IBM Omni-Channel Merchandising.

IBM OpenLink позволяет администраторам баз данных, ценовым аналитикам и менеджерам по ценообразованию выполнять следующее:

- Легко интегрировать конторские приложения с хранилищами для данных
- Импортировать, проверять и утверждать файлы с данными в пользовательском формате
- Объединение или разбивка категорий с целью анализа взаимосвязанных или взаимодополняющих отношений между категориями
- Очистка информации по продуктам для получения более точных данных
- Формирование коэффициентов в категориях моделей для прогнозирования оптимизированных результатов
- Передача цен в магазины с минимальным участием пользователя

### Темы, связанные с данной

“Для кого предназначен этот документ”

IBM OpenLink предназначен для четырех основных категорий пользователей: руководства торговых компаний, менеджеров категорий, сотрудников компаний-производителей по связям с клиентами и администраторов ИТ.

“Необходимые знания” на стр. 2

Для получения необходимой информации об использовании IBM OpenLink смотрите этот раздел.

“Переводы” на стр. 2

IBM Openlink доступен на множестве национальных языковых версий.

“Снимки экрана и иллюстрации” на стр. 2

Снимки экрана и иллюстрации наглядно демонстрируют процесс использования данного продукта.

“Перед началом работы” на стр. 2

Прежде, чем вы начнете использовать OpenLink, убедитесь, что вы просмотрели требования к вашей системе.

“Требования к системе” на стр. 3

Для получения информации о стандартных системных требованиях для использования служб IBM Omni-Channel Merchandising используйте эту ссылку.

“Вход в OpenLink” на стр. 4

Перед тем, как начать использовать IBM OpenLink, сначала войдите в систему IBM Omni-Channel Merchandising под своим именем пользователя и паролем.

---

## Для кого предназначен этот документ

IBM OpenLink предназначен для четырех основных категорий пользователей: руководства торговых компаний, менеджеров категорий, сотрудников компаний-производителей по связям с клиентами и администраторов ИТ.

IBM OpenLink предназначен для четырех основных категорий пользователей: руководства торговых компаний, менеджеров категорий, сотрудников компаний-производителей по связям с клиентами и администраторов ИТ.

---

## Необходимые знания

Для получения необходимой информации об использовании IBM OpenLink смотрите этот раздел.

У вас должен быть опыт работы с браузерами, Интернетом и операционными системами Microsoft Windows. Вы должны уметь работать с навигацией с применением меню, различными кнопками, электронными таблицами и отчетами и переходами по страницам программ.

При работе с основными понятиями и задачами предполагается, что вы знакомы с Microsoft Excel.

---

## Переводы

IBM Openlink доступен на множестве национальных языковых версий.

Интерфейс приложения Openlink доступен на следующих национальных языках:

- Бразильский португальский
- Китайский
- Французский
- Немецкий
- Японский
- Русский
- Испанский

Службы IBM OpenLink поддерживают работу с различными валютами в локализованных версиях.

---

## Снимки экрана и иллюстрации

Снимки экрана и иллюстрации наглядно демонстрируют процесс использования данного продукта.

Снимки экрана и иллюстрации наглядно демонстрируют процесс использования данного продукта. Они могут отличаться в зависимости от платформы или настроек системы. Поэтому данные иллюстрации следует считать примерными.

---

## Перед началом работы

Прежде, чем вы начнете использовать OpenLink, убедитесь, что вы просмотрели требования к вашей системе.

Прежде, чем вы начнете использовать OpenLink, убедитесь, что вы просмотрели требования к вашей системе.

### Темы, связанные с данной

“Требования к системе” на стр. 3

Для получения информации о стандартных системных требованиях для использования служб IBM Omni-Channel Merchandising используйте эту ссылку.

“О службах IBM Omni-Channel Merchandising” на стр. 4  
 На производительность IBM OpenLink могут влиять следующие факторы.

## Требования к системе

Для получения информации о стандартных системных требованиях для использования служб IBM Omni-Channel Merchandising используйте эту ссылку.

Далее подробно изложены стандартные требования системы для использования служб IBM Omni-Channel Merchandising.

**Примечание:** Эти требования к ресурсам относятся только к службам IBM Omni-Channel Merchandising. Одновременная работа других программ может отрицательно повлиять на производительность системы. Вам может понадобиться учесть требования этих программ и внести дополнительные изменения в ваш компьютер.

	Минимум	Рекомендованные	Не поддерживается
ОП	1 ГБ	1,5 ГБ	< 1 ГБ
Процессор	1 ГГц	2 ГГц	< 900 МГц
Свободное пространство на диске	50 МБ	100 МБ	< 50 МБ
ОС	Windows XP	Windows XP или Windows 7	Системы не Windows, Windows 2000, Windows 95/ME, Windows 8
Браузер*	Internet Explorer 11  В этом браузере должна быть включена поддержка 128-битного шифрования.	Internet Explorer 11 или Mozilla Firefox  В этом браузере должна быть включена поддержка 128-битного шифрования.	Netscape, Internet Explorer 11 в режиме Enterprise Mode, Internet Explorer 10 или более ранней версии, Opera, Safari
Программы экспорта	Adobe Acrobat Reader 7  MS Office 2002 (XP) (формат файла Excel .xls)	Adobe Acrobat Reader 7 или новее  MS Office 2003 или MS Office 2007  (формат файлов Excel .xls или .xlsx)	
Adobe Flash	Adobe Flash 10.3.181	Adobe Flash 11 или новее.	Adobe Flash 9 или ниже.
Разрешение экрана	1024 x 768	1024 x 768	> 1900 x 1200
Соединение	T1	T1	Доступ по телефонной линии, хуже, чем T1
Мышь	Двухкнопочная	Трехкнопочная с возможностью прокрутки	-

**Примечание:** Эти браузеры сертифицированы и поддерживаются только для операционных систем Microsoft Windows.

## О службах IBM Omni-Channel Merchandising

На производительность IBM OpenLink могут влиять следующие факторы.

Обращение к службам IBM Omni-Channel Merchandising выполняется через браузер. Каждый раз, когда вы нажимаете кнопку в службе OpenLink, вы посылаете требование данных через Интернет. Это значит, что на скорость работы служб OpenLink могут влиять следующие факторы:

- Объем данных в Web
- Пропускная способность сети розничного продавца
- Брандмауэры или другие ограничения доступа к сети, налагаемые розничным продавцом
- Число строк для вывода на странице

### Темы, связанные с данной

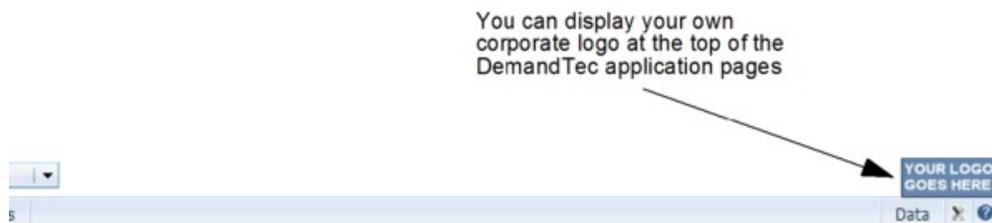
“Отображение корпоративного логотипа”

Ваш корпоративный логотип или бренд может отображаться в верхнем правом углу каждой страницы приложения IBM.

## Отображение корпоративного логотипа

Ваш корпоративный логотип или бренд может отображаться в верхнем правом углу каждой страницы приложения IBM.

Ваш корпоративный логотип или бренд может отображаться в верхнем правом углу каждой страницы приложения IBM. Так приложения становятся еще более персонализированными. Чтобы подать запрос на отображение логотипа, откройте вопрос в разделе Технической поддержки, к которому приложите файл с изображением.



При форматировании файла изображения перед отправкой следуйте следующим указаниям:

- Высота логотипа не должна быть более 24 пикселей.
- Наружные белые поля логотипа следует удалить.
- Фон логотипа должен предпочтительно быть прозрачным, допускается белый.
- Желательно отправлять изображения в форматах GIF или JPG.

IBM может немного откорректировать изображение, чтобы обеспечить оптимальный баланс и сочетание со страницами приложения.

---

## Вход в OpenLink

Перед тем, как начать использовать IBM OpenLink, сначала войдите в систему IBM Omni-Channel Merchandising под своим именем пользователя и паролем.

## Об этой задаче

Перед тем, как начать использовать IBM OpenLink, сначала войдите в систему IBM Omni-Channel Merchandising под своим именем пользователя и паролем.

Если Вы - новый пользователь, и у Вас нет информации для входа в систему, Вы можете создать вопрос для службы поддержки на странице входа в систему и запросить имя пользователя и пароль по умолчанию. Службой поддержки будет сгенерировано уникальное имя пользователя на основе адреса электронной почты, предоставленного Вами в IBM. После входа в систему с паролем, предоставленным Службой поддержки, пользователю перед продолжением работы предложат сменить пароль по умолчанию. Дополнительную информацию смотрите в теме “Вход в систему в качестве нового пользователя” на стр. 8.

**Примечание:** Для согласования с требованиями защиты вашей организации служба поддержки IBM укажет диапазон IP-адресов компьютеров, с которых пользователи могут войти в IBM Omni-Channel Merchandising. Любому пользователю, который попытается войти в систему с IP-адреса, не входящего в разрешенный список IP-адресов, будет запрещен доступ к любым прикладным программам IBM Omni-Channel Merchandising . За дополнительной информацией обратитесь к представителю по поддержке заказчиков.

Чтобы запустить OpenLink:

### Процедура

1. Откройте Internet Explorer.
2. Введите веб-адрес IBM Omni-Channel Merchandising (<https://mydt.demandtec.com> или <https://companyname.demandtec.com>) в поле адреса в браузере и нажмите клавишу Enter. Откроется страница входа.

**Sign In**

[English](#) | [Français](#) | [中文](#) | [Español](#) | [日本語](#)

Login

Password

Remember Me

**Sign In**

[Forgot Password](#)

---

Don't have a network account?

[New User Login Request](#)

3. Введите имя пользователя и пароль по умолчанию на странице входа в систему и нажмите кнопку **Войти в систему**. Если вы забыли пароль, посмотрите раздел “Изменение вашего пароля” на стр. 12.
4. Откроется страница **Моя учетная запись**, где вам предложат заменить пароль по умолчанию на пароль, удовлетворяющий следующим требованиям:
  - Хотя бы восемь символов
  - Хотя бы одна буква
  - Хотя бы одно число (0 - 9)
  - Хотя бы один символ (!@#\$\$%^\_+ - = {} [] ; : ?) (*рекомендуется, но не обязательно*)
5. Введите пароль еще раз в поле **Ввести заново**.
6. Выберите контрольный вопрос и предоставьте ответ на этот вопрос. Ответ должен содержать по крайней мере четыре символа.
7. Нажмите кнопку **Сохранить**. В открывшейся странице подтверждения щелкните по ссылке **Продолжить вход**, чтобы вернуться на страницу входа в систему.
8. Введите имя пользователя и новый пароль на странице входа в систему и нажмите кнопку **Войти в систему**.

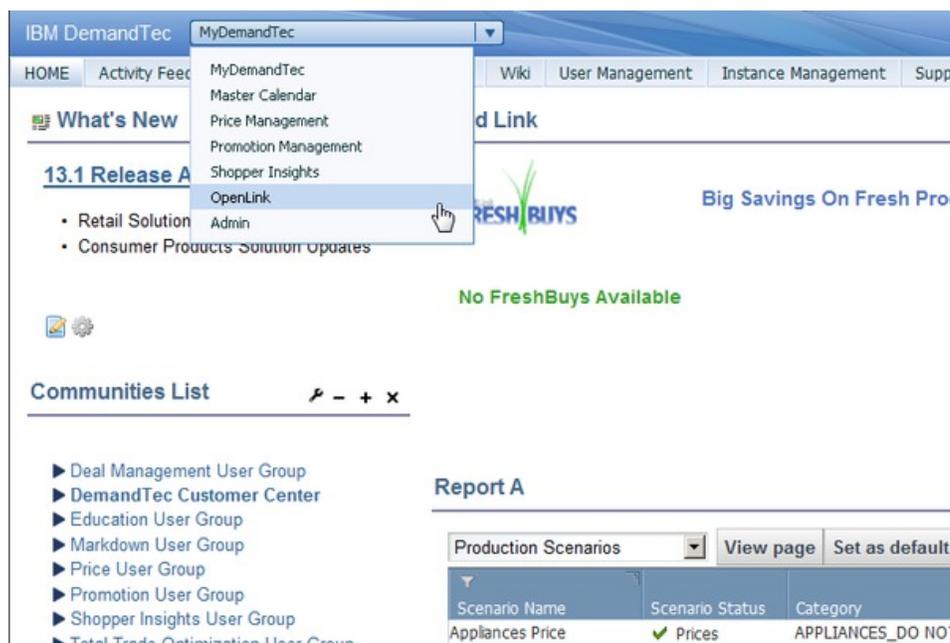
Если у вас есть доступ только к одному экземпляру компании (организации), вы вернетесь на одну из следующих страниц:

- **Домашняя страница IBM Omni-Channel Merchandising**
- **Домашняя страница Deal Management** для пользователей Deal Management
- Страница **Моя учетная запись** для обоих типов пользователей, на которой можно выбрать прикладную программу планирования спецпредложений и управления ими. Дополнительная информация об этой странице приведена в разделе “Страница Моя учетная запись” на стр. 12.

Однако, если у вас есть доступ к нескольким организациям, откроется начальная страница **Выбор организации**, содержащая доступные организации. Выбрав организацию, вы перейдете на одну из перечисленных выше страниц.

**Примечание:**

- В целях безопасности пароль нужно изменять, и вы будете получать такое требование после каждых 13 недель. Если пароль не будет изменен, ваш доступ к странице входа в систему будет заблокирован, и вам надо будет обратиться за дальнейшими указаниями к службе поддержки клиентов .
  - IBM рекомендует внести в Избранное вашего браузера Internet Explorer **Домашнюю страницу IBM Omni-Channel Merchandising**. Кроме того, можно поставить закладку на страницу планирования торговли заказчика. Выбирая страницу в списке Избранное, вы будете переходить непосредственно на эту страницу после входа.
9. Чтобы открыть приложение, на **Домашней странице IBM Omni-Channel Merchandising** выберите **Цена, Спецпредложение, Скидка, или OpenLink** в главном навигационном списке.



10. Выберите **Админ**, чтобы перейти к страницам общего описания, которые содержат ссылки на административные задания и компоненты, общие для всех приложений.

**Темы, связанные с данной**

“Вход в систему в качестве нового пользователя” на стр. 8

Если у вас нет идентификационных данных, на странице входа в систему вам нужно подписаться на новый сетевой ID IBM Omni-Channel Merchandising.

“Изменение вашего пароля” на стр. 12

Для восстановления вашего текущего пароля воспользуйтесь следующей процедурой.

“Страница Моя учетная запись” на стр. 12

Информацию, связанную с учетной записью, можно изменить на странице **Моя учетная запись**.

“Выход из IBM OpenLink” на стр. 14

Вы можете выйти из IBM OpenLink , просто щелкнув по ссылке **Выход** в верхней части любой страницы.

## **Вход в систему в качестве нового пользователя**

Если у вас нет идентификационных данных, на странице входа в систему вам нужно подписаться на новый сетевой ID IBM Omni-Channel Merchandising.

### **Об этой задаче**

Если у вас нет идентификационных данных, на странице входа в систему вам нужно подписаться на новый сетевой ID IBM Omni-Channel Merchandising. После подписки на новую учетную запись группа поддержки пользователей включит для вашей учетной записи возможность доступа к спецпредложениям, а также все остальные службы, приобретенные и включенные вашей компанией.

Чтобы подписаться на новую учетную запись:

### **Процедура**

1. Откройте Internet Explorer.
2. Введите веб-адрес IBM Omni-Channel Merchandising (<https://mydt.demandtec.com> или <https://companyname.demandtec.com>) в поле адреса в браузере и нажмите клавишу Enter. Откроется страница входа в систему IBM Omni-Channel Merchandising .

**Sign In**

[English](#) | [Français](#) | [中文](#) | [Español](#) | [日本語](#)

Login

Password

Remember Me

**Sign In**

[Forgot Password](#)

---

Don't have a network account?

[New User Login Request](#)

- Щелкните по ссылке **Запрос нового логина пользователя**, чтобы запросить новую учетную запись.

## Network Login User Request

[English](#) | [français](#) | [中文](#) | [español](#) | [日本語](#)

Please use your corporate email address if possible.

**First Name**

**Last Name**

**Company**

**Email Address**

**Phone**

**Ext**

**Login ID**

[Sign In/Forgot Password](#)

Looking for support ? Visit our [Customer Support](#) page.

4. Введите свою контактную информацию, компанию и рабочий адрес электронной почты. На адрес электронной почты, указанный вами, IBM отправит всю информацию, связанную с учетной записью. Выберите ID регистрации, под которым вы будете входить в службы IBM Omni-Channel Merchandising .
5. Нажмите кнопку **Передать**, чтобы создать новую учетную запись. Отправив запрос, получите на указанный вами адрес электронное письмо с временным паролем к вашей учетной записи.
6. Прочитайте Условия использования и нажмите кнопку **Принимаю**, чтобы продолжить создание учетной записи. Затем Вас попросят изменить пароль и установить контрольный вопрос.

My Account

**My Account**

Please update the security challenge question and answer for your account. John Doe

**Your User Name and Password**

User Name johndoe

Password  The password must consist of at least 8 characters. It must contain at least one character/letter and one number (0-9).

Enter Again  We strongly suggest including at least one symbol (@#%\*^\_+=[{}];:?) for a stronger password. Please make sure Caps Lock is off before starting.

Please make a note of your user name and password. You will need your user name and your password to login.

Please select security question and provide answer for that. The answer must be at least 4 characters long.

Please choose a reminder query.

**Password Reminder**

**Question**

What is your father's middle name?

**Answer**

John

Email address johndoe@supervalu.com

Save

7. Замените сгенерированный случайный пароль. Выбирая новый пароль, соблюдайте следующие требования:
  - Хотя бы восемь символов
  - Хотя бы одна буква
  - Хотя бы одно число (0 - 9)
  - Хотя бы один символ (!@#%\$%^\_+ = {} [ ] ; : ?) (рекомендуется, но не обязательно)
8. Введите пароль еще раз в поле **Ввести заново**.
9. Выберите контрольный вопрос и предоставьте ответ на него. Ответ должен содержать по крайней мере четыре символа.
10. Нажмите кнопку **Сохранить**. В открывшейся странице подтверждения щелкните по ссылке **Продолжить вход**, чтобы вернуться на страницу входа в систему.
11. Введите имя пользователя и новый пароль на странице входа в систему и нажмите кнопку **Войти в систему**.
12. После того, как ваша учетная запись будет создана, служба поддержки будет автоматически уведомлена и предоставит вашей учетной записи все соответствующие разрешения прикладной программы. По завершении этой процедуры предоставления разрешений вы получите электронное сообщение на адрес, связанный с вашей учетной записью.

**Примечание:**

- В целях безопасности пароль нужно изменять, и вы будете получать такое требование после каждых 13 недель. Если пароль не будет изменен, ваш доступ к странице входа в систему будет заблокирован, и вам надо будет обратиться за дальнейшими указаниями к службе поддержки клиентов .
  - Рекомендуется внести в Избранное вашего браузера Internet Explorer **Домашнюю страницу IBM Omni-Channel Merchandising**. Можно внести в Избранное также страницу служб IBM Omni-Channel Merchandising. Выбирая страницу в списке Избранное, вы будете переходить непосредственно на эту страницу после входа.
13. На **Домашней странице IBM Omni-Channel Merchandising** нажмите на раздел **OpenLink** в главном навигационном списке, чтобы открыть IBM OpenLink.

14. Выберите **Данные** или **Админ**, чтобы перейти к страницам общего описания, которые содержат ссылки на административные задания и компоненты, общие для всех приложений.

## Изменение вашего пароля

Для восстановления вашего текущего пароля воспользуйтесь следующей процедурой.

### Об этой задаче

Чтобы изменить текущий пароль:

### Процедура

1. На странице входа в систему В IBM Omni-Channel Merchandising щелкните по **Забывтый пароль**. Появится страница **Восстановление пароля**.

Recover Password

[English](#) [français](#) [中文](#) [español](#) [日本語](#)

Screen Name

jdoe

hointof materials.

Type the two words:

hointof materials.

reCAPTCHA™ stop spam. read books.

Send New Password

[Sign In](#) [Create Account](#)

2. Введите свое имя пользователя и введите слова в CAPTCHA, затем щелкните по **Отправить новый пароль**.

**Примечание:** Если ваше имя пользователя не распознано или вы не можете получить сообщение электронной почты по указанному адресу, нужно обратиться в службу поддержки IBM.

3. Проверьте, появилось ли в вашем ящике Входящие электронное сообщение с временным паролем вашей учетной записи. После того, как вы войдете в систему с временным паролем, вас попросят выбрать новый пароль для учетной записи.

## Страница Моя учетная запись

Информацию, связанную с учетной записью, можно изменить на странице **Моя учетная запись**.

## Об этой задаче

После входа в систему информацию, связанную с учетной записью, можно изменить на странице **Моя учетная запись**. Например, если у вас есть доступ к нескольким экземплярам, можно переключиться на другой экземпляр. Можно также открыть службу IBM Omni-Channel Merchandising из списка доступных товаров для экземпляра.

**Примечание:** Можно одновременно открыть несколько окон браузера, но во всех окнах будет доступен один и тот же экземпляр. Открыть два разных экземпляра одновременно в одном сеансе невозможно.

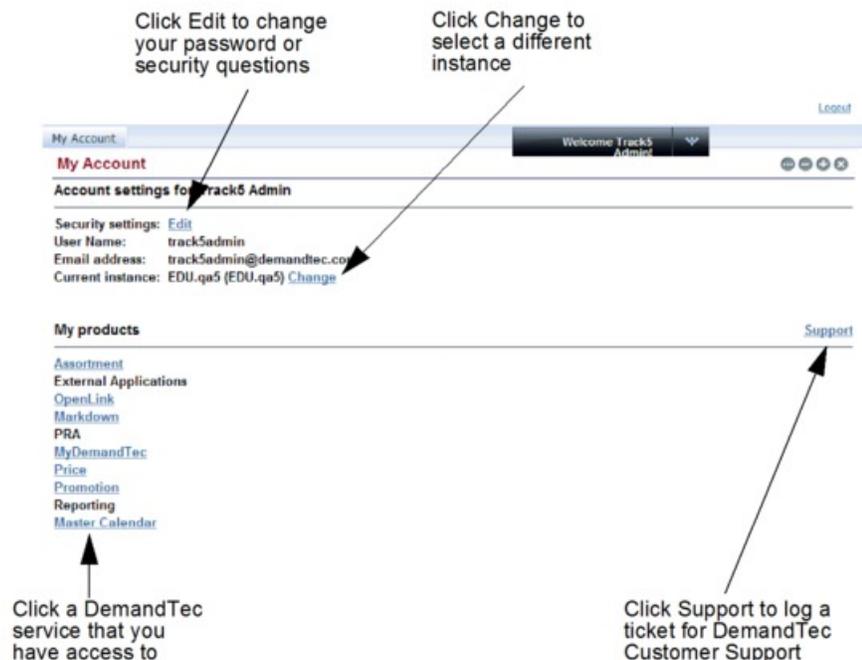
Эта страница содержит следующие дополнительные ссылки:

- При помощи ссылки **Редактировать** рядом с **Параметрами защиты** можно изменить существующий пароль или контрольные вопросы, не выходя из системы IBM.
- Ссылка **Поддержка** на странице **Моя учетная запись** справа открывает веб-страницу поддержки, где можно ввести заявки для службы поддержки IBM.

Чтобы изменить экземпляры или службы:

## Процедура

1. Щелкните по ссылке **Моя учетная запись** в верхней части страницы, чтобы открыть страницу **Моя учетная запись**.



2. Чтобы сменить экземпляр, щелкните по ссылке **Изменить** рядом с **Текущий экземпляр**. Вы вернетесь на страницу **Выбрать экземпляр**, чтобы выбрать другой экземпляр.
3. Чтобы переключиться на другое приложение IBM Omni-Channel Merchandising, выберите службу в списке **Мои товары**. Вы попадете на начальную страницу прикладной программы.

---

## Выход из IBM OpenLink

Вы можете выйти из IBM OpenLink , просто щелкнув по ссылке **Выход** в верхней части любой страницы.

Вы можете выйти из IBM OpenLink , просто щелкнув по ссылке **Выход** в верхней части любой страницы. Все сохраненные параметры будут сохранены для следующего входа в систему. Выйдя из системы, вы вернетесь на первоначальную страницу входа в систему.

Если вы закроете окно браузера или перейдете на другую веб-страницу, не выйдя из системы, автоматически выполнит выход из системы через 30 минут отсутствия активности, и вам надо будет снова входить в систему при помощи страницы входа в систему.

**Примечание:** Служба поддержки пользователей IBM может сконфигурировать другое значение для истечения срока ожидания в сеансе, например, 15, 60, 120 или 180 минут, в зависимости от стандартов использования и политики защиты вашей организации.



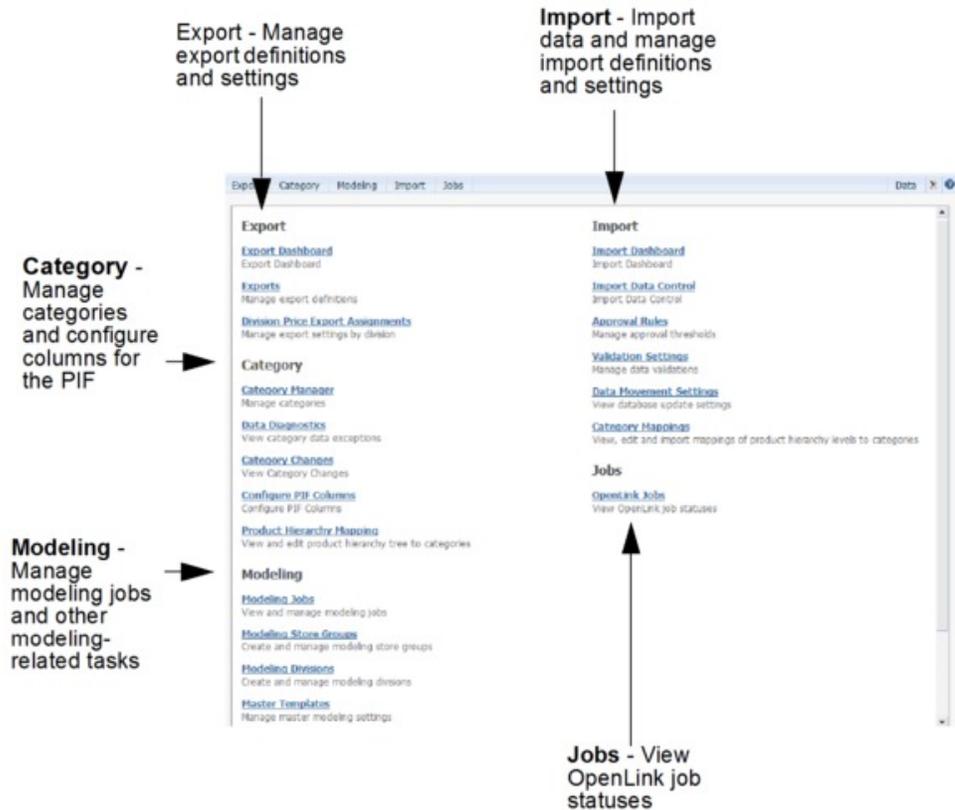
**Примечание:** Когда вы не используете прикладные программы, следует выходить из системы для безопасности и освобождения ресурсов системы.

## Обзорная страница OpenLink

На странице **Обзор** полностью описывается функционал приложения OpenLink, при этом функции группируются по подтипу, и каждая функция описывается отдельно.

При выборе **OpenLink** в выпадающем меню услуг осуществляется переход на страницу **Обзор** приложения OpenLink. На странице **Обзор** полностью описывается функционал приложения OpenLink, при этом функции группируются по подтипу, и каждая функция описывается отдельно. Доступ к некоторым страницам можно получить из выпадающего меню **OpenLink**.

Обратите внимание, что в данном руководстве рассматриваются только станицы и задачи, необходимые для процесса определения атрибутов продукта. Определение атрибутов - серия задач по подготовке информации о продукте для целей моделирования и оптимизации.



## Импорт данных

Используйте эту процедуру для импорта данных в IBM OpenLink.

### Об этой задаче

Данные импортируются в IBM OpenLink с помощью следующих методов:

### Процедура

1. Данные (в текстовых файлах **.txt**) принимаются через приложение IBM OpenLink. Это наиболее общий способ импорта новых данных. Заказчики посылают свои данные в IBM Omni-Channel Merchandising каждую неделю (по протоколу FTP), чтобы информировать об изменениях продаж, положений, товаров, цен конкурентов и стоимости товаров. OpenLink получает эти данные и использует автоматические проверки, чтобы обеспечить чистоту данных. Для этих файлов требуется минимальное ручное (пользовательское) вмешательство. Эти импортированные файлы отслеживаются при помощи отчета **Сводная панель импорта**. Дополнительную информацию смотрите в теме “Просмотр операций импорта и экспорта” на стр. 16.

Большие наборы данных следует посылать через OpenLink, чтобы воспользоваться преимуществом автоматического экранирования неточных данных. OpenLink - это инструмент, который предупреждает ввод в программы неточных или поврежденных данных. Данные переводятся в стандартный формат и затем проверяются. Проверка обнаруживает ошибки и помечает их. После исправления ошибок проверка выполняется снова. На выходе из этого процесса мы получаем чистые и точные данные.

2. Порядок импорта/экспорта Файла информации о товаре (PIF). Данная процедура позволяет экспортировать файл PIF из OpenLink в файл MS Excel, определять атрибуты товаров и импортировать информацию назад в систему. Подробности смотрите в разделе Глава 4, “Общая информация об определении атрибутов”, на стр. 87.

#### **Темы, связанные с данной**

“Просмотр операций импорта и экспорта”

Импорт и экспорт файлов в IBM Omni-Channel Merchandising с помощью OpenLink позволяет пользователю автоматизировать управление файлами с данными, при этом информация о продукте обновляется по мере ее поступления.

---

## **Просмотр операций импорта и экспорта**

Импорт и экспорт файлов в IBM Omni-Channel Merchandising с помощью OpenLink позволяет пользователю автоматизировать управление файлами с данными, при этом информация о продукте обновляется по мере ее поступления.

Импорт и экспорт файлов в IBM Omni-Channel Merchandising с помощью OpenLink позволяет пользователю автоматизировать управление файлами с данными, при этом информация о продукте обновляется по мере ее поступления. Со временем задача отслеживания импорта и экспорта становится все более сложной.

Для решения этой проблемы в OpenLink предусмотрены сводные панели импорта и экспорта, простые в использовании, обеспечивающие отслеживаемость запланированных и внеплановых действий по перемещению данных.

**Примечание:** Страница **Сводная панель импорта** заменяет страницы **Процедуры импорта, Утвержденные процедуры импорта и Загрузка файла** в версиях до 10.1.

Последовательность и настройки процедур группового импорта можно задавать на странице **Управление импортом данных**. В данном отчете отображаются шаблоны файлов, объемы, исторические данные о диапазонах, граничные значения времени загрузки и другая информация об импорте. Для получения дополнительной информации о доступе и использовании данной странице обращайтесь к представителю IBM.

#### **Темы, связанные с данной**

“Сводная панель импорта”

**Сводная панель импорта** объединяет всю связанную с импортом информацию о статусе на одной странице, поддерживая одновременно возможность однофайловой загрузки.

“Сводная панель экспорта” на стр. 18

**Сводная панель экспорта** показывает все операции экспорта в OpenLink, что позволяет пользователю контролировать все запланированные и внеплановые операции экспорта.

## **Сводная панель импорта**

**Сводная панель импорта** объединяет всю связанную с импортом информацию о статусе на одной странице, поддерживая одновременно возможность однофайловой загрузки.

**Сводная панель импорта** объединяет на одной странице информацию о состоянии, связанную с импортом информацию, и поддерживает возможность однофайловой загрузки с помощью кнопки **Импортировать Файл**. Сводная панель показывает состояние каждой активной процедуры импорта в режиме реального времени, а

также выполненные задачи и ошибки, характеристики ранее выполненных процедур импорта:

Batch Type	Filename	Batch Status	Sub Status	Staging Batch ID	Total Records	Total Rejected	Lvl 1 Errors	Lvl 2 Errors
Current Retail 1PK	currentretail1PK.txt	Received	Received				0	0
Sellable Logistical Location Map	l2.txt	Received	Received				0	0
Sellable Logistical Location Map	deltest.txt	Received	Received				0	0
Sellable Item	sell.txt	Received	Received				0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125869	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125868	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125867	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125866	4	0	0	0
ABC Cost	UNDX SA.doc	Failed	IMPORT FAILED - DB2 Import Failed	125767			0	0
Location	3.txt	Loaded	approved	125766	1		0	0
Product Location VAT	VAT_RATE_AHOfuib4....	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125672	3	0	0	0

В процессе обработки файлов приложением OpenLink, на Сводной панели импорта можно увидеть состояние обработки пакета, протекание процесса импорта и возможные ошибки во время импорта. Сводная панель представляет собой таблицу с информацией о каждой процедуре импорта, открытой только для чтения. В таблице содержатся следующие столбцы:

- **Тип пакета:** Тип данных файла данных в конвейере
- **Имя файла:** Имя файла данных
- **Состояние пакета:** Состояние данных в конвейере. Значения состояния должны быть:
- **Получен:** Файл перенесен в соответствующую папку OpenLink, но не участвует ни в одном процессе загрузки данных. С этим файлом не связан ни один пакет.
- **Готов к загрузке (Ручной режим):** Данный дополнительный статус указывает на загрузку файла в ручном режиме с помощью кнопки "Импортировать файл".
- **Обработка:** Файл участвует в процессе загрузки данных, на данный момент происходит его обработка.
- **Дополнительный статус:** Рядом со статусом **Обработка** также отображается информация дополнительного статуса. Например: Обработка – Проверка, Обработка – Загрузка в БД.
- **Загружен:** Файл успешно загружен в базу данных. Все записи успешно загружены.
- **Загружен с ошибками:** Некоторые записи файла не удалось загрузить в базу данных, остальные были загружены успешно. Отклоненные записи доступны в отдельном файле остатков.
- **Сбой:** Записи не были загружены в базу данных. Данное состояние является результатом ошибки 1-го уровня.
- **Промежуточный номер пакета:** Номер пакета для данного файла данных, если предусмотрен. Если файл не помечен для загрузки, данное поле будет пустым.
- **Всего записей:** Общее количество принимаемых записей
- **Всего отклонено:** Общее количество записей, отклоненных из-за ошибок
- **Ошибки 1 уровня:** Количество записей с критическими ошибками, которые привели к сбою импорта
- **Ошибки 2 уровня:** Количество записей с серьезными ошибками, из-за которых не удалось загрузить данные записи.
- **Ошибки 3 уровня:** Количество записей с незначительными ошибками, по которым были показаны предупреждения.
- **Дата начала:** Дата и время включения файла с данными в процесс загрузки данных
- **Дата завершения:** Дата и время завершения процесса загрузки данных из файла

- **Время загрузки:** Полное прошедшее время в минутах между датой начала и датой окончания
- **Ср. время загрузки:** Среднее время загрузки данных такого же типа на основе последних N процедур загрузки, взвешенных по количеству записей в файле с данными. Значение 'N' устанавливается на странице **Управление импортом данных** для каждого типа данных. Это опциональное поле, которое не отображается на сводной панели по умолчанию, но которое можно добавить на странице **Изменить предпочтения**.
- **Изменение объема:** Разница между количеством записей во входном файле и средним количеством записей такого же типа данных за последние N операций по загрузке. Это опциональное поле, которое не отображается на сводной панели по умолчанию, но которое можно добавить на странице **Изменить предпочтения**.
- **Кто утвердил:** Имя пользователя, инициировавшего загрузку данных. Если процесс автоматизирован, пользователь будет считаться "Внутренним пользователем".

**Темы, связанные с данной**

“Импорт данных” на стр. 15

Используйте эту процедуру для импорта данных в IBM OpenLink.

## Сводная панель экспорта

**Сводная панель экспорта** показывает все операции экспорта в OpenLink, что позволяет пользователю контролировать все запланированные и внеплановые операции экспорта.

**Сводная панель экспорта** показывает все операции экспорта в OpenLink, что позволяет пользователю контролировать все запланированные и внеплановые операции экспорта. Чтобы увидеть Сводную панель экспорта, перейдите в **OpenLink > Сводная панель экспорта**. Ниже показан базовый вид сводной панели:

Type	Export Name	Division	Status	# Records	Start Time	End Time	Elapsed Time (Min)
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Scheduled		Jul 1, 2010 9:57 PM		
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Scheduled		Jul 4, 2010 9:29 PM		
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Scheduled		Jul 4, 2010 10:33 PM		
DisplayPlanning	Display Planning Export		Exported	1	Jun 30, 2010 5:37 AM	Jun 30, 2010 5:51 AM	14
DisplayPlanning	Display Planning Export		Exported	3176	Jun 29, 2010 12:35 PM	Jun 29, 2010 1:17 PM	42
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Scheduled		Jun 30, 2010 12:55 PM		
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 12:55 PM	Jun 29, 2010 12:55 PM	0
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 1:55 PM	Jun 29, 2010 1:55 PM	0
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 2:55 PM	Jun 29, 2010 2:55 PM	0
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 3:55 PM	Jun 29, 2010 3:55 PM	0
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 4:55 PM	Jun 29, 2010 4:55 PM	0
MC_PerDetail	MC_Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 5:55 PM	Jun 29, 2010 5:55 PM	0

Все файлы на странице **Сводной панели экспорта** доступны только для чтения.

Сводная панель состоит из следующих столбцов:

- **Тип:** Тип экспорта: Цена, условия специального предложения, данные скидки и пр.
- **Описание операции экспорта:** Название или описание операции экспорта, определяемые пользователем.
- **Подразделение:** Подразделение, связанное с операцией экспорта
- **Состояние:** Состояние данных в конвейере. В столбце **Состояние** может быть показано несколько значений:
- **В расписании:** Экспорт запланирован, но еще не выполнен
- **Производится извлечение:** Экспорт извлекает данные из базы данных

- **Экспортировано:** Данные были извлечены из БД, и все сценарии постобработки, вложенные в экспорт, успешно выполнены
- **Ошибка:** Экспорт завершился неудачно
- **Число записей:** Общее число экспортированных записей
- **Время начала:** Дата и время, когда запустился экспорт
- **Время окончания:** Дата и время, когда завершился экспорт
- **Истекшее время:** Полное прошедшее время в минутах между датой начала и датой окончания
- **Кем экспортировано:** Имя пользователя, инициировавшего экспорт данных. Если процесс автоматизирован, пользователь будет считаться "Внутренним пользователем".

“Экспорт данных” на стр. 85

“Проверка состояния экспорта” на стр. 86

---

## Разрешения пользователям на администрирование

Здесь перечислены разрешения пользователям на администрирование.

- **Администрировать определения календарных периодов** - позволяет пользователям изменять календарные периоды по умолчанию в разделе **Администрирование календарей** на странице **Администратор**, а также зачислять новые файлы определений календарных периодов.
- **Администрирование предпочтений пользовательского интерфейса для всей компании** - позволяет пользователю задавать параметры отчёта по умолчанию на страницах **Изменить отчет** для всех пользователей в компании.
- **Конфигурирование параметров вывода** - позволяет пользователю загружать шаблоны вывода, конфигурировать инструменты **Планирование вывода**, и управлять характеристиками вывода.
- **Администрировать планировщик заданий** - позволяет пользователю изменять задания в очереди планировщика заданий. Все эти процессы не видимы пользователю.
- **Администрировать алиасы уведомлений** - позволяет пользователю создавать, удалять или редактировать алиасы уведомлений для групп пользователей, получающих оповещения.
- **Администрировать организацию** - позволяет службе поддержки IBM Omni-Channel Merchandising и операционному персоналу IBM Omni-Channel Merchandising задавать информацию о новых компаниях и изменять информацию о существующих.

**Примечание:** Разрешение **Администрировать организацию** должно быть выбрано только для службы поддержки IBM Omni-Channel Merchandising и операционного персонала IBM Omni-Channel Merchandising. Если свойства базы данных заданы неправильно, эта прикладная программа может быть нестабильной.

- **Администрировать планировщик задач** - позволяет пользователю создавать задачи и управлять задачами в планировщике задач.
- **Редактировать разрешения** - позволяет пользователю изменять все разрешения для пользователей. Эта функция должна быть по крайней мере у одного пользователя в каждой организации.
- **Редактировать конфигурацию системы** - позволяет службе поддержки IBM Omni-Channel Merchandising и операционному персоналу IBM Omni-Channel Merchandising изменять конфигурацию системы для некоторой компании.

**Примечание:** Разрешение **Редактировать конфигурацию системы** должно быть выбрано только для службы поддержки IBM Omni-Channel Merchandising и операционного персонала IBM Omni-Channel Merchandising. Если свойства системы заданы неправильно, эта прикладная программа может быть нестабильной.

- **Редактировать пользователей** - позволяет пользователю создавать, изменять и удалять пользователей.
- **Администрирование OpenLink** - позволяет службе поддержки IBM Omni-Channel Merchandising и операционному персоналу IBM Omni-Channel Merchandising администрировать OpenLink IBM Omni-Channel Merchandising.
- **Просмотр заданий** - позволяет пользователю просматривать задания в очереди планировщика заданий.

---

## Глава 2. Навигация по приложению

Рабочее пространство IBM Omni-Channel Merchandising позволяет обращаться ко всем программам, к которым вам разрешен доступ. Большинство прикладных программ используют похожие функции навигации, такие как поиск, отчеты и страничная организация. Все функции работают сходным образом на любой странице любой программы.

Ваш доступ к отдельным областям IBM Omni-Channel Merchandising зависит от ваших разрешений.

### Темы, связанные с данной

“Поиск отчетов” на стр. 22

Отчеты - это заранее определенные способы фильтрации информации. На разных экранах доступны разные отчеты.

“Правка в отчете” на стр. 26

Используйте эту процедуру для правки поля в отчете.

“Агрегация данных” на стр. 27

Некоторые отчеты позволяют просматривать данные на различных уровнях агрегации.

“Поиск” на стр. 27

Используйте эту процедуру для поиска столбцов по словам, буквам, числам или символам.

“поиск в столбцах отчетов” на стр. 27

В дополнение к полю **Поиск** в верхней части страницы можно воспользоваться возможностью **Расширенный фильтр** для поиска и фильтрации элементов отчетов.

“Переход между несколькими страницами” на стр. 29

С помощью данной процедуры можно выполнять переход между несколькими страницами

“Сортировка списка элементов” на стр. 29

С помощью этой процедуры можно отсортировать список элементов по заголовку столбца.

“Настройка отчетов” на стр. 29

Используйте эту процедуру для настройки отчетов.

“Добавление или удаление столбцов” на стр. 30

Ниже описана процедура по добавлению или удалению столбцов.

“Изменение порядка столбцов” на стр. 30

Используйте эту процедуру для изменения порядка столбцов.

“Сортировка столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для сортировки столбцов.

“Фильтрация столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для фильтрации столбцов.

---

## Страницы программ

Перечисленные ниже возможности доступны со многих страниц IBM Omni-Channel Merchandising.

### Темы, связанные с данной

“Действия”

Новые операции выполняются путем нажатия кнопки **Действие**.

“Поиск отчетов”

Отчеты - это заранее определенные способы фильтрации информации. На разных экранах доступны разные отчеты.

“Поиск информации на странице” на стр. 23

IBM Omni-Channel Merchandising реализует несколько способов поиска информации на странице.

“Выбор элементов” на стр. 23

Клавиши Shift и Ctrl используются для выбора нескольких элементов на странице.

“Обновление” на стр. 23

Страницы в IBM Omni-Channel Merchandising нужно обновлять для изменения их состояния.

“Устранение проблемы медленного извлечения данных” на стр. 23

Получение данных в использующих интернет-технологии программах IBM Omni-Channel Merchandising обрабатывается при нажатии таких кнопок, как **ОК**, **Сохранить** или **Сортировка по возрастанию**. Иногда приложения зависают при извлечении информации. Ниже даются несколько советов по устранению проблемы, когда страница зависает при извлечении данных:

“Как очистить кэш” на стр. 24

Используйте эту процедуру для очистки кэша.

## Действия

Новые операции выполняются путем нажатия кнопки **Действие**.

Новые операции выполняются путем нажатия кнопки **Действие**. Например, вы создаете новую группу товаров, нажав кнопку действия **Новая группа товаров**. Чтобы сохранить новые операции и изменения, нажмите кнопку **Сохранить**.



## Поиск отчетов

Отчеты - это заранее определенные способы фильтрации информации. На разных экранах доступны разные отчеты.

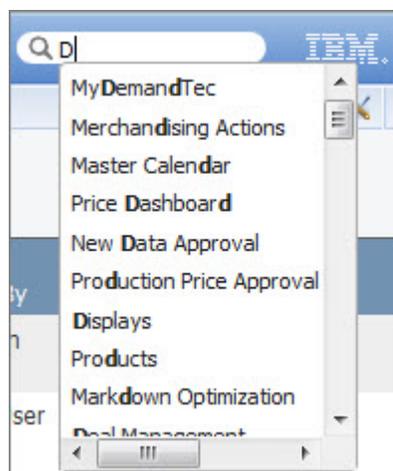
Так, несколько отчетов доступны на странице **Группа товаров**, включая и отчет **Группы товаров**.



## Использование быстрого поиска

Используйте функцию быстрого поиска для быстрого перехода по приложению.

С помощью поля поиска можно быстро перейти в другой раздел приложения. По мере ввода информации в поле поиска содержащие ее страницы в программе будут автоматически заполнять выпадающее меню. Щелкните по странице, чтобы перейти к ней.



## Поиск информации на странице

IBM Omni-Channel Merchandising реализует несколько способов поиска информации на странице.

Можно выполнить поиск по буквам, словам, числам или таким символам, как >, <, или =. Символ подстановки \* служит для поиска элементов, содержащих определенные слова. Например, запрос \*йогурт\* будет возвращать такие результаты, как "детский йогурт", "сливочный йогурт" и "йогурт с фруктами".



## Выбор элементов

Клавиши Shift и Ctrl используются для выбора нескольких элементов на странице.

Для выбора нескольких элементов выберите один элемент, нажмите клавишу Shift или Ctrl и, удерживая ее, выберите остальные элементы.

- Клавиша Shift: Позволяет выбирать последовательные элементы
- Клавиша Ctrl: Позволяет выбирать произвольно расположенные элементы

## Обновление

Страницы в IBM Omni-Channel Merchandising нужно обновлять для изменения их состояния.

Чтобы обновить экран, нажмите клавишу F5 или кнопку **Обновить** на панели инструментов браузера Internet Explorer.

## Устранение проблемы медленного извлечения данных

Получение данных в использующих интернет-технологии программах IBM Omni-Channel Merchandising обрабатывается при нажатии таких кнопок, как **ОК**, **Сохранить** или **Сортировка по возрастанию**. Иногда приложения зависают при извлечении информации. Ниже даются несколько советов по устранению проблемы, когда страница зависает при извлечении данных:

## Процедура

1. Щелкните по левому нижнему углу окна браузера Internet Explorer, чтобы убедиться, что появилась надпись Готово. Можно также обновить страницу.
2. Если доступ к странице невозможен, или данные не удается изменить, проверьте, что у вас верный сертификат, что этот сертификат правильно установлен и что с ним связаны правильные разрешения.

## Как очистить кэш

Используйте эту процедуру для очистки кэша.

### Об этой задаче

При перемещении по сети Интернет ваш компьютер кэширует, то есть сохраняет посещенные вами страницы, чтобы запомнить, где вы были. Страницы сохраняются в хронологическом порядке, что упрощает их последующие посещения и экономит время.

Если на странице были сделаны изменения, вы можете не увидеть обновленный вариант страницы из-за сохраненной вашим компьютером хронологии.

### Процедура

1. Откройте Internet Explorer.
2. Выберите **Сервис > Свойства обозревателя**. Появится диалоговое окно **Свойства обозревателя**.
3. В центре диалогового окна нажмите кнопку **Удалить файлы**.
4. Нажмите кнопку **ОК** в появившемся окне сообщения **Удалить файлы**. Кэш будет очищен. Если вы раньше не чистили или редко чистили кэш, процесс может занять несколько минут

---

## Переход между приложениями

Выпадающее меню программ дает быстрый доступ к отдельным прикладным программам и областям в каждой из программ. Воспользуйтесь каскадными меню для перехода на страницы прикладной программы и выполнения основных задач.

---

## Переход между основными страницами

Полоса меню позволяет вам перемещаться между основными страницами в программе. Ниже показан пример из программы Планирование и выполнение спецпредложений.

Ваш доступ к определенным областям программы зависит от разрешений.



---

## Навигация по навигационным ссылкам

Навигационный путь - это иерархия страниц в прикладной программе, по которой вы перемещались, чтобы попасть на текущую страницу. Навигационный путь выводится в верхней части многих страниц. Можно быстро перейти непосредственно на нужную страницу в иерархии или же вернуться к обратно к начальной точке.

Текущая страница - это конечный элемент в иерархии. Перед тем, как покинуть страницу, необходимо сохранить все введенные данные, однако критерии поиска, введенные вами на предыдущей странице, будут сохранены, если вы перейдете на эту страницу, используя навигационный путь.



---

## Входящие оповещения

Входящие оповещения позволяют просматривать оповещения, на которые вы подписаны, сгенерированные различными событиями и операциями в прикладных программах.

Возможно получение оповещений для операций, которые инициировали именно вы, или же для операций, инициированных любым сотрудником вашей компании. Примеры событий: импорт новых цен на товары в OpenLink IBM Omni-Channel Merchandising или прогноз спецпредложения. Оповещения сохраняются в диалоговом окне сообщений, где их можно просматривать.

Кроме оповещений, получаемых в прикладной программе IBM Omni-Channel Merchandising, вы можете также получать оповещения по электронной почте по адресу, который хранится в вашем профиле.

При получении новых сообщений в верхней правой части окна прикладной программы IBM Omni-Channel Merchandising появится значок уведомления **Новое оповещение**. Число в этом значке отображает число новых сообщений.

Чтобы открыть диалоговое окно **Входящие оповещения**, наведите указатель мыши на этот значок и во всплывающем меню выберите **Перейти во входящие**. Если вы закроете этот значок, он появится вновь только по получении нового сообщения. Значок оповещений доступен также в виде пункта меню **Инструменты**.

В диалоговом окне **Входящие оповещения** щелкните дважды по сообщению или выберите **Открыть** в контекстном меню, чтобы открыть и посмотреть его в диалоговом окне **Подробности сообщения**. Вы можете также щелкнуть правой кнопкой по одному или нескольким сообщениям, чтобы удалить их или отметить как прочитанные. В папке для входящих сообщений хранится не более 100 сообщений.

Администраторы могут также подписать других пользователей компании на странице **Пользователи**. Для подписки пользователей на оповещения у вас должно быть разрешение **Администрировать подписку на оповещения**.

---

## Использование отчетов и управление ими

Отчеты можно настроить в соответствии с вашими потребностями. Вы можете выполнять поиск, сортировку, фильтрацию и настройку отчетов (добавлять и удалять столбцы).

**Темы, связанные с данной**

“Поиск отчетов” на стр. 22

Отчеты - это заранее определенные способы фильтрации информации. На разных экранах доступны разные отчеты.

“Правка в отчете”

Используйте эту процедуру для правки поля в отчете.

“Агрегация данных” на стр. 27

Некоторые отчеты позволяют просматривать данные на различных уровнях агрегации.

“Поиск” на стр. 27

Используйте эту процедуру для поиска столбцов по словам, буквам, числам или символам.

“поиск в столбцах отчетов” на стр. 27

В дополнение к полю **Поиск** в верхней части страницы можно воспользоваться возможностью **Расширенный фильтр** для поиска и фильтрации элементов отчетов.

“Сортировка списка элементов” на стр. 29

С помощью этой процедуры можно отсортировать список элементов по заголовку столбца.

“Настройка отчетов” на стр. 29

Используйте эту процедуру для настройки отчетов.

“Добавление или удаление столбцов” на стр. 30

Ниже описана процедура по добавлению или удалению столбцов.

“Изменение порядка столбцов” на стр. 30

Используйте эту процедуру для изменения порядка столбцов.

“Изменение размеров столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для изменения размеры столбца вручную.

“Сортировка столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для сортировки столбцов.

“Фильтрация столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для фильтрации столбцов.

“Очистка изменений отчетов” на стр. 32

Используйте следующую процедуру, чтобы очистить изменения из отчета.

“Как задать предпочтения компании” на стр. 32

Используйте эту процедуру для задания предпочтений по умолчанию для отчетов компании. Чтобы задать предпочтения для отчетов по умолчанию на уровне компании, требуется разрешение **Администрирование предпочтений пользовательского интерфейса для всей компании**.

“Создание настроенных отчетов” на стр. 33

Используйте следующую процедуру, чтобы создать и сохранить персонализированный отчет.

## Правка в отчете

Используйте эту процедуру для правки поля в отчете.

### Об этой задаче

Многие поля можно изменять непосредственно в отчете, щелкнув по полю и введя новое значение. Для полей, которые допускают редактирование таким способом, в правом верхнем углу заголовка столбца выводится маленький символ скобки. После того, как значение изменено, восстановить прежнее значение нельзя.

## Процедура

1. Щелкните по полю, которое нужно изменить, или выберите несколько строк, удерживая клавишу Shift (для последовательных строк) или Ctrl (для произвольных строк).
2. Введите новое значение в поле.
3. Нажмите кнопку **Сохранить**. Пока новое значение не сохранено, оно будет выводиться полужирным шрифтом.

## Агрегация данных

Некоторые отчеты позволяют просматривать данные на различных уровнях агрегации.

Чтобы изменить агрегацию отчета, выберите ее уровень в выпадающем списке **Агрегация**. Страница обновится, и данные будут показаны на выбранном уровне.

## Поиск

Используйте эту процедуру для поиска столбцов по словам, буквам, числам или символам.

### Об этой задаче

Для ограничения поиска можно использовать символы (>, <, <=, >=, =). Для поиска нескольких элементов разделяйте их запятой, например, два кода UPC (000419392402, 00014124214). Кроме того, запятую можно использовать для поиска значений вне заданного диапазона, например, элементов с изменением объема > или < 10% (>.10, <-.10). Если запятая содержится в самом значении, ее следует заключить в кавычки, например, "Петр, Сценарий1".

Возможен также поиск с использованием звездочки (\*) как символа подстановки. В приведенном примере для UPC 00012345678910 возможны следующие операции поиска:

- \*78910 для поиска всех UPC, оканчивающихся на 78910
- 00012345\* для поиска всех UPC, начинающихся на 00012345. Такие операции полезны при поиске всех позиций для данного производителя или поставщика.
- \*5678\* для поиска всех UPC, содержащих 5678

## Процедура

1. В выпадающем меню **Поиск** выберите столбец. Поиск будет выполняться в выбранном вами столбце. Поиск возможен только в видимых столбцах.
2. Введите слово, букву или символ, которые нужно искать.



3. Нажмите кнопку **Найти**. Появятся результаты поиска. Вложенный поиск в результатах невозможен. За один раз можно выполнить только один поиск. Чтобы очистить результаты поиска, нажмите кнопку **Очистить поиск**. Список элементов вернется к первоначальному виду до поиска.

### поиск в столбцах отчетов

В дополнение к полю **Поиск** в верхней части страницы можно воспользоваться возможностью **Расширенный фильтр** для поиска и фильтрации элементов отчетов.

## Об этой задаче

**Расширенный фильтр** - это выпадающий список значений в каждом столбце отчета. Этот список доступен в доступен из контекстного меню, вызываемого щелчком левой кнопкой мыши по заголовкам столбцов в отчетах, у которых в заголовке первого столбца выводится символ фильтра. Можно выбрать одно или несколько значений для включения в фильтр.

Поддерживается также большинство операций, которые поддерживаются в поле **Поиск**. Дополнительная информация об использовании поля **Поиск** приведена в разделе "Поиск" на стр. 27.

- Знаки (>, <, <=, >=, =) используются для ограничения поиска.
- Для поиска нескольких элементов разделяйте их запятой, например, два кода UPC (000419392402, 00014124214). Кроме того, запятую можно использовать для поиска значений вне заданного диапазона, например, элементов с изменением объема большим или меньшим 10% (>.10, < -.10). Значения, содержащие запятую (,) необходимо заключать в двойные кавычки, например, "Мой сценарий, 12 февраля 2015".
- Операции поиска с символом подстановки (\*) допускаются для значений в текстовых столбцах, включая коды UPC.

Список ваших текущих значений для поиска в поле **Расширенный фильтр** сохраняется для справки в отдельном представлении. Этот список можно обновлять, удаляя все или отдельные значения для поиска. При изменении значений страница будет обновляться.

**Примечание:** Для поиска некоторых столбцов с логическим типом данных необходимо вместо поля **Расширенный фильтр** использовать поле **Поиск**. Ниже приведен список столбцов с логическим типом данных, для которых можно выполнять поиск в поле **Расширенный фильтр**:

- Переключатель (в поле **Расширенный фильтр** выводится Да, Нет)
- Заблокированный переключатель (в поле **Расширенный фильтр** выводится Да, Нет)
- Более не поддерживается/Активно (Более не поддерживается, Активно выводится в поле **Расширенный фильтр**)
- Да/Нет (в поле **Расширенный фильтр** выводится Да, Нет)
- Предупреждающие восклицательные знаки (в поле **Расширенный фильтр** выводится Да, Нет)

Для поиска с помощью возможности **Расширенный фильтр**:

### Процедура

1. Щелкните левой кнопкой по заголовку столбца в отчете и выберите **Применить фильтр**. Откроется отдельное диалоговое окно со значениями столбца на текущей странице отчета.
2. Выберите одно или несколько значений из списка. Для выбора нескольких элементов используйте клавиши Shift или Ctrl. Выберите значение "(Пустые)" в списке для поиска пустых ячеек отчета. IBM Omni-Channel Merchandising считает пустыми ячейки, содержащие только символы пробела. Выберите значение "(Непустые)", чтобы показывать только непустые ячейки отчета.
3. Нажмите кнопку **ОК**. Появятся результаты поиска. Нажмите кнопку **Отмена**, чтобы закрыть диалоговое окно, не выполняя поиск. Можно выполнить повторный поиск в результатах. Все результаты поисков будут храниться до их удаления, изменения отчета или изменения агрегации.

4. Чтобы просмотреть список всех текущих значений для поиска, наведите указатель мыши на крайний левый столбец с зеленым символом фильтра в заголовке. Значения в поле **Расширенный фильтр** будут выведены на экран. Будут показаны также значения в поле **Фильтр отчетов**, введенные на странице **Изменить отчет** (смотрите раздел “Фильтрация столбцов” на стр. 31). При снятии указателя с символа фильтра окно списка будет закрыто.
5. Чтобы очистить значения фильтра, нажмите кнопку 'x' перед конкретным фильтром или нажмите 'x' перед полем **Значения расширенного фильтра** - это очистит сразу все фильтры.

Очистить можно также фильтры отчетов. Вы можете также удалить значения для возможности **Расширенный фильтр**, выбрав **Очистить фильтр** в контекстном меню, вызываемом щелчком левой кнопки мыши по заголовку столбца.

#### **Темы, связанные с данной**

“Поиск” на стр. 27

Используйте эту процедуру для поиска столбцов по словам, буквам, числам или символам.

“Фильтрация столбцов” на стр. 31

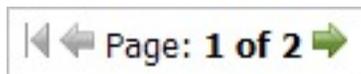
Используйте эту процедуру для фильтрации столбцов.

## **Переход между несколькими страницами**

С помощью данной процедуры можно выполнять переход между несколькими страницами

### **Процедура**

1. Щелкните по одной из стрелок Страница. Число элементов, выводимое на каждой странице, можно настроить в окне **Предпочтения пользователя (Инструменты > Предпочтения пользователя)**.



2. Нажмите кнопку с двойной стрелкой, чтобы попасть на последнюю или первую страницу набора.

## **Сортировка списка элементов**

С помощью этой процедуры можно отсортировать список элементов по заголовку столбца.

### **Процедура**

1. Щелкните по заголовку столбца, который нужно отсортировать.
2. Выберите **Сортировать по возрастанию** или **Сортировать по убыванию**. В обновленном списке элементы расположатся в заданном вами порядке.

## **Настройка отчетов**

Используйте эту процедуру для настройки отчетов.

Для каждого отчета можно добавлять или удалять столбцы из списка, изменять порядок столбцов, а также выполнять сортировку и фильтрацию в каждом столбце на странице **Редактировать отчет**. Можно также сохранить ваши настройки в отдельных персонализированных отчетах. Эти отчеты можно будет выбрать в выпадающем списке отчетов на отредактированной странице прикладной программы.

Кроме задания собственных предпочтений отчетов, администраторы могут также задать предпочтения по умолчанию для компании. Эти предпочтения будут параметрами отчета по умолчанию для всех пользователей в этой компании.

#### **Темы, связанные с данной**

“Добавление или удаление столбцов”

Ниже описана процедура по добавлению или удалению столбцов.

“Изменение порядка столбцов”

Используйте эту процедуру для изменения порядка столбцов.

“Изменение размеров столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для изменения размеры столбца вручную.

“Сортировка столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для сортировки столбцов.

“Фильтрация столбцов” на стр. 31

Используйте эту процедуру для фильтрации столбцов.

“Очистка изменений отчетов” на стр. 32

Используйте следующую процедуру, чтобы очистить изменения из отчета.

“Как задать предпочтения компании” на стр. 32

Используйте эту процедуру для задания предпочтений по умолчанию для отчетов компании. Чтобы задать предпочтения для отчетов по умолчанию на уровне компании, требуется разрешение **Администрирование предпочтений пользовательского интерфейса для всей компании**.

“Создание настроенных отчетов” на стр. 33

Используйте следующую процедуру, чтобы создать и сохранить персонализированный отчет.

## **Добавление или удаление столбцов**

Ниже описана процедура по добавлению или удалению столбцов.

### **Процедура**

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Включите или выключите переключатель Видимый рядом с именем каждого столбца.
  - При включенном переключателе этот столбец будет виден в списке групп, при выключенном переключателе столбец будет скрыт
  - Если снять пометку, столбец будет удален
3. Нажмите кнопку **Сохранить**. Изменения будут отображены на странице.

## **Изменение порядка столбцов**

Используйте эту процедуру для изменения порядка столбцов.

### **Процедура**

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Щелкните по порядковому номеру рядом с именем каждого столбца, который нужно изменить. Появится текстовое окно порядка.
3. Введите номер в текстовом окне порядка. **1** соответствует первому столбцу с левой стороны окна, **2** соответствует второму столбцу.
4. Нажмите **Вернуться** после изменения одного столбца, чтобы автоматически скорректировать порядок остальных столбцов.
5. Нажмите кнопку **Сохранить**. Изменения будут отображены на странице.

## Изменение размеров столбцов

Используйте эту процедуру для изменения размеры столбца вручную.

### Об этой задаче

Можно вручную изменить размер столбцов в отчете, перетаскивая правую границу столбца в нужном направлении, или же задать ширину столбца в пикселях.

Перетащите правую границу заголовка столбца в отчете, добившись нужной ширины столбца. Ширина других столбцов не изменится. Изменения будут автоматически сохранены в ваших предпочтениях для этого отчета.

Ширина конкретного столбца (в пикселях) будет автоматически зафиксирована в поле **Ширина** на странице **Редактировать отчет** данного отчета. Ширину столбца можно настроить как непосредственно вручную, так и путем увеличения или уменьшения ее значения.

### Процедура

1. Найдите имя отчета.
2. Нажать кнопку **Изменить**. Появится страница **Изменить отчет**.
3. Щелкните по полю **Ширина** для каждого столбца, размер которого нужно изменить, и введите число от 7 до 500. Это значение представляет собой ширину столбца в пикселях. Если вы изменили размер каких-либо столбцов вручную, значение ширины этих столбцов появится также в поле **Ширина**.
4. Нажмите кнопку **Сохранить**. Изменения будут отображены в отчете.

## Сортировка столбцов

Используйте эту процедуру для сортировки столбцов.

### Процедура

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Щелкните по столбцу **Сортировка** рядом с именем столбца отчета. Появится выпадающее меню **Сортировка**.
3. В выпадающем меню **Сортировка** выберите **По возрастанию**, **По убыванию** или **Нет**.
4. Введите число в текстовом окне **Сортировка** для каждого столбца, которому хотите назначить тип сортировки. **1** обозначает первый тип сортировки, который будет использован, **2** обозначает второй тип сортировки. **0** означает, что сортировка не будет выполняться.
5. Нажмите **Сохранить**. Страница будет обновлена с учетом изменений.

## Фильтрация столбцов

Используйте эту процедуру для фильтрации столбцов.

### Процедура

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Щелкните по столбцу **Фильтр** рядом с именем столбца отчета. Появится текстовое поле **Фильтр**.

3. Введите слово, символ или знак, по которому нужно отфильтровать столбец, в текстовом поле **Фильтр**. Например, если в текстовом поле **Фильтр** для столбца **Имя** ввести символ **A**, в списке групп появятся только элементы, чьи имена содержат **A**.
4. Нажмите кнопку **Сохранить**. Страница будет обновлена с учетом изменений.
5. Нажмите кнопку **Очистить фильтры**, чтобы удалить все фильтры из отчета.

## Очистка изменений отчетов

Используйте следующую процедуру, чтобы очистить изменения из отчета.

### Процедура

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Нажмите кнопку **Сброс**. Страница будет сохранена, и все параметры будут заменены на исходные параметры отчета для компании. Если на уровне компании не задано предпочтений, параметры отчета будут сброшены к исходным системным значениям. Отчет будет обновлен с учетом изменений.

## Как задать предпочтения компании

Используйте эту процедуру для задания предпочтений по умолчанию для отчетов компании. Чтобы задать предпочтения для отчетов по умолчанию на уровне компании, требуется разрешение **Администрирование предпочтений пользовательского интерфейса для всей компании**.

### Об этой задаче

Администраторы могут задавать предпочтения отчета по умолчанию сразу для всех пользователей в своей компании. Все пользователи в этой компании будут просматривать отчеты, для которых заданы, например, избранные столбцы, сортировка столбцов и их порядок. Пользователи могут корректировать эти параметры уровня компании, заменив их своими личными параметрами на страницах **Редактировать отчет**. Однако в дальнейшем пользователи могут вернуть значения по умолчанию этих параметров для компании.

Чтобы задать предпочтения для отчетов по умолчанию на уровне компании, требуется разрешение **Администрирование предпочтений пользовательского интерфейса для всей компании**. Смотрите раздел “Разрешения пользователям на администрирование” на стр. 19.

### Процедура

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. Щелкните по вкладке **Предпочтения компании**, чтобы задать предпочтения отчетов для компании. Затем выберите одну из следующих опций в выпадающем списке **Сохранить**:
  - **Сохранить и выйти**, чтобы сохранить предпочтения компании и вернуться к отчету с вашими личными предпочтениями.
  - **Сохранить и просмотреть предпочтения компании**, чтобы сохранить предпочтения компании и просмотреть отчет с предпочтениями компании. Это временное представление отчета, для которого после ухода со страницы будут восстановлены ваши личные предпочтения.

Вы можете также корректировать предпочтения компании на этой вкладке, выбрав одну из следующих опций в выпадающем списке **Сброс**:

- **Сброс к значениям по умолчанию IBM Omni-Channel Merchandising**, чтобы скорректировать предпочтения компании, восстановив исходные системные параметры
  - **Восстановить личные предпочтения**, чтобы сбросить предпочтения компании, заменив их на ваши личные предпочтения
3. Перейдите на вкладку **Личные предпочтения**, чтобы задать личные предпочтения для отчета.
  4. Нажмите кнопку **Сохранить**, чтобы сохранить изменения, или **Сброс**, чтобы восстановить для отчета предпочтения компании. Если на уровне компании не задано предпочтений, параметры отчета будут сброшены к исходным системным значениям.

## Создание настроенных отчетов

Используйте следующую процедуру, чтобы создать и сохранить персонализированный отчет.

### Процедура

1. Нажмите кнопку **Редактировать** рядом с именем отчета. Появится страница **Изменить отчет**.
2. После того, как вы зададите формат столбца на вкладке **Личные предпочтения**, например, применение фильтров, сортировка и задание порядка столбцов, введите уникальное имя в поле **Персонализировать** и нажмите кнопку **Сохранить как**. Отчет будет выведен в алфавитном порядке в нижней части выпадающего списка отчетов на странице прикладной программы. Вы можете продолжить создание нескольких версий вновь созданного отчета или же исходного отчета. Число создаваемых таким образом отчетов не ограничено.

**Примечание:** В настроенных отчетах сохраняются только изменения столбцов, сделанные на странице **Редактировать отчет**. Записи, добавленные в отчете в расширенный фильтр, не будут скопированы.

---

## Отчеты Обслуживание данных

Данные в программах IBM Omni-Channel Merchandising можно просматривать и изменять в отчетах.

Все отчеты Обслуживание данных доступны на уровне Подразделение или Цепочка, и многие из них доступны на различных уровнях агрегации. Отчеты заполняются либо из OpenLink, либо из электронных таблиц Excel, которые вы создаете и импортируете.

### Понятия, связанные с данным:

Отчеты по управлению & оптимизации цен

Информационные отчеты позволяют задавать группы и предоставляют вам обзоры подробностей категорий. После импорта данных с помощью OpenLink или файлов Excel надо сконфигурировать данные в отчетах, которые поддерживают правила управления ценами и оптимизации цен.

Отчеты по планированию & реализации спецпредложений

Страница **Обслуживание данных** содержит отчеты, которые вы можете использовать для выполнения спецпредложений. Эти отчеты позволяют вам управлять различными данными, такими как подробности товаров, будущие стоимости/цены и фиксация событий по умолчанию. Вы можете также просматривать или изменять данные, чтобы отразить изменения стоимости поставщика и цен конкурентов.

Отчеты по оптимизации скидок

Представляют собой отчеты по ведению данных для поддержки процесса

оптимизации скидок

Просмотр отчетов

Чтобы посмотреть отчет Обслуживание данных, выберите **Данные > Обслуживание данных**.

Утилита для анализа товаров

Утилита для анализа товаров показывает подробности о выбранном товаре, например, информацию о группе товаров, прочие позиции в той же группе цен строк, цены и затраты на товар, данные о конкурентах и прочие связанные с этим товаром атрибуты.

Отчеты

В этом разделе подробно описаны отчеты обслуживания данных

---

## Использование контекстных меню

Используйте эту процедуру для доступа к контекстным меню. Контекстные меню позволяют быстро обращаться к командам, относящимся к рабочему пространству, в котором вы работаете.

### Процедура

1. Щелкните правой кнопкой по окну. Появится контекстное меню для выбранного окна. Если щелкнуть правой кнопкой по элементу отчета, появится контекстное меню для этого элемента (с такими командами, как **Редактировать** или **Удалить**).
2. Выберите команду в контекстном меню.

---

## Правка пользовательских предпочтений

Используйте эту процедуру для правки пользовательских настроек.

### Об этой задаче

Изменение пользовательских предпочтений включает задание параметров по умолчанию для страниц, например, число строк в списках элементов и категорию вывода по умолчанию.

Пользовательские предпочтения совместно используются всеми прикладными программами IBM Omni-Channel Merchandising. Если вы изменили пользовательское предпочтение в одной программе, это изменение будет применено при входе в другую программу.

### Процедура

1. Щелкните по значку инструмента и выберите в выпадающем меню **Предпочтения пользователя**. Появится диалоговое окно **Предпочтения пользователя**.
2. Введите число строк, которое должно выводиться в каждом списке элементов (например, число групп товаров на странице **Группы товаров**). Дополнительные строки могут увеличить время загрузки страницы.
3. Выберите, какая **Рекламная зона** по умолчанию будет выводиться на страницах.
4. Выберите **Подразделение** по умолчанию, например, цепочку, которая будет выводиться на страницах.
5. Выберите, какая **Категория** по умолчанию будет выводиться на страницах.
6. Можно задать, чтобы **Диапазон дат** для страниц и отчетов использовал значения по умолчанию вашей компании или же дату вашего последнего сеанса.

7. Вы можете задать, чтобы вкладки прикладной программы IBM Omni-Channel Merchandising выводились в верхней части домашней страницы. Можно также изменить порядок их вывода, щелкнув по столбцу **Порядок** и введя новые значения.
8. Если требуется восстановить исходные параметры, нажмите кнопку **Сброс**.



9. Нажмите кнопку **ОК**. Диалоговое окно закроется, и заданные вами предпочтения будут применены ко всем страницам в IBM Omni-Channel Merchandising.



---

## Глава 3. Импорт и экспорт данных

Можно импортировать данные в службы IBM Omni-Channel Merchandising и экспортировать их в файл Excel для просмотра или редактирования. Вы можете также отслеживать состояние всех импортов и экспортов.

### Темы, связанные с данной

“Импорт данных”

Используйте эту процедуру для импорта данных. Данные импортируются в службы IBM Omni-Channel Merchandising одним из трех способов.

“Форматы файлов данных” на стр. 39

“Проверка состояния импорта” на стр. 83

Вы сможете видеть только информацию об импорте ваших данных.

Пользовательское разрешение **Просматривать все импорты** позволяет администраторам просматривать импорты всех пользователей. Используйте эту процедуру для проверки состояния импорта файла.

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

“Проверка состояния экспорта” на стр. 86

Используйте эту процедуру для проверки состояния экспорта данных, после того, как запустится экспорт данных. Вы сможете видеть только информацию об экспорте ваших данных. Пользовательское разрешение **Просматривать все экспорты** позволяет администраторам просматривать экспорты всех пользователей.

“Удаление экспорта” на стр. 86

Используйте эту процедуру для удаления экспорта.

---

## Импорт данных

Используйте эту процедуру для импорта данных. Данные импортируются в службы IBM Omni-Channel Merchandising одним из трех способов.

### Процедура

1. Получение через программу IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink. Это наиболее общий способ импорта новых данных. Заказчики посылают свои данные (в текстовых файлах **.txt**) IBM Omni-Channel Merchandising каждую неделю (по протоколу FTP), чтобы информировать об изменениях продаж, положений, товаров, цен конкурентов и стоимости товаров. IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink получает эти данные и использует автоматические проверки, чтобы обеспечить чистоту данных. Для этих файлов требуется минимальное ручное (пользовательское) вмешательство. Эти импортированные файлы отслеживаются при помощи отчета **Сводная панель импорта** в IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink.

Большие наборы данных следует посылать через IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink, чтобы воспользоваться преимуществом автоматического экранирования неточных данных. IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink - это инструмент, который предупреждает ввод в программы неточных или поврежденных данных. Данные переводятся в стандартный формат и затем

проверяются. Проверка обнаруживает ошибки и помечает их. После исправления ошибок проверка выполняется снова. На выходе из этого процесса мы получаем чистые и точные данные.

**Примечание:** Когда новые стоимости поставщиков или конкурентные цены, поступающие через IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink, превышают заданные пределы, они посылаются на страницу **Утверждение новых данных** в программе ценообразования; их надо утвердить вручную.

2. Непосредственно в службы IBM Omni-Channel Merchandising с использованием электронных таблиц Excel или форматов DB IV, таких как Microsoft Access. Обычно это выполняется после импорта ваших данных для целей редактирования или для импорта небольших объемов новых данных. Обратите внимание на то, что при непосредственном импорте из электронных таблиц Excel автоматическая проверка данных IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink не выполняется. Дополнительную информацию смотрите в теме “Использование электронных таблиц Excel”.

**Примечание:** При импорте данных с использованием служб IBM Omni-Channel Merchandising, отличных от IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink, единственная выполняемая проверка - проверка на соответствие данных стандартному формату. В результате вы потенциально можете импортировать недопустимые или поврежденные данные. Убедитесь, что данные тщательно проверены, прежде чем импортировать их через службу IBM Omni-Channel Merchandising. Обычно вы экспортируете данные из программы, редактируете их, а затем импортируете назад.

3. Непосредственно на страницу IBM Omni-Channel Merchandising **Обслуживание данных** с использованием редактируемых полей в отчетах **Обслуживание данных**. Например, если вы получили новую цену поставщика или новые данные о конкурентах, которые требуют немедленного использования, можно ввести новые данные непосредственно в отчет **Цена/Стоимость** или **Конкурирующие товары** на странице **Обслуживание данных**. Дополнительную информацию смотрите в теме “Отчеты Обслуживание данных” на стр. 33.

#### **Темы, связанные с данной**

“Использование электронных таблиц Excel”

Использование электронных таблиц Excel - быстрый и простой способ импорта записей непосредственно в службы IBM Omni-Channel Merchandising.

## **Использование электронных таблиц Excel**

Использование электронных таблиц Excel - быстрый и простой способ импорта записей непосредственно в службы IBM Omni-Channel Merchandising.

После ручного ввода записей в электронную таблицу Excel вы импортируете эту электронную таблицу. Эти данные доступны для просмотра в отчетах **Обслуживание данных** и в других отчетах, таких как **Группы товаров** или **Группы магазинов**.

Можно вставлять данные (то есть добавлять новые данные в базу данных) или изменять данные, уже находящиеся в базе данных.

У вас может быть доступ не ко всем импортам данных. Возможно, вам разрешено импортировать только определенные наборы данных, или же вообще не разрешено импортировать данные. Для импорта данных из файла Excel в программы у вас должно быть пользовательское разрешение **Импортировать данные в программы**.

#### **Темы, связанные с данной**

“Создание примера электронной таблицы”

Пример электронной таблицы Excel.

## Создание примера электронной таблицы

Пример электронной таблицы Excel.

В электронной таблице Excel вы вводите имена столбцов и данные, как описано в таблице в разделе “Форматы файлов данных”. В большинстве случаев вы создаете отдельную таблицу для каждого типа данных, такого как Группы магазинов. После ее заполнения вы импортируете ее в службы IBM Omni-Channel Merchandising, чтобы заполнить отчеты, как описано в разделе “Импорт данных” на стр. 37.

В следующем примере показаны столбцы данных электронной таблицы для типа данных Кратные ценовые пункты. В этом случае для любой цены от 48 до 52 центов автоматически рекомендуется назначить цену "2 за доллар". IBM Omni-Channel Merchandising автоматически пересчитает ценовой пункт за единицу товара как .50.

ProductCategory	MinUnitPrice	MaxUnitPrice	Multiple	PricePoint
Coffee 1	0.48	0.52	2	1

Темы, связанные с данной

“Форматы файлов данных”

“Импорт данных” на стр. 37

Используйте эту процедуру для импорта данных. Данные импортируются в службы IBM Omni-Channel Merchandising одним из трех способов.

## Дополнительные советы для электронных таблиц

Вот некоторые дополнительные советы по созданию электронных таблиц.

- Имена категорий, используемые в электронной таблице, должны соответствовать именам категорий в программе ценообразования, с учетом регистра (верхнего или нижнего). Проверьте имена категорий в IBM Omni-Channel Merchandising (**Правка > Обслуживание данных**, выберите отчет **Категории IBM Omni-Channel Merchandising**) перед импортом.
- Введите имена полей в верхней строке файла данных. Верхняя строка данных игнорируется при импорте.
- В файле данных должен присутствовать каждый столбец. Если вы не импортируете столбец, оставьте его пустым, но все же включите в файл.
- Можно удалять записи, помещая в столбец пробел.
- Ячейки данных с пользовательским форматом не будут импортироваться.
- У многих имен полей приводятся дополнительные имена в скобках - (Номер магазина (CustomerLocationKey)). Имя без скобок - это имя, которое появляется в службе IBM Omni-Channel Merchandising. Имя в скобках - это фактическое имя поля в базе данных. Если за именем нет скобок, это имя используется и в базе данных, и в службе.

## Форматы файлов данных

У каждого типа данных есть определенный набор полей, которые должен содержать файл. Кроме того, столбцы должны идти в определенном порядке.

Все типы данных, которые вы можете импортировать, перечислены ниже в таблице, с обязательными полями, порядком столбцов, ключом уникальности и типом выполняемого импорта (изменение данных, вставка новых данных или и то, и

другое). Например, для некоторых типов возможна только вставка новых данных. Для таких типов записи, уже находящиеся в службах IBM Omni-Channel Merchandising, не будут изменяться. Указаны также службы IBM Omni-Channel Merchandising, которым требуется этот тип данных.

Для некоторых полей перед значением требуется задать одиночный апостроф ('), чтобы сохранить его в текстовом формате в Excel. Когда вы вводите код, такой как код UPC "000012345678", Excel пытается удалить ведущие нули из данных. В результате получилось бы значение "12345678". Это привело бы к ошибкам в системе IBM Omni-Channel Merchandising, поскольку для кодов UPC важны все символы. В таблице отмечены поля, для которых требуется одиночный апостроф (') перед значением.

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Параметры по умолчанию выполнения рекламы - Группа товаров” на стр. 47	Изменить копию заголовка по умолчанию, копию основной части и изображения для существующей группы товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>Планирование и выполнение спецпредложения</li> </ul>
“Параметры по умолчанию выполнения рекламы - Группа товаров спецпредложения” на стр. 48	Изменить копию заголовка по умолчанию, копию основной части и изображения для существующей группы товаров спецпредложения	<ul style="list-style-type: none"> <li>Планирование и выполнение спецпредложения</li> </ul>
“Класс привязки” на стр. 49	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Цена привязки” на стр. 49	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Цена привязки по зонам” на стр. 50	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость1” на стр. 50	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость 1 по зонам” на стр. 51	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость2” на стр. 51	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость 2 по зонам” на стр. 51	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость3” на стр. 52	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>
“Базовая стоимость 3 по зонам” на стр. 52	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление ценами</li> <li>Оптимизация цены</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Базовые стоимости” на стр. 52	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Базовая стоимость по зонам” на стр. 52	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Базовые цены” на стр. 53	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Базовые цены по зонам” на стр. 53	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
Отображение товаров из базовых в бонусные	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Класс и семейство брендов” на стр. 54	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Корректировка правила бренда” на стр. 54	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Группа категорий” на стр. 55	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Конкуренты по категориям и зонам” на стр. 55	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Конкурентные цены” на стр. 55	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Конкурентные цены по зонам” на стр. 56	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Конкурентные цены по зонам - линейка” на стр. 57	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Конфигурация стоимости - линейка/зона” на стр. 58	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Конфигурация стоимости - артикул/цепочка” на стр. 58	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Конфигурация стоимости - артикул/подразделение” на стр. 58	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Семейство стоимости” на стр. 59	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Маржа стоимости” на стр. 59 (для заказчиков CP)	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Текущие цены” на стр. 59	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>
“Текущие цены по зонам” на стр. 60	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>
“Пользовательские взаимосвязи” на стр. 60	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Экспресс-корректировки цен по магазинам - артикул” на стр. 61	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Экспресс-корректировки цен по зонам - линейкам” на стр. 62	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Экспресс-корректировки цен по зонам - артикул” на стр. 62	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Последние цифры” на стр. 63	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Цены линейки” на стр. 63	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Взаимосвязь между линейками” на стр. 63	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Взаимосвязи линейка - линейка по зонам” на стр. 64	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Назначение класса групп по местоположению” на стр. 65	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Отображение магазинов класса групп по местоположению” на стр. 65	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Заблокированные цены” на стр. 65	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Заблокированные цены по подразделениям” на стр. 66	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Заблокированные цены по зонам” на стр. 66	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Данные об уценке” на стр. 67	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>
“Кратные ценовые пункты” на стр. 67	Вставить новые записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Прочие класс и семейство 1” на стр. 68	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Прочие класс и семейство 2” на стр. 68	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Флаг предварительно заданной цены” на стр. 68	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Корректировка цен” на стр. 69	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Корректировка цен - Линейка” на стр. 69	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Корректировка цен по зоне” на стр. 70	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Корректировка цен по зонам - линейка” на стр. 71	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Группа товаров” на стр. 72	Вставить новые записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Ссылка на товар” на стр. 73	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Состояние товара” на стр. 73	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Состояние товара по зонам” на стр. 74	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Взаимосвязь между двумя товарами” на стр. 74	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Взаимосвязь между товарами - товар по зонам” на стр. 75	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Группа товаров спецпредложения - LU” на стр. 76	Создать новые группы товаров спецпредложений  Добавить новые логистические единицы в существующие группы товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> </ul>
“Группа товаров спецпредложения - SU” на стр. 76	Создать новые группы товаров спецпредложений  Добавить товары в существующие группы товаров спецпредложения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> </ul>
“Класс и семейство размеров” на стр. 76	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Атрибуты артикула” на стр. 77	Обновить существующие записи  Обновить существующие записи с пустыми значениями	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Атрибут артикула/зоны” на стр. 77	Изменить существующие записи с максимум шестью (6) атрибутами	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Атрибуты магазина” на стр. 78	Обновить существующие записи  Обновить существующие записи с пустыми значениями	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Группа магазинов” на стр. 79	Вставить новые записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> <li>• Планирование и выполнение спецпредложения</li> <li>• Планирование торговли заказчика</li> </ul>
“Зона цен магазинов” на стр. 79	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>
“Класс и семейство яруса” на стр. 79	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Передаточные цены по магазинам” на стр. 80	Добавление или изменение передаточной цены для существующего UPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>

Тип данных	Доступные действия	Служба IBM Omni-Channel Merchandising
“Передаточные цены по зонам” на стр. 80	Добавление или изменение передаточной цены для существующего UPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Зональное исключение” на стр. 81	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Назначение группы зон” на стр. 81	Вставить новые записи Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>
“Корректировка зоны” на стр. 81	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> </ul>
“Отображение зона - положение” на стр. 82	Обновить существующие записи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление ценами</li> <li>• Оптимизация цены</li> <li>• Оптимизация уценок</li> </ul>

## Прямые издержки товара, рассчитанные по методу ABC

В данном документе перечислены столбцы с данными о прямых издержках товара, рассчитанных по методу ABC, и их описание.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный ключ уникальности, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Ключ положения заказчика	Обязательный, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Ключ центра распределения	Обязательный ключ уникальности, перед значением поставьте апостроф (')  Номер или идентификатор центра распространения
AvgWklyCase	Среднее число коробок, обрабатываемых центром распространения в неделю
BagCost	Общая стоимость покупки для товара в регионе центра распространения
Стоимость при оформлении заказа за пакет	Стоимость за пакет при завершении оформления заказа
Стоимость запасов центра распределения за пакет	Стоимость запасов за пакет в центре распределения
Стоимость трудозатрат в центре распределения за пакет	Стоимость трудозатрат за пакет в центре распределения при данном способе получения
SumOfAvgWklyCase	Суммарное среднее число коробок, обрабатываемых центром распространения в неделю
Число положений	Количество центров распределения
AvgOfDCInvDays	Среднее число дней складских запасов

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
AvgOfCaseCube	Среднее число кубов упаковок
Пространство центра распределения	Подсчет числа дней складских запасов и числа кубов упаковок
Куб в центре распределения	Средний размер пространства, занимаемого данным кубом в центре распределения
Стоимость пространства в центре распределения на магазин	Рассчитывает стоимость пространства для обслуживания магазина в зависимости от типа хранения товара
Обработка счетов в штаб-квартире	Стоимость обработки счетов-фактур, деленная на число упаковок товара
AvgDeliveryFreq	Средняя частота доставки для положения
AvgCaseCube	Средний размер куба упаковок товара
Куб для положения	Расчет куба упаковок товара, среднего числа упаковок в неделю и частоты доставки для положения

### Параметры по умолчанию выполнения рекламы - Группа товаров

Здесь перечислены столбцы данных и описания параметров по умолчанию выполнения рекламы - групп товаров.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя группы товаров	Обязательный; если заданная группа товаров не существует, строка не импортируется.  Имя группы товаров
Код группы товаров	Максимум 20 символов  Код для группы товаров
ID категории	Идентификационный номер для категории товаров
Копия заголовка	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Копия заголовка по умолчанию для группы товаров
Копия основной части	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Копия основной части по умолчанию для группы товаров
Изображение 1	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Изображение 2	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров
Изображение 3	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров

### Параметры по умолчанию выполнения рекламы - Группа товаров спецпредложения

Здесь перечислены столбцы данных и описания параметров по умолчанию выполнения рекламы - групп товаров спецпредложения.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя группы товаров	Обязательный; если заданная группа товаров спецпредложения не существует, строка не импортируется.  Имя группы товаров спецпредложения
Код группы товаров	Максимум 20 символов  Код для группы товаров
Копия заголовка	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Копия заголовка по умолчанию для группы товаров спецпредложения
Копия основной части	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Копия заголовка по умолчанию для группы товаров спецпредложения
Изображение 1	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров
Изображение 2	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Изображение 3	Обязательно: если не заполнить, то IBM Omni-Channel Merchandising удалит существующее значение по умолчанию.  Изображение по умолчанию для группы товаров

### Класс привязки

Импортируемый набор семейств брендов и классов брендов заполняет отчет **Класс привязки**. Только один класс брендов в одном семействе брендов может быть классом привязки. Если в файле импорта в качестве привязки задаются несколько классов брендов, класс привязки, определенный последним, корректирует определенные ранее. Здесь перечислены столбцы данных и описания классов привязки.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно  Категория товара, к которой применяются данные о конкуренте
Семейство бренда (BrandFamily)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя семейства бренда
Класс брендов (BrandClass)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса брендов
IsAnchor	<b>1</b> означает, что класс брендов является классом привязки; <b>0</b> означает, что класс брендов не является классом привязки.

### Цена привязки

Импортируемый набор цен привязок заполняет отчет **Цена привязки**. Любые существующие цены привязки для всех товаров и магазинов в этой категории будут перезаписаны. Здесь перечислены столбцы данных и описания цены привязки.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Цена привязки	Цены привязок - это набор цен для категории, который вы можете создать для правила дрейфа цен. Это правило ограничивает возможные цены определенным диапазоном от цены привязки.

## Цена привязки по зонам

Импортируемый набор цен привязок заполняет отчет **Цена привязки**. Любые существующие цены привязки для всех товаров и магазинов в этой категории будут перезаписаны. Здесь перечислены столбцы данных и описания цен привязки по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Цена привязки	Цены привязок - это набор цен для категории, который вы можете создать для правила дрейфа цен. Это правило ограничивает возможные цены определенным диапазоном от цены привязки.

## Базовая стоимость1

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 1.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Базовая стоимость1	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

## Базовая стоимость 1 по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 1.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Базовая стоимость1	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

## Базовая стоимость2

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 2.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Базовая стоимость2	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

## Базовая стоимость 2 по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 2.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Базовая стоимость2	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

### Базовая стоимость3

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 3.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Базовая стоимость3	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

### Базовая стоимость 3 по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей 3.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Базовая стоимость2	Стоимость за единицу товара (заданная пользователем)

### Базовые стоимости

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Средняя стоимость за единицу (UnitCost)	Стоимость за единицу товара

### Базовая стоимость по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых стоимостей.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Зона	Обязательно Имя зоны
Средняя стоимость за единицу (UnitCost)	Стоимость за единицу товара

## Базовые цены

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых цен.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (') Номер магазина или идентификатор
Кратность	Обязательно Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 3.
MultiplePrice	Обязательно Цена за кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 1.

## Базовые цены по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания базовых цен по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Зона	Обязательно Имя зоны
Кратность	Обязательно Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 3.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
MultiplePrice	Обязательно  Цена за кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 1.

## Класс и семейство брендов

Здесь перечислены столбцы данных и описания класса и семейства брендов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Класс брендов (BrandClass)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса брендов
Семейство бренда (BrandFamily)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя семейства бренда

## Корректировка правила бренда

Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировок правил брендов.

Этот импорт служит для корректировки правил бренда для определенных пар товаров.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Имя правила бренда, которое вы корректируете для этих двух товаров
Описание	Описание правила
Категория товара (ProductCategory)	Определенная категория товаров, к которой принадлежат товары. Чтобы задать "все категории", оставьте поле пустым.
Родительское правило бренда (ParentBrandRule)	Имя родительского правила бренда (найдено на странице Правила цен)
LeftUPC	Обязательно  20-разрядный код UPC
RightUPC	Обязательно  20-разрядный код UPC
Нижний процент правила бренда (MinValue)	Обязательно  Нижняя граница для диапазона цен
Верхний процент правила бренда (MaxValue)	Верхняя граница для диапазона цен

## Группа категорий

Здесь перечислены столбцы данных группы категорий и описания.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Группа категорий	Перед значением поставьте апостроф (') Категория - Имя группы
Категория товара (ProductCategory)	Категория товара в группе категорий

## Конкуренты по категориям и зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания конкурентов по категориям и зонам.

Перед импортом надо ввести имена конкурентов на странице **Конкуренты**.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	Обязательно Имя подразделения
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно Категория товара, к которой применяются данные о конкуренте
Группа зон	Имя группы зон
Зона	Обязательно Имя зоны
Основной конкурент (Primary Comp)	Обязательный, уникальный ключ Имя или ID основного конкурента
Второстепенный конкурент (Secondary Comp)	Обязательный, уникальный ключ Имя или ID второстепенного конкурента
Третьестепенный конкурент (Tertiary Comp)	Обязательный, уникальный ключ Имя или ID третьестепенного конкурента

## Конкурентные цены

Перед импортом надо ввести имена конкурентов на странице **Конкуренты**. Этот набор данных используется также для цен соответствия. Здесь перечислены столбцы данных и описания конкурентных цен.

Если цены в файле Excel - пустые, и для данного UPC/магазина/конкурента существуют записи, IBM Omni-Channel Merchandising удаляет информацию о конкуренте из программы при импорте. Предупреждающее сообщение оповестит вас о том, что записи будут удалены.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  Номер или идентификатор магазина заказчика <ul style="list-style-type: none"> <li>• Кратность (SuggestedMultiple) - кратное количество. Например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 3.</li> <li>• MultiplePrice</li> <li>• (PriceType)- SHELF или 0. Перед типом используйте апостроф (').</li> <li>• StartDate - фактическая дата начала для импортируемой конкурентной цены</li> </ul>
Конкурент (CompetitorKey)	Обязательный, уникальный ключ  Имя или ID конкурента
Кратность (SuggestedMultiple)	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 3.
MultiplePrice	Цена за кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 1.
(PriceType)	Перед значением поставьте апостроф (')  Введите SHELF или 0
StartDate	Фактическая дата начала для импортируемой конкурентной цены

## Конкурентные цены по зонам

Перед импортом надо ввести имена конкурентов на странице **Конкуренты**. Здесь перечислены столбцы данных и описания конкурентных цен по зонам.

Если цены в файле Excel - пустые, и для данного UPC/подразделения/зоны/конкурента существуют записи, информация о конкуренте будет удалена из программы при импорте. Предупреждающее сообщение оповестит вас о том, что записи будут удалены.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Конкурент (CompetitorKey)	Обязательный, уникальный ключ Имя или ID конкурента
Кратность (SuggestedMultiple)	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
MultiplePrice	Цена за кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 1.
StartDate	Фактическая дата начала для импортируемой конкурентной цены

### Конкурентные цены по зонам - линейка

Перед импортом надо ввести имена конкурентов на странице **Конкуренты**. Здесь перечислены столбцы данных и описания конкурентных цен по зонам - линейкам.

Если цены в файле Excel - пустые, и для данного UPC/линейки/подразделения/зоны/конкурента существуют записи, информация о конкуренте будет удалена из программы при импорте. Предупреждающее сообщение оповестит вас о том, что записи будут удалены.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно Категория товара, к которой применяются данные о конкуренте
Линия (LineGroup)	Перед значением поставьте апостроф (') Имя группы линеек
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Зона	Обязательно Имя зоны
Конкурент (CompetitorKey)	Обязательный, уникальный ключ Имя или ID конкурента
Кратность (SuggestedMultiple)	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
MultiplePrice	Цена за кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 1.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
StartDate	Фактическая дата начала для конкурентной цены переопределения

### Конфигурация стоимости - линейка/зона

Здесь перечислены столбцы данных и описания конфигурации стоимости - линеек/зон.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно Категория товара, к которой применяется тип стоимости
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Линейка (LineGroup)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (') Имя группы линеек
Зона	Обязательно Имя зоны
Источник стоимости	Источник стоимости, используемый для товара на уровне артикула/цепочки

### Конфигурация стоимости - артикул/цепочка

Здесь перечислены столбцы данных и описания артикулов/цепочек.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Источник стоимости	Источник стоимости, используемый для товара на уровне артикула/цепочки

### Конфигурация стоимости - артикул/подразделение

Здесь перечислены столбцы данных и описания артикулов/подразделений.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Источник стоимости	Источник стоимости, используемый для товара на уровне артикула/подразделения

## Семейство стоимости

Здесь перечислены столбцы данных семейства стоимости.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Семейство стоимости (CostFamily)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя семейства стоимости

## Маржа стоимости

Эта таблица предназначена только для заказчиков СР. Здесь перечислены столбцы данных и описания маржи стоимости.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно  Имя категории товара
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Производитель	Обязательно  Имя производителя или звездочка как символ подстановки (*)
Бренд	Обязательно  Имя бренда или звездочка как символ подстановки (*)
Доля прибыли	Обязательно  Значение маржи стоимости в процентах, например, 5.0%
Использовать различие в стоимости	Обязательно  Введите 0, если вы не хотите использовать пока введенную маржу стоимости; введите 1, чтобы использовать маржу стоимости

## Текущие цены

Здесь перечислены столбцы данных и описания текущих цен.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Кратность	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
CurrentPrice	Цена отдельного товара или кратного количества  Если вы вводите кратные цены, введите общую цену за число единиц товара, введенное в столбце Кратность. Например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 1.

### Текущие цены по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания текущих цен по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Кратность	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
CurrentPrice	Цена отдельного товара или кратного количества  Если вы вводите кратные цены, введите общую цену за число единиц товара, введенное в столбце Кратность. Например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 1.

### Пользовательские взаимосвязи

При этом импорте создаются взаимосвязи товаров, специфичные для вашей компании. После этого пользователи могут использовать такие взаимосвязи для создания правил пользовательских взаимосвязей, используемых в действиях ценообразования. Здесь перечислены столбцы данных и описания пользовательских взаимосвязей.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Тип взаимосвязи	Обязательно Определенное пользователем поле для задания типа взаимосвязи
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Пользовательское семейство	Определенное пользователем имя семейства заказчика
Пользовательский класс	Определенный пользователем класс семейства заказчика

**Примечание:** Чтобы удалить из приложения запись Пользовательские взаимосвязи, осуществите повторный импорт пустых полей с данными Пользовательское семейство и Пользовательский класс.

### Экспресс-корректировки цен по магазинам - артикул

Здесь перечислены столбцы данных и описания экспресс-корректировки цен по магазинам - артикул.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ID выполнения экспресс-ценообразования)	Обязательный, уникальный ключ ID выполнения экспресс-ценообразования; этот ID находится на странице Экспресс-ценообразование для каждого выполнения и появляется автоматически, если вы сначала выполняете экспорт. Не изменяйте этот столбец.
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (') Номер магазина или идентификатор
Переопределить кратность	Кратное количество, связанное с ценой переопределения; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
Переопределить цену	Обязательно Цена переопределения, которая будет использована как экспресс-цена
Переопределить стоимость	Обязательно
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены переопределения

## Экспресс-корректировки цен по зонам - линейкам

Здесь перечислены столбцы данных и описания экспресс-корректировок цен по зонам - линейкам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ID выполнения экспресс-ценообразования)	Обязательный, уникальный ключ  ID выполнения экспресс-ценообразования; этот ID находится на странице Экспресс-ценообразование для каждого выполнения и появляется автоматически, если вы сначала выполняете экспорт. Не изменяйте этот столбец.
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно  Имя категории товара
Линия (LineGroup)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Имя группы линий
Подразделение	Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Переопределить кратность	Кратное количество, связанное с ценой переопределения; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
Переопределить цену	Обязательно  Цена переопределения, которая будет использована как экспресс-цена
Переопределить стоимость	Переопределить стоимость
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены переопределения

## Экспресс-корректировки цен по зонам - артикулам

Здесь перечислены столбцы данных и описания экспресс-корректировок цен по зонам - артикулам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ID выполнения экспресс-ценообразования)	Обязательный, уникальный ключ  ID выполнения экспресс-ценообразования; этот ID находится на странице Экспресс-ценообразование для каждого выполнения и появляется автоматически, если вы сначала выполняете экспорт. Не изменяйте этот столбец.
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Зона	Обязательно Имя зоны
Переопределить кратность	Кратное количество, связанное с ценой переопределения; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
Переопределить цену	Обязательно Цена переопределения, которая будет использована как экспресс-цена
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены переопределения

## Последние цифры

Здесь перечислены столбцы данных и описания последних цифр.

Этот импорт служит для задания конкретных последних цифр для цен.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')
Описание	Описание правила
Категория товара (ProductCategory)	Определенная категория товаров, к которой принадлежат товары. Чтобы задать "все категории", оставьте поле пустым.
Кратность	Обязательно Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.
Последние цифры (LastDigitsString)	Перед значением поставьте апостроф (') Последние цифры, на которые может оканчиваться цена; например, 95, 45

## Цены линейки

Здесь перечислены столбцы данных и описания цен линейки.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (') 20-разрядный код UPC
Линия (LineGroup)	Перед значением поставьте апостроф (') Имя группы линий

## Взаимосвязь между линейками

Здесь перечислены столбцы данных и описания взаимосвязей между линейками.

Импортирует группу линеек в данные взаимосвязей группы линеек для правила Взаимосвязь товара или линейки.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно  Категория товаров, к которым будет применяться правило Взаимосвязь товара или линейки
Линейка (1)	Имя группы линеек
Линейка (2)	Имя группы линеек
Тип взаимосвязи	Введите Множитель или Разность. <ul style="list-style-type: none"> <li>Множитель: Это значение умножается на оптимизированную цену Линейка(1).</li> <li>Разность: Это значение добавляется к оптимизированной цене Линейка(2).</li> </ul> Если в импортируемом файле поле Тип взаимосвязи будет пустым, то взаимосвязь не появится в IBM Omni-Channel Merchandising. Если взаимосвязь уже существует, то IBM Omni-Channel Merchandising ее удалит.
Значение взаимосвязи	Числовое значение (для множителей - положительное), используемое для определения новой цены Линейка(2) по следующим формулам: <ul style="list-style-type: none"> <li><math>Цена\ линейки(2) = Цена\ линейки(1) * Значение\ Множитель</math></li> <li><math>Цена\ линейки(2) = Цена\ линейки(1) + Значение\ Разность</math></li> </ul>

### Взаимосвязи линейка - линейка по зонам

Импортирует группу линеек в данные взаимосвязей группы линеек по зонам для правила Взаимосвязь товара или линейки. Здесь перечислены столбцы данных и описания взаимосвязей линейка - линейка по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Обязательно  Категория товаров, к которым будет применяться правило Взаимосвязь товара или линейки
Зона	Обязательно  Имя зоны
Линейка (1)	Имя группы линий
Линейка (2)	Имя группы линий

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Тип взаимосвязи	<p>Введите Множитель или Разность.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Множитель: Это значение умножается на оптимизированную цену Линейка(1).</li> <li>• Разность: Это значение добавляется к оптимизированной цене Линейка(2).</li> </ul> <p>Если в импортируемом файле поле Тип взаимосвязи будет пустым, то взаимосвязь не появится в IBM Omni-Channel Merchandising. Если взаимосвязь уже существует, то IBM Omni-Channel Merchandising ее удалит.</p>
Значение взаимосвязи	<p>Числовое значение (для множителей - положительное), используемое для определения новой цены Линейка(2) по следующим формулам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>Цена\ линейки(2) = Цена\ линейки(1) * Значение\ Множитель</math></li> <li>• <math>Цена\ линейки(2) = Цена\ линейки(1) + Значение\ Разность</math></li> </ul>

### Назначение класса групп по местоположению

За помощью по изменению групп положений обратитесь к представителю Integration Services.

### Отображение магазинов класса групп по местоположению

За помощью по изменению групп положений обратитесь к представителю Integration Services.

### Заблокированные цены

Этот импорт фиксирует цены для всех UPC, перечисленных в файле. Здесь перечислены столбцы данных и описания заблокированных цен.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
Зона (Имя)	<p>Перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>Имя зоны магазина (как найдено в отчете Обслуживание данных &gt; Зона магазинов)</p>
Номер магазина (CustomerLocationKey)	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>Номер магазина или идентификатор</p>

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Корректировка фиксации (Is UserLocked)	<p>Фиксирует цену; 1 означает фиксацию, а 0 - отмену фиксации.</p> <p>В пользовательском интерфейсе IBM Omni-Channel Merchandising рядом с фиксированными ценами выводится значок фиксации.</p>

**Примечание:** Для клиентов подразделений пятый столбец данных **Подразделение** является необходимым.

### Заблокированные цены по подразделениям

Этот импорт фиксирует цены для всех UPC, перечисленных в файле. Здесь перечислены столбцы данных и описания заблокированных цен по подразделениям.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
Подразделение	<p>Обязательно</p> <p>Название подразделения</p>
Корректировка фиксации (Is UserLocked)	<p>Фиксирует цену; 1 означает фиксацию, а 0 - отмену фиксации.</p> <p>В пользовательском интерфейсе IBM Omni-Channel Merchandising рядом с фиксированными ценами выводится значок фиксации.</p>

### Заблокированные цены по зонам

Этот импорт фиксирует цены для всех UPC, перечисленных в файле. Здесь перечислены столбцы данных и описания заблокированных цен по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
Подразделение	<p>Обязательно</p> <p>Название подразделения</p>
Зона	<p>Обязательно</p> <p>Имя зоны</p>

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Корректировка фиксации (Is UserLocked)	<p>Фиксирует цену; 1 означает фиксацию, а 0 - отмену фиксации.</p> <p>В пользовательском интерфейсе IBM Omni-Channel Merchandising рядом с фиксированными ценами выводится значок фиксации.</p>

## Данные об уценке

Здесь перечислены столбцы данных и описания цен данных об уценке.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
Номер магазина (CustomerLocationKey)	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>Номер или идентификатор магазина заказчика</p>
Выходная дата заказчика	Конечная дата доступности товара для продажи с полок магазинов
Дата начала уценки	Дата, с которой начинается уценка для товара-положения (в формате ММ/ДД/ГГГГ)
Код скидки заказчика	<p>Максимум 10 символов</p> <p>Индикатор состояния товара; например, С - кандидат на применение скидки, а М - обозначение применения одной или нескольких скидок.</p>
Перечень	Число единиц товара, доступных для продажи в положении на дату запасов
Дата запасов	Дата, к которой относятся данные о запасах (в формате ММ/ДД/ГГГГ)

## Кратные ценовые пункты

Здесь перечислены столбцы данных и описания кратных ценовых пунктов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Конкретная категория товаров, в которую IBM Omni-Channel Merchandising вставит кратную цену
Минимальная цена за единицу (MinUnitPrice)	Минимальная новая цена, которая назначается для кратного ценового пункта
Максимальная цена за единицу (MaxUnitPrice)	Максимальная новая цена, которая назначается для кратного ценового пункта
Кратность	Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце 3.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Ценовой пункт (PricePoint)	Значение цены; например, если товар продается по цене 3 за \$1, введите в этом столбце <b>1</b> .

### Прочие класс и семейство 1

Здесь перечислены столбцы данных и описания прочих класса и семейства 1.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Класс Прочие 1 (Other1Class)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса
Семейство Прочие1 (Other1Family)	Перед значением поставьте апостроф (')  Наименование семейства

### Прочие класс и семейство 2

Здесь перечислены столбцы данных и описания прочих класса и семейства 2.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Класс Прочие2 (Other2Class)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса
Семейство Прочие2 (Other2Family)	Перед значением поставьте апостроф (')  Наименование семейства

### Флаг предварительно заданной цены

Здесь перечислены столбцы данных и описания флагов предварительного задания цены.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Предварительно назначенная цена (IsPrePriced)	Обязательно  0 означает, что у товара нет предварительно назначенной цены; 1 означает, что у товара есть предварительно назначенная цена

## Корректировка цен

При этом импортируется файл, который корректирует оптимизированные цены сценария. Как правило, вы экспортируете отчет **Корректировка цен**. Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировок цен.

Смотрите раздел “Экспорт данных” на стр. 85, сделайте изменения цен и импортируйте файл обратно в IBM Omni-Channel Merchandising.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ScenarioRunID)	Обязательный, уникальный ключ  ID сценария; этот ID находится в URL на странице Подробности сценария, он автоматически появляется, если сначала выполнить экспорт. Не изменяйте этот столбец.
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Кратность (OverOptMultiple)	Кратность, связанная с ценой корректировки; не изменяйте этот столбец.
Ручная корректировка (OverOptMultiplePrice)	Обязательно  Корректировать цену, которая заменит оптимизированную цену
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены корректировки
Корректировка кратности передаточной цены	Кратность, связанная с корректировкой передаточной цены - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.
Корректировка передаточной цены	Корректировка передаточной цены для UPC - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.

### Темы, связанные с данной

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

## Корректировка цен - Линейка

При этом импортируется файл, который корректирует оптимизированные цены сценария. Как правило, вы экспортируете отчет **Корректировка цен**. Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировки цен - линейек.

Смотрите раздел “Экспорт данных” на стр. 85, сделайте изменения цен и импортируйте файл обратно в IBM Omni-Channel Merchandising.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ScenarioRunID)	Обязательный, уникальный ключ  ID сценария; этот ID находится в URL на странице Подробности сценария, он автоматически появляется, если сначала выполнить экспорт. Не изменяйте этот столбец.
Линия (LineGroup)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя группы линий
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Кратность (OverOptMultiple)	Кратность, связанная с ценой корректировки; не изменяйте этот столбец.
Ручная корректировка (OverOptMultiplePrice)	Обязательно  Корректировать цену, которая заменит оптимизированную цену
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены корректировки
Корректировка кратности передаточной цены	Кратность, связанная с корректировкой передаточной цены - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.
Корректировка передаточной цены	Корректировка передаточной цены для группы линеек - видно только пользователям ценообразования франчайзинга.

#### Темы, связанные с данной

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

### Корректировка цен по зоне

При этом импортируется файл, который корректирует оптимизированные цены сценария. Как правило, вы экспортируете отчет **Корректировка цен**. Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировок цен по зонам.

Смотрите раздел “Экспорт данных” на стр. 85, сделайте изменения цен и импортируйте файл обратно в IBM Omni-Channel Merchandising.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ScenarioRunID)	Обязательный, уникальный ключ  ID сценария; этот ID находится в URL на странице Подробности сценария, он автоматически появляется, если сначала выполнить экспорт. Не изменяйте этот столбец.
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Зона	Обязательно  Имя зоны
Кратность (OverOptMultiple)	Кратность, связанная с ценой корректировки; не изменяйте этот столбец.
Ручная корректировка (OverOptMultiplePrice)	Обязательно  Корректировать цену, которая заменит оптимизированную цену
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены корректировки
Корректировка кратности передаточной цены	Кратность, связанная с корректировкой передаточной цены - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.
Корректировка передаточной цены	Корректировка передаточной цены для UPC/зоны - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.

#### Темы, связанные с данной

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

### Корректировка цен по зонам - линейка

При этом импортируется файл, который корректирует оптимизированные цены сценария. Как правило, вы экспортируете отчет **Корректировка цен**. Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировок цен по зонам - линейкам.

Смотрите раздел “Экспорт данных” на стр. 85, сделайте изменения цен и импортируйте файл обратно в IBM Omni-Channel Merchandising.

**Примечание:** IBM Omni-Channel Merchandising может также сконфигурировать автоматическую загрузку цен корректировки на уровне агрегации Линейка/зона через OpenLink. О подробностях проконсультируйтесь с вашим представителем IBM Omni-Channel Merchandising .

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ScenarioRunID)	Обязательный, уникальный ключ  ID сценария; этот ID находится в URL на странице Подробности сценария, он автоматически появляется, если сначала выполнить экспорт. Не изменяйте этот столбец.
Линия (LineGroup)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя группы линий
Зона	Обязательно  Имя зоны
Кратность (OverOptMultiple)	Кратность, связанная с ценой корректировки; не изменяйте этот столбец.
Ручная корректировка (OverOptMultiplePrice)	Обязательно  Корректировать цену, которая заменит оптимизированную цену
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены корректировки
Корректировка кратности передаточной цены	Кратность, связанная с корректировкой передаточной цены - видна только пользователям ценообразования франчайзинга.
Корректировка передаточной цены	Корректировка передаточной цены для линейки/зоны - видно только пользователям ценообразования франчайзинга.

#### Темы, связанные с данной

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

### Группа товаров

Здесь перечислены столбцы данных группы товаров и описания.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Имя	Обязательный, максимум 30 символов  Имя группы товаров

## Ссылка на товар

Здесь перечислены столбцы данных и описания ссылок на товары.

IBM Omni-Channel Merchandising не создает ссылки на товары при импорте, если происходят следующие ошибки. Эти ошибки появятся в диалоговом окне **Состояние импорта**. Смотрите раздел “Проверка состояния импорта” на стр. 83.

- UPC нового товара и UPC известного товара недопустимы
- Для известного товара не задано никаких коэффициентов моделирования

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC нового товара	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-значный код UPC нового товара
UPC для известных товаров	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-значный код UPC известного товара
Тип ссылки	<ul style="list-style-type: none"><li>• LINEEXT: Расширение линейки; новый товар будет введен как расширение существующей группы линеек, которая содержит известный товар.</li><li>• DIRECTREP: Прямая замена; новый товар заменит известный товар в ассортименте.</li><li>• пусто; новый товар не будет введен как расширение существующей группы линеек или как замена известного товара.</li></ul>
Оценка еженедельного объема	Оценка еженедельного объема для нового товара при прекращении продаж известного товара
Инкрементный объем в процентах	Оценка дополнительного процента объема для нового товара при прекращении продаж известного товара

### Темы, связанные с данной

“Проверка состояния импорта” на стр. 83

Вы сможете видеть только информацию об импорте ваших данных.

Пользовательское разрешение **Просматривать все импорты** позволяет администраторам просматривать импорты всех пользователей. Используйте эту процедуру для проверки состояния импорта файла.

## Состояние товара

Здесь перечислены столбцы данных и описания состояний товара.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Состояние товара (pIncPrd)	Состояние товара; <b>1</b> означает, что товар активен; <b>0</b> означает, что товар более не предлагается.

### Состояние товара по зонам

Здесь перечислены столбцы данных и описания состояний товара по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Зона	Обязательно  Имя зоны
Состояние товара (pIncPrd)	Состояние товара; <b>1</b> означает, что товар активен; <b>0</b> означает, что товар более не предлагается.

### Взаимосвязь между двумя товарами

Импортирует товар в данные взаимосвязей товаров для правила Взаимосвязь товара или линейки. Здесь перечислены столбцы данных и описания взаимосвязей между товарами.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC(1)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
UPC(2)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Тип взаимосвязи	<p>Введите Множитель или Разность.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Множитель: Это значение умножается на оптимизированную цену UPC(1).</li> <li>• Разность: Это значение добавляется к оптимизированной цене UPC(1).</li> </ul> <p>Если в импортируемом файле поле Тип взаимосвязи будет пустым, то взаимосвязь не появится в IBM Omni-Channel Merchandising. Если взаимосвязь уже существует, то IBM Omni-Channel Merchandising ее удалит.</p>

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Значение взаимосвязи	<p>Числовое значение (для множителей - положительное), используемое для определения новой цены UPC(2) по следующим формулам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>Цена\ UPC(2) = Цена\ UPC(1) * Значение\ Множитель</math></li> <li>• <math>Цена\ UPC(2) = Цена\ UPC(1) + Значение\ Разность</math></li> </ul>

### Взаимосвязь между товарами - товар по зонам

Импортирует товар в данные взаимосвязей товаров для правила Взаимосвязь товара или линейки. Здесь перечислены столбцы данных и описания взаимосвязей между товарами по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	<p>Обязательно</p> <p>Название подразделения</p>
Зона	<p>Обязательно</p> <p>Имя зоны</p>
UPC(1)	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
UPC(2)	<p>Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')</p> <p>20-разрядный код UPC</p>
Тип взаимосвязи	<p>Введите Множитель или Разность.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Множитель:</b> Это значение умножается на оптимизированную цену UPC(1).</li> <li>• <b>Разность:</b> Это значение добавляется к оптимизированной цене UPC(1).</li> </ul> <p>Если в импортируемом файле поле Тип взаимосвязи будет пустым, то взаимосвязь не появится в IBM Omni-Channel Merchandising. Если взаимосвязь уже существует, то IBM Omni-Channel Merchandising ее удалит.</p>
Значение взаимосвязи	<p>Числовое значение (для множителей - положительное), используемое для определения новой цены UPC(2) по следующим формулам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>Цена\ UPC(2) = Цена\ UPC(1) * Значение\ Множитель</math></li> <li>• <math>Цена\ UPC(2) = Цена\ UPC(1) + Значение\ Разность</math></li> </ul>

## Группа товаров спецпредложения - LU

Ниже приведены столбцы данных и описания группы товаров спецпредложения - LU.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя группы товаров	Обязательный, максимум 30 символов  Имя группы товаров спецпредложения; если указанное имя не существует, IBM Omni-Channel Merchandising создает новую группу товаров спецпредложения.
Код группы товаров	Максимум 20 символов  Уникальный код для группы товаров спецпредложения
Логистический идентификатор элемента	Максимум 30 символов  Код логистической единицы; если выбранная вами логистическая единица (или UPC, связанный с этой логистической единицей) уже принадлежит к другой группе товаров спецпредложения, IBM Omni-Channel Merchandising игнорирует эту строку.

## Группа товаров спецпредложения - SU

В данном документе перечислены столбцы с данными и их описания для группы товаров спецпредложения - SU.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Имя	Обязательный, максимум 30 символов  Имя группы товаров спецпредложения; если указанное имя не существует, IBM Omni-Channel Merchandising создает новую группу товаров спецпредложения.
Код	Максимум 20 символов  Уникальный код для группы товаров спецпредложения
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-значный код UPC; если выбранный вами UPC уже принадлежит к другой группе товаров спецпредложения, IBM Omni-Channel Merchandising игнорирует эту строку.

## Класс и семейство размеров

Здесь перечислены столбцы данных семейства размеров.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Класс размеров (SizeClass)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса размеров; допустимые форматы класса размеров - это классы размеров, определенные для категории. Если классы еще не определены, используйте значения по умолчанию (XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL XXX-SMALL); позже их можно будет изменить в IBM Omni-Channel Merchandising.
Семейство размеров (SizeFamily)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя семейства размеров

### Атрибуты артикула

Здесь перечислены столбцы данных и описания атрибутов артикулов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Атрибут0	Имя атрибута артикула; если оставить поле пустым, вы сможете назначить атрибут товару в отчете Обслуживание данных > Атрибут артикула/зоны после импорта.  Этот отчет содержит 10 полей атрибутов (Атрибут<0-9>). Ваша компания может решить не использовать эти поля или использовать только часть из них.

### Атрибут артикула/зоны

Здесь перечислены столбцы данных и описания атрибутов артикулов/зон.

Можно определить максимум шесть атрибутов.

**Примечание:** Перед импортом ваших собственных атрибутов для замены системных атрибутов CPI по умолчанию (Очень значительный, Значительный, Частично значительный, Незначительный, Не определен1, Не определен2) сначала надо обратиться к службе поддержки IBM Omni-Channel Merchandising.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Группа зон	Обязательно  Имя группы зон

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Зона	Обязательно  Имя зоны
Атрибут СРІ	Введите одно из следующего или оставьте поле пустым: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Очень значительный</li> <li>• Значительный</li> <li>• Частично значительный</li> <li>• Незначительный</li> <li>• Не определен1</li> <li>• Не определен2</li> </ul>
Атрибут0	Имя атрибута артикула/зоны; если оставить поле пустым, вы сможете назначить атрибут товару в отчете Обслуживание данных > Атрибут артикула/зоны после импорта.  Этот отчет содержит 5 полей атрибутов (Атрибут<0-4>). Ваша компания может решить не использовать эти поля или использовать только часть из них.

## Атрибуты магазина

Здесь перечислены столбцы данных и описания атрибутов магазинов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Описание уровня1	Этот отчет содержит столбцы <b>Описание уровня&lt;1-12&gt;</b> . Каждый столбец содержит описание своего атрибута магазина. Эти атрибуты используются только при составлении отчетов. Ваша компания может решить не использовать эти атрибуты или использовать только часть из них.
Код уровня 1	Этот отчет содержит столбцы Код уровня<1-12>. Каждый столбец содержит код своего атрибута магазина. Этот код связан с полем описания. Эти атрибуты используются только при составлении отчетов. Ваша компания может решить не использовать эти атрибуты или использовать только часть из них.
Атрибут1	Определенный компанией атрибут магазина; это значение не обязательно и используется только для составления отчетов.  Импорт содержит четыре поля атрибутов (Атрибут<1-4>).

## Группа магазинов

Здесь перечислены столбцы данных и описания групп магазинов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Имя	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  Имя группы магазинов
Подразделение	Название подразделения

## Зона цен магазинов

Здесь перечислены столбцы данных и описания зон цен магазинов.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	Название подразделения
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Имя	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Имя группы магазинов

## Класс и семейство яруса

Здесь перечислены столбцы данных и описания класса и семейства яруса.

Для импорта классов и семейств ярусов у вас должно быть разрешение **Управлять ярусным ценообразованием**. Смотрите раздел Разрешения цен.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Класс яруса (TierClass)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя класса яруса
Семейство яруса (TierFamily)	Перед значением поставьте апостроф (')  Имя семейства яруса

## Временные ряды - Состояние товара

Здесь перечислены столбцы данных и описания временных рядов состояний товара.

Временные ряды - Состояние товара позволяет вам задавать даты вступления в силу для каждого товара, загруженного в IBM Omni-Channel Merchandising. За информацией о применении фактических дат обратитесь к вашему представителю IBM Omni-Channel Merchandising .

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC (ProductUPC)	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Ключ положения (LocationKey)	Уникальный ключ положения, группы положений или класса групп положений
Код состояния (StatusCode)	Код состояния для состояния товара, как определено в отчете <b>Данные &gt; Отображение состояний товаров</b>
Фактическая дата (EffectiveDate)	Дата, когда указанный код состояния вступит в силу для этого UPC, в формате мм/дд/гггг

### Передаточные цены по магазинам

Для импорта передаточных цен у вас должно быть разрешение **Ценообразование франшизополучателя**. Здесь перечислены столбцы данных и описания передаточных цен по магазинам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Номер магазина	Перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор
Кратность передачи	Обязательно  Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести <b>3</b> .
Переходная цена	Обязательно  Цена, по которой товар продается франшизополучателю; для кратных цен введите цену за число единиц товара, заданное в поле Кратность передаточной цены.

### Передаточные цены по зонам

Для импорта передаточных цен у вас должно быть разрешение **Ценообразование франшизополучателя**. Здесь перечислены столбцы данных и описания передаточных цен по зонам.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	Обязательно Название подразделения
Зона	Обязательно Имя зоны
Кратность передачи	Обязательно Кратное количество; например, если товар продается по цене 3 за \$1, в этом столбце надо ввести 3.
Переходная цена	Обязательно Цена, по которой товар продается франшизополучателю; для кратных цен введите цену за число единиц товара, заданное в поле Кратность передаточной цены.

### Зональное исключение

Здесь перечислены столбцы данных и описания зональных исключений.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (!) 20-разрядный код UPC
Подразделение	Название подразделения
Зона (Имя)	Зона магазина
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Перед значением поставьте апостроф (!) Номер магазина или идентификатор
Корректировка зоны (IsZoneException)	Введите 0, если для товара не применяется корректировка зоны; введите 1, если для товара применяется корректировка зоны.

### Назначение группы зон

Здесь перечислены столбцы данных и описания назначений групп зон.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Категория товара (ProductCategory)	Категория товара, к которой применяется группа зон
Подразделение	Название подразделения
Группа зон	Имя группы зон

### Корректировка зоны

При этом импортируется файл, который корректирует оптимизированные цены сценария. Как правило, вы экспортируете отчет **Утверждение цены**. Здесь перечислены столбцы данных и описания корректировок зон.

Смотрите раздел “Экспорт данных” на стр. 85, сделайте изменения цен и импортируйте файл обратно в IBM Omni-Channel Merchandising.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
(ScenarioRunID)	Обязательный, уникальный ключ  ID сценария; этот ID находится в URL на странице Подробности сценария, он автоматически появляется, если сначала выполнить экспорт. Не изменяйте этот столбец.
UPC	Обязательный, уникальный ключ, перед значением поставьте апостроф (')  20-разрядный код UPC
Зона	Обязательно  Имя зоны
Кратность (OverOptMultiple)	Кратность, связанная с ценой корректировки; не изменяйте этот столбец.
Ручная корректировка (OverOptMultiplePrice)	Обязательно  Корректировать цену, которая заменит оптимизированную цену
Дата действия цен	Фактическая дата начала для импортируемой цены корректировки

#### Темы, связанные с данной

“Экспорт данных” на стр. 85

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

### Отображение зона - положение

При этом импортируются отображения положений на зоны. Если зона не существует, после импорта будет создана новая зона. Кроме того, если зона в файле импорта задана как пустая, текущее отображение будет удалено, что означает, что данный магазин не будет назначен ни в какую зону. Здесь перечислены столбцы данных и описания отображений зона - положение.

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Подразделение	Обязательно  Название подразделения
Группа зон	Обязательно  Имя группы зон
Зона (Имя)	Зона магазина

Столбец данных (от первого к последнему)	Описание
Номер магазина (CustomerLocationKey)	Обязательно, перед значением поставьте апостроф (')  Номер магазина или идентификатор

## Импорт файлов данных

Используйте эту процедуру для импорта файлов данных. Для импорта данных из локального файла в программы у вас должно быть пользовательское разрешение **Импортировать данные в программы**.

### Об этой задаче

Можно импортировать данные в службы IBM Omni-Channel Merchandising при помощи диалогового окна **Импорт**.

### Процедура

1. Выберите **Данные > Импорт**, чтобы открыть диалоговое окно **Импорт**.
2. Выберите тип данных, которые вы хотите импортировать, из выпадающего меню **Тип данных**.
3. Введите описание файла в текстовом поле **Описание**. Это поможет вам идентифицировать тип импортируемых данных. Используйте описания, которые говорят о том, какую категорию вы импортируете или, например, какие изменения вы внесли. Это описание даст хороший способ находить ваш файл в диалоговом окне **Состояние импорта**.
4. Введите имя файла в разделе **Закачать файл**. Задайте имя файла, содержащее не более 8 символов. Если задать более длинное имя, импорт завершится неудачно.
5. Нажмите кнопку **Импорт**.
6. Когда импорт данных будет завершен, откроется диалоговое окно **Состояние импорта**, где в списке будет указан ваш импорт.

#### Темы, связанные с данной

“Проверка состояния импорта”

Вы сможете видеть только информацию об импорте ваших данных.

Пользовательское разрешение **Просматривать все импорты** позволяет администраторам просматривать импорты всех пользователей. Используйте эту процедуру для проверки состояния импорта файла.

### Проверка состояния импорта

Вы сможете видеть только информацию об импорте ваших данных.

Пользовательское разрешение **Просматривать все импорты** позволяет администраторам просматривать импорты всех пользователей. Используйте эту процедуру для проверки состояния импорта файла.

### Об этой задаче

Когда файл данных импортируется в службу IBM Omni-Channel Merchandising, процесс импорта проверяет правильность числа столбцов, типа данных (текстовый или числовой в соответствующих записях), обязательные поля, а также разрешается ли вставлять или изменять записи.

Вы можете проверить состояние в диалоговом окне **Состояние импорта**. Файл данных может находиться в очереди на импорт, импортироваться, быть успешно

импортированным или содержать ошибки. Если в файл есть ошибки, вам надо исправить их в исходном файле, а затем импортировать его снова.

## Процедура

1. Выберите **Данные > Состояние импорта**. Откроется диалоговое окно **Состояние импорта**.

Каждый импорт перечисляется с числовым ID, именем файла (обычно это ваше имя пользователя), состоянием и описанием, которое вы ввели при импорте этого файла.

Состояние может принимать следующие значения:

- **Ожидается** - Файл находится в очереди, ожидая начала импорта.
- **Импортируется** - Файл импортируется.
- **Завершен** - Файл успешно импортирован, и его можно просмотреть на соответствующих страницах (данные групп товаров, например, появляется на странице **Группа товаров**).
- **Ошибка** - Файл не удалось импортировать успешно. Информацию об ошибках смотрите в журнале импорта. Чтобы посмотреть журнал импорта, щелкните по имени файла (подчеркнутая ссылка). Откроется диалоговое окно **Журнал импорта**. Все ошибки перечисляются в этом диалоговом окне по строкам. Если ошибки есть, вы можете перейти на нужную строку исходного файла, исправить ошибку, а затем запустить импорт снова.

2. Когда импорты выполнены, вы можете удалить их из диалогового окна **Состояние импорта**, чтобы не загромождать представление. Чтобы удалить импорт, щелкните по нему правой кнопкой мыши и выберите **Удалить**. Появится диалоговое окно с просьбой подтвердить удаление; нажмите кнопку **Да**. Страница будет обновлена, и импорт будет удален.

## Настройка подписок на уведомления

С помощью данной процедуры пользователь может подписаться на получение уведомлений во время импорта рынка или нового товара из Excel.

### Об этой задаче

Когда вы импортируете рынок или новый товар из Excel, можно подписаться на получение оповещений о начале, неудаче и/или завершении импорта.

## Процедура

1. Щелкните по значку панели инструментов на верхней панели навигации любой из страниц. Откроется всплывающее окно **Подписка на оповещения**.
2. Щелкните по вкладке **Ассортимент**.
3. При помощи переключателей выберите тип оповещений об импорте, которые вы хотите получать.
  - При включении переключателя в столбце **Электронная почта** оповещение будет посылаться по адресу электронной почты, зарегистрированному в программе.
  - При включении переключателя в столбце **Входящие** оповещение будет посылаться в ваш ящик Входящие.
  - Если вы включите переключатель для оповещения **Ошибка импорта ассортимента**, вы получите сообщение электронной почты со ссылкой на файл журнала ошибок импорта.
4. Выбрав тип оповещений, которые вы хотели бы получать, нажмите кнопку **Готово**.

---

## Экспорт данных

Для экспорта данных из программ у вас должно быть пользовательское разрешение **Экспортировать данные в программы**. Используйте эту процедуру для экспорта данных.

### Об этой задаче

Можно экспортировать данные из служб IBM Omni-Channel Merchandising для редактирования в Excel или для просмотра. Вы можете экспортировать файлы данных, такие как группы товаров, и отчеты, такие как отчеты обслуживания данных.

### Процедура

1. Выберите **Данные > Экспорт**. Откроется диалоговое окно **Экспорт**.
2. Выберите тип данных, которые вы хотите экспортировать, из выпадающего меню **Отчет**.
3. В текстовом поле **Описание** введите описание этого файла длиной до 8 символов. Это поможет вам идентифицировать тип данных, которые вы экспортируете, и даст хороший способ находить ваш файл на странице **Состояние экспорта**.
4. Выберите тип файла, который вы хотите экспортировать: Excel 97-2003 (.xls), Excel 2007 (.xlsx) или CSV. Для экспорта больших объемов данных (больше 130000 записей) рекомендуется формат CSV, так как производительность экспорта может зависеть от конфигурации памяти вашего компьютера. Можно нажать кнопку **Получить число записей**, чтобы посмотреть общее число записей в отчете перед экспортом. Далее описывается форматирование полей отчета при экспорте в файл CSV:
  - Двойные кавычки не добавляются в поля, кроме случая, когда они должны использоваться как ограничитель (если в одном из числовых полей встречается, например, запятая как разделитель целой и дробной части).
  - Все числовые десятичные типы будут выводиться минимум с двумя и максимум с тремя знаками в дробной части. Для поля IBM Markdown Optimization до десятичного разделителя разрешены пять цифр.
  - Поля валют отображаются с разделителями тысяч и десятичных значений на основе местоположения.
  - Все даты отображаются в сокращенном формате (мм/дд/гг или дд/мм/гг), их формат зависит от местоположения. Если нужно отобразить дату и время, время будет отображаться в сокращенном формате. Большие файлы CSV следует открывать в Блокноте или другом текстовом редакторе, а не в Excel. Если для просмотра файла CSV надо использовать Excel, импортируйте этот файл в программу Excel.
5. Выберите подразделение, которые вы хотите импортировать, из выпадающего меню **Подразделение**. Выпадающее меню **Подразделение** выводится только тогда, когда для экспорта отчета требуется подразделение. Несколько подразделений можно выбрать при помощи щелчка с нажатой клавишей Shift или Ctrl для определенных отчетов.
6. Выберите категорию товаров, которые вы хотите импортировать, из выпадающего меню **Категория экспорта**. Выпадающее меню **Категория экспорта** выводится только тогда, когда для экспорта отчета требуется категория товаров. Несколько категорий товаров можно выбрать при помощи щелчка с нажатой клавишей Shift или Ctrl, или же при помощи кнопки **Все категории** для определенных отчетов.

7. Выберите группу магазинов, которые вы хотите импортировать, из выпадающего меню **Группа магазинов экспорта**. Выпадающее меню **Группа магазинов экспорта** выводится только тогда, когда для экспорта отчета требуется группа магазинов.
8. Нажмите кнопку **Экспорт**. Откроется диалоговое окно **Состояние экспорта**, где в списке будет указан ваш экспорт.

## Проверка состояния экспорта

Используйте эту процедуру для проверки состояния экспорта данных, после того, как запустится экспорт данных. Вы сможете видеть только информацию об экспорте ваших данных. Пользовательское разрешение **Просматривать все экспорты** позволяет администраторам просматривать экспорты всех пользователей.

### Об этой задаче

#### Процедура

Выберите **Данные > Состояние экспорта**. Откроется диалоговое окно **Состояние экспорта**.

Каждый экспорт перечисляется с числовым ID, именем файла (обычно это ваше имя пользователя), состоянием и описанием, которое вы ввели при импорте этого файла. Состояние может принимать следующие значения:

- **Экспортируется** - Файл экспортируется.
- **Завершен** - Файл успешно экспортирован. Вы можете посмотреть этот файл, щелкнув по имени файла (подчеркнутая ссылка). Файл открывается в окне просмотра Excel. Из этого окна файл можно напечатать, отредактировать или сохранить.
- **Ошибка** - Файл не удалось экспортировать успешно.

Когда экспорты выполнены, вы можете удалить их из диалогового окна **Состояние экспорта**, чтобы не загромождать представление.

## Удаление экспорта

Используйте эту процедуру для удаления экспорта.

#### Процедура

1. Щелкните правой кнопкой мыши по экспорту.
2. Выберите пункт **Удалить**. Откроется диалоговое окно с просьбой подтвердить удаление.
3. Нажмите кнопку **Да**. Страница будет обновлена, и экспорт будет удален.

---

## Глава 4. Общая информация об определении атрибутов

Процесс определения атрибутов товара - серия задач в IBM OpenLink по подготовке информации о продукте для целей моделирования и оптимизации.

Процесс определения атрибутов товара - серия задач в IBM OpenLink по подготовке информации о продукте для целей моделирования и оптимизации. Определение атрибутов включает исправление ошибок и нарушений последовательности в атрибутах товаров, таких как размеры, бренд, и единица измерения. Данные атрибуты используются для привязки данных SKU в группе по спросу с историей ценообразования в этой же группе по спросу на данный момент. Группы по спросу назначаются артикулам продукции, чтобы в процессе статистического анализа по методике, которая называется Байесовский вывод, можно было брать информацию о товарах с подробной историей спроса и на основе ее строить кривые спроса для товаров с недостаточным количеством данных о спросе.

Группа по спросу - совокупность товаров с высокой степенью взаимозаменяемости. Типичный потребитель видит их как товары, которые выбираются на основе их цены и атрибутов. Например, бумажные полотенца и жидкое средство для стирки. Все товары в группе по спросу проявляют вытесняющее воздействие.

В приложении предусмотрены два способа определения атрибутов товаров:

- Процесс импорта/экспорта файла информации о товаре (PIF) - Данный процесс позволяет пользователю экспортировать PIF в файл MS Excel, устанавливать атрибуты товаров и импортировать информацию обратно в систему.
- Графический интерфейс для определения атрибутов - Пользователь может устанавливать правила определения атрибутов на уровне категории непосредственно в приложении.

Процесс PIF описан более подробно, так как на данный момент он является наиболее распространенным.

### Темы, связанные с данной

“Принцип определения атрибутов”

Используйте эту ссылку для изучения процесса определения атрибутов в OpenLink.

“Понятие о рабочем пространстве Администратор категорий” на стр. 92 **Администратор категорий** показывает импортированные категории и общую статистику. Он используется для управления процессом определения атрибутов, как то распознавание состояния товаров или расчет эквивалентных единиц.

---

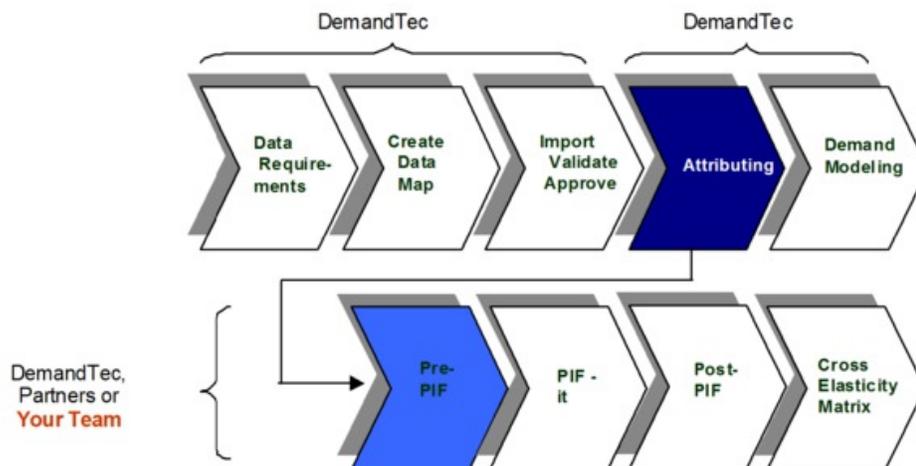
## Принцип определения атрибутов

Используйте эту ссылку для изучения процесса определения атрибутов в OpenLink.

Процесс определения атрибутов является частью общего процесса OpenLink:

- Импорт данных, как то данные точки продажи, хранилища данных, сети поставок и наследуемых систем
- Преобразование данных в правильный формат для промежуточной базы данных OpenLink
- Проверка, поиск ошибок и утверждение данных

- Определение атрибутов - Подготовка данных к процессам моделирования и оптимизации. Включает категоризацию всех товаров в товарной категории пользователя, присвоение значений атрибутам, утверждение таких атрибутов, как размер, единица измерения и бренд. Для Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами пользователь добавляет значения групп линеек, предварительно установленных цен, семейств/классов по размерам, семейств/классов брендов и других семейств/классов.
- Моделирование данных на основе спроса



#### Темы, связанные с данной

“Процесс атрибутирования”

Для определения атрибутов, как правило, используется IBM OpenLink и Microsoft Excel.

## Процесс атрибутирования

Для определения атрибутов, как правило, используется IBM OpenLink и Microsoft Excel.

Для определения атрибутов, как правило, используется IBM OpenLink и Microsoft Excel. Ниже дается довольно обобщенный обзор каждого шага данного процесса.

Шаг	Описание	Замечания	Инструмент
1	Утверждение/аннулирование перемещений категорий (если применимо)	Проверьте перемещения товаров между категориями. Проверьте <b>Некатегоризированную</b> категорию на несвязанные товары.	OpenLink

2	Запустите Распознаватель состояния товаров (если не был отправлено состояние на уровне магазина)	Перед выполнением процесса Обновления цен обязательно выполняйте Распознаватель состояния товаров (PSR); некоторым пользователям будет целесообразно выполнять PSR в OpenLink каждую неделю после утверждения файла POS.	OpenLink
3	Экспорт PIF	Зайдите в PIF из электронного письма, автоматически сгенерированного и отправленного OpenLink после завершения экспорта PIF. Нажмите на ссылку или скопируйте и вставьте ссылку в новое окно интернет-браузера.	OpenLink

4	<p>Отредактируйте содержимое с помощью PIF</p> <p>a. Группа спроса</p> <p>b. Размер</p> <p>c. Единица измерения</p> <p>d. Бренд</p> <p>e. Включено в модель</p> <p>f. Класс/семейство по размерам**</p> <p>g. Класс/семейство бренда**</p> <p>h. Группа линейки**</p> <p>i. Предварительно установленная цена</p> <p>j. Другой класс/семейство1**</p> <p>k. Другой класс/семейство2**</p>	<p>PIF (файл информации о товаре) представляет собой электронную таблицу Excel, которая обрабатывается аналогично другим таблицам. Столбцы в PIF нельзя удалять, хотя пользователь может перемещать их (изменять порядок) без негативных последствий. Если товары не нужно включать в модель, в PIF их можно исключить, изменив значение <b>включать в модель</b> на <b>Нет</b>.</p> <p>Создавайте группы спроса меньших размеров, при этом устанавливая больше взаимосвязей групп спроса. (По возможности не допускайте групп спроса из одного товара).</p> <p>Примечание: группы линеек, предварительно установленные цены, семейства/классы по размерам, семейства/классы брендов и значения других семейств/классов могут включаться в PIF и импортироваться в OpenLink, однако эти значения используются для Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами, они не требуются в процессе моделирования.</p>	Excel PIF
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

5	Импорт PIF	Убедитесь, что удалено форматирование и дополнительные рабочие листы. Ограничьте длину имени файла для импорта.	OpenLink
6	Выполните расчет эквивалентных единиц	Перед тем, как отправлять PIF на моделирование, убедитесь, что количество товаров с POS, требующих расчета эквивалентов равно 0.	OpenLink
7	Проведите проверки целостности	Используйте отчеты разбивки категорий - Агрегация брендов и групп спроса. Примите или исправьте ошибки нужным вам образом.	OpenLink
8	Изменить контент (если применимо)	Проверьте названия брендов и по необходимости устраните проблемы расчета эквивалентных единиц. Для завершения этого шага может понадобиться выполнить несколько описанных выше шагов.	OpenLink
9	Завершите определение взаимосвязей групп спроса	Взаимосвязи групп спроса предлагаются пользователю; проверьте и обновите их по необходимости.	OpenLink

10	Отметить товары как атрибутированные	Отметить товары как атрибутированные. Это также приведет к "сбросу" количества товаров без атрибутов в соответствующем столбце, благодаря чему пользователю будет легко определить новые товары после отправки результатов начального определения атрибутов специалисту по статистике IBM Omni-Channel Merchandising.	OpenLink
11	Задать состояния категории	Уведомляет специалиста по статистике IBM Omni-Channel Merchandising о том, что категория готова к моделированию. Статистик получает электронное письмо, если он подписан на подобные уведомления о предупреждении.	OpenLink

## Понятие о рабочем пространстве Администратор категорий

**Администратор категории** показывает импортированные категории и общую статистику. Он используется для управления процессом определения атрибутов, как то распознавание состояния товаров или расчет эквивалентных единиц.

**Администратор категории** показывает импортированные категории и общую статистику. Он используется для управления процессом определения атрибутов, как то распознавание состояния товаров или расчет эквивалентных единиц.

На вкладке **Базовое** отображаются наиболее часто используемые столбцы страницы, такие как название категории, общее количество товаров в категории и дата последнего сканирования в категории. На вкладке **Подробно** отображаются эти столбцы и дополнительная информация о категории.

На вкладке **Характеристики данных** отображается информация по каждой категории, включая информацию, которая касается моделирования, а также метрические показатели отчета, которые показывают базовую информацию о состоянии модели, например, соотношения объемов во время рекламной кампании и сведения о пропущенных данных, например **Счетчик пропущенных недель**.

Category Name	Price/Promotion Model			Markdown Model		Total # of Products	Unit Price
	Auto Remodel	Status	Updated	Status	Updated		
A01_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A02_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Oct 13, 2011 6:43 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A03_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A04_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A05_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A06_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A07_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A08_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A09_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A10_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	

Чтобы просмотреть отдельные товары в категории, нужно нажать правой кнопкой мыши на категории и выбрать **Редактировать содержимое** или **Рабочее пространство категории**. Просмотреть все товары по категориям можно также в отчете **Продаваемые элементы**, доступном на странице **Обслуживание данных**.

**Примечание:** Для доступа к странице **Менеджер категорий** пользователю нужно выбрать **Активировать менеджер категорий**.

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803003826	CANON LS-100TS BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803009538	CANON LS-270 BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963011004	SEIKO SPELL CHECKER	SPELL_DICT_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963054025	SEIKO DICTIONARY	DEFAULT_DEMAND_G...	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143249	ROYAL 52KB MEMORY PERSONAL ORGANIZER	PERS_ORGANIZER	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143812	ROYAL BASIC HANDHELD CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143843	ROYAL X60 DUAL POWER DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143850	ROYAL DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447144307	ROYAL WS22 DESKTOP WEATHER STATION	WEATHER_DSKTP	1

“Просмотр изменений категории” на стр. 95

“Перемещение некатегоризированных товаров в категории” на стр. 161

“Выполнение программы разрешения состояния товара” на стр. 100

“Экспорт файла PIF” на стр. 103

“Редактирование содержимого и определение атрибутов” на стр. 108

“Выполнение окончательных проверок” на стр. 129

---

## Глава 5. Подготовка к атрибутированию

Для подготовки контента к атрибутированию в файле информации о товаре (PIF) надо выполнить некоторые задачи.

Для подготовки контента к атрибутированию в файле информации о товаре (PIF) надо выполнить некоторые задачи.

### Темы, связанные с данной

“Просмотр изменений категории”

Используйте эту процедуру для просмотра изменений категории.

“Перемещение некатегоризированных товаров в категории” на стр. 96

Если приложение не распознает новую иерархию товаров из файла товара, товарам присваивается название Без категории.

“Выполнение программы разрешения состояния товара” на стр. 100

Программа распознавания состояния товара идентифицирует товары в категории как активные или снятые с продажи.

---

## Просмотр изменений категории

Используйте эту процедуру для просмотра изменений категории.

### Об этой задаче

При утверждении новых структур иерархии категорий часто случается, что категория товаров изменяется. Некоторые изменения категории происходят из-за аномальных данных. Необходимо утвердить или отклонить эти произведенные системой изменения категории товаров. Изменения категории, инициированные пользователем не требуют просмотра. Пользователь может просмотреть изменения по конкретной категории или по всем категориям.

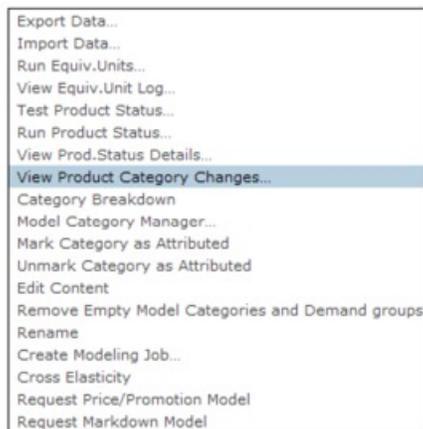
Чтобы просмотреть изменения категории:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.

**Примечание:** Для просмотра изменений по всем категориям выберите **Категория > Просмотр изменения товаров в категории**, чтобы открыть страницу **Изменения категории товаров**, которая описывается в Шаге 4.

2. Найдите категории, у которых значение в столбце **Количество товаров, поступивших в категорию** на вкладке **Подробно** отличается от нуля. Это значение является числом новых товаров в категории.
3. Щелкните правой кнопкой по категории, для которой вы хотите просмотреть изменения. Откроется контекстное меню.



4. Выберите **Просмотр изменений категорий товаров**. На странице **Изменения категорий товаров** отображаются все товары, предназначенные для добавления в категорию.
5. Нажмите **Утвердить все** или **Отклонить все**, если нужно принять или отклонить все товары.

**Примечание:** При выборе отдельных элементов для утверждения изменений категорий опция **Утвердить все** будет неактивна. Это защитит пользователя от случайного утверждения всех текущих изменений категории.

6. Чтобы выбрать отдельные товары, установить флажок **Принять** или **Отклонить** возле каждого товара.
7. Нажмите кнопку **Передать**. Утвержденные товары будут добавлены к категории.

---

## Перемещение некатегоризированных товаров в категории

Если приложение не распознает новую иерархию товаров из файла товара, товарам присваивается название Без категории.

После импорта всех данных о товаре в OpenLink при дальнейших загрузках файлов с информацией о товарах будут использоваться категории IBM Omni-Channel Merchandising, а не исходная иерархия розничного продавца. Если приложение не распознает новую иерархию товаров из файла товара, товары перемещаются в категорию оптимизации по умолчанию, UNCATEGORIZED. Пользователь может назначить для них категорию на странице **Редактировать содержимое** или **Рабочее пространство категории**.

При импорте файла товара в OpenLink в новой иерархии товаров все товары в категории UNCATEGORIZED будут помечены флажком. Если эта проверка будет проигнорирована, то все товары будут направлены в UNCATEGORIZED и останутся там, пока вы вручную не переместите их.

Кроме того, вместо данных о точке продажи, стоимости или цене для неопознанных товаров (товаров без предыдущей записи) будет создана "временная" запись в категории UNCATEGORIZED, которую также нужно будет переносить вручную.

Если товары переносятся в категорию, которая содержит атрибуты, пользователю следует убедиться, что процесс определения атрибутов выполняется для новых

товаров. Это включает повторное выполнение PSR (по необходимости), назначение групп по спросу, проверку размеров, единиц измерения, брендов и эквивалентных единиц.

**Примечание:** Для доступа к страницам **Редактирование содержимого** и **Рабочее пространство категорий** пользователю нужно выбрать **Разрешить определение атрибутов**.

#### Темы, связанные с данной

“Использование страницы Редактировать содержимое”

Используйте эту процедуру, чтобы переместить некатегоризированные товары в категории на странице **Редактировать содержимое**.

“Использование страницы Рабочее пространство категорий” на стр. 98

Используйте эту процедуру, чтобы переместить некатегоризированные товары в категории на страницу **Рабочее пространство категорий**.

## Использование страницы Редактировать содержимое

Используйте эту процедуру, чтобы переместить некатегоризированные товары в категории на странице **Редактировать содержимое**.

### Об этой задаче

Для перемещения некатегоризированных товаров в категории на странице **Редактирование содержимого**:

### Процедура

1. На странице **Менеджер категорий** нажмите правой кнопкой мыши на категорию UNCATEGORIZED с товарами, которые нужно переместить, и выберите **Редактировать содержимое** в контекстном меню. Появится страница **Изменить контент**.

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size UOM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	000000000000985	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	000000000000585ABCDE	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	000000000000585ERTYU	ALLEN'S BLACKEYES WITH SNAPS	DEFAULT_DEMAND_G...	15.5 OZ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00002700066696	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007560201469	GOLDEN BATCH CREME WAFERS 5.5OZ	DEFAULT_DEMAND_G...	5.5 OZ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316018	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ - Training1	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316363	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ - Training2	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316364	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ -	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK

2. В выпадающем меню **Отчет** выберите отчет **Все товары**.
3. Для товаров, которые нужно переместить, в столбце **Категории оптимизации** выберите новую категорию в выпадающем списке категорий. Товарам будет назначена новая категория оптимизации.



Select a new category for which to move the products from the UNCATEGORIZED category

4. Выберите **Сохранить** в правом верхнем углу страницы **Редактировать содержимое**. Товары перемещаются в новую целевую категорию, в группу модели по умолчанию и в категорию модели по умолчанию новой оптимизационной категории.  
На странице **Менеджер категорий** перемещенные элементы будут показаны в списке новой целевой категории. Количество товаров целевой категории увеличится соответственно количеству перемещенных товаров.

## Использование страницы **Рабочее пространство категории**

Используйте эту процедуру, чтобы переместить некатегоризированные товары в категории на страницу **Рабочее пространство категорий**.

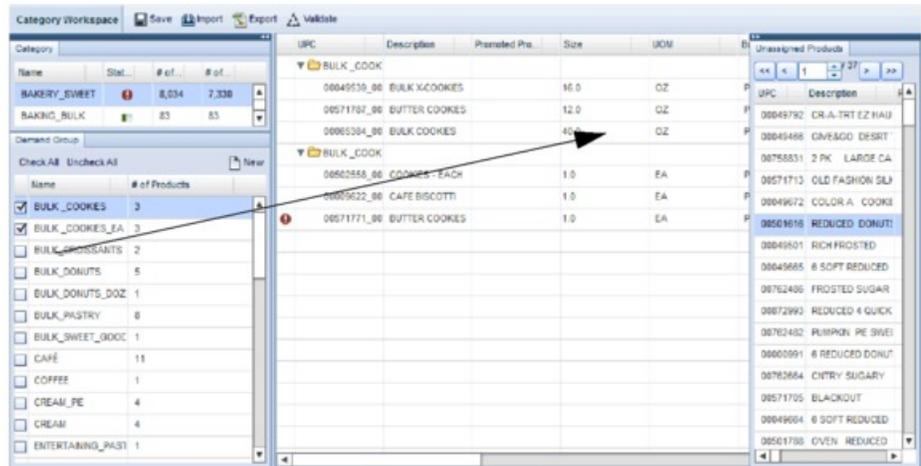
### Об этой задаче

Для того, чтобы переместить некатегоризированные товары в категории, нужно выполнить следующее на странице **Рабочее пространство категорий**:

### Процедура

1. На странице **Менеджер категорий** нажмите правой кнопкой мыши на категорию UNCATEGORIZED с товарами, которые нужно переместить, и выберите **Рабочее пространство категории** в контекстном меню. Откроется страница **Рабочее пространство категории**.  
Категория UNCATEGORIZED будет выделена на панели **Категория**, а все товары будут перечислены на панели **Товары без назначений**, поскольку они хранятся в группе спроса по умолчанию данной категории.

Products in the UNCATEGORIZED category (and Default Demand Group) are listed in Unassigned Products



- Выберите каждый из перемещаемых товаров и перетяните из панели **Товары без назначений** в категорию на панели **Категории**. Когда название товара начнет отображаться над категорией под жирной линией, отпустите кнопку мыши. Товар будет добавлен в группу спроса по умолчанию целевой категории, и Вы увидите, что количество товаров увеличилось.

Name	Status	# of Products	# of unassign...
BAKERY_SWEET	!	8,034	7,330
BAKING_BULK	■	83	83
BAKING_MIXES_SYRUPS	✓	7,356	6,657
BAKING_SUPPLIES_DECORATION	■	652	114
BALLOONS	✓	77	77
BATH	✓	216	56
BATTERIES_FLASHLIGHTS	✓	197	51
BBQ	✓	0	0
BEEF	✓	777	777
BEEF_CHICKEN_PORK	!	0	0
BEER	!	0	0

You can select and drag a product from the Unassigned Products panel to a category in the Category panel. The product will be added to the category underneath the bolded line.

- Примечание:** В столбце **Состояние** показано наличие ошибок в категории, или что Распознаватель состояния товара в данный момент работает, или что Распознаватель состояния товара успешно завершил работу. Наведите мышью на индикатор состояния, чтобы просмотреть сообщение о состоянии и количество ошибок.
- Выбрав целевую категорию пользователь может перемещать товары из группы спроса по умолчанию в нужную группу спроса на панели **Группа спроса** с помощью функций перетаскивания мышью.

Дополнительная информация об этой странице приведена в разделе “Изменение контента на странице Рабочее пространство Категория” на стр. 136.

---

## Выполнение программы разрешения состояния товара

Программа распознавания состояния товара идентифицирует товары в категории как активные или снятые с продажи.

### Об этой задаче

Программа распознавания состояния товара идентифицирует товары в категории как активные или снятые с продажи. Это состояние появляется в информации о товаре. Будут смоделированы и активные, и снятые с продажи товары, но только активные товары будут включены в прогнозы. В процессе оптимизации снятые с продажи товары не получают оптимизированные цены.

**Примечание:** Если пользователь отправлял файл согласования статуса SKU-магазин в IBM Omni-Channel Merchandising (желательно), запускать Распознаватель состояния товара не нужно. В такой ситуации, если запустить задачу, она выполнится, но значения состояния, загруженные в файл состояния по умолчанию не будут обновлены. Можно установить системную настройку (PSR\_перезаписывает файлы состояния), чтобы контролировать поведение системы при перезаписи. За дополнительной информацией обратитесь к представителю IBM.

По умолчанию для определения статуса товара применяются следующие критерии:

- Если элемент - сезонный товар, то элемент активен, если он продавался за последние 365 дней. В противном случае он считается снятым с продажи.
- Если элемент - не сезонный товар, то элемент активен, если он продавался за последние 90 дней. В противном случае он считается снятым с продажи.

Распознаватель состояния товара запускается либо в ручном режиме для выбранной категории или как автоматизированный процесс в планировщике задач для одной или нескольких категорий с установленным интервалом.

Для запуска Распознавателя состояния товара в ручном режиме:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на категории, для которой нужно запустить Распознаватель состояния товара. Откроется контекстное меню.



6. Для просмотра товаров в категории, состояние которых изменилось (из активного на "прекращено" и наоборот) нажмите правой кнопкой мыши на категории и выберите **Просмотр сведений о состоянии товаров**. Откроется страница **Сведения о состоянии товаров**.

Old status      New status

**Product Status Change Details**

Actions: [View Log](#)    Report: [Product Status Change Approval](#)    Edit: [Edit](#)    Category: [ARRANGEMENTS\\_BOUQUETS\\_BALLOONS](#)    Search: [New Status](#)    [Find](#)

Old Status	New Status	Product Name
Active	Discontinued	ASC 9" CLASSICO BUDVASE
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRSH BQT DOZ ROSE 60/40 50CM
Active	Discontinued	FRSH BQT DOZ ROSE 60/40 50CM

7. Нажмите **Просмотр журнала**, чтобы вернуться на страницу **Журнал заданий для состояния товаров**.

---

## Глава 6. Атрибутирование для моделирования

Определение атрибутов означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в файле информации о товаре (PIF).

Определение атрибутов означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в файле информации о товаре (PIF). Этот процесс готовит категории товаров к моделированию спроса.

### Темы, связанные с данной

“Экспорт файла PIF”

Пользователь может экспортировать информацию о товаре в файл Microsoft Excel, который называется файлом информации о товаре (PIF).

“Редактирование содержимого и определение атрибутов” на стр. 108

Определение атрибутов в PIF по сути означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в PIF.

“Импорт файла PIF” на стр. 125

Используйте эту процедуру для импорта PIF.

“Выполнение окончательных проверок” на стр. 129

После определения атрибутов в PIF и повторного импорта в OpenLink пользователь выполняет окончательные проверки, чтобы обеспечить пригодность информации о продукте к моделированию.

“Создание взаимосвязей групп спроса” на стр. 140

Взаимосвязи групп спроса помогают статистическому аналитику улучшить процесс моделирования.

“Отметить категории с атрибутами” на стр. 146

Используйте эту процедуру для отметки категорий с атрибутами.

“Уведомление специалистам по моделированию” на стр. 150

После определения атрибутов можно сообщить специалистам по моделированию о том, что категория готова к моделированию.

“Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров” на стр. 151

Перед тем, как выполнять перемоделирование категории, новым добавленным товарам следует присвоить группы по спросу.

---

### Экспорт файла PIF

Пользователь может экспортировать информацию о товаре в файл Microsoft Excel, который называется файлом информации о товаре (PIF).

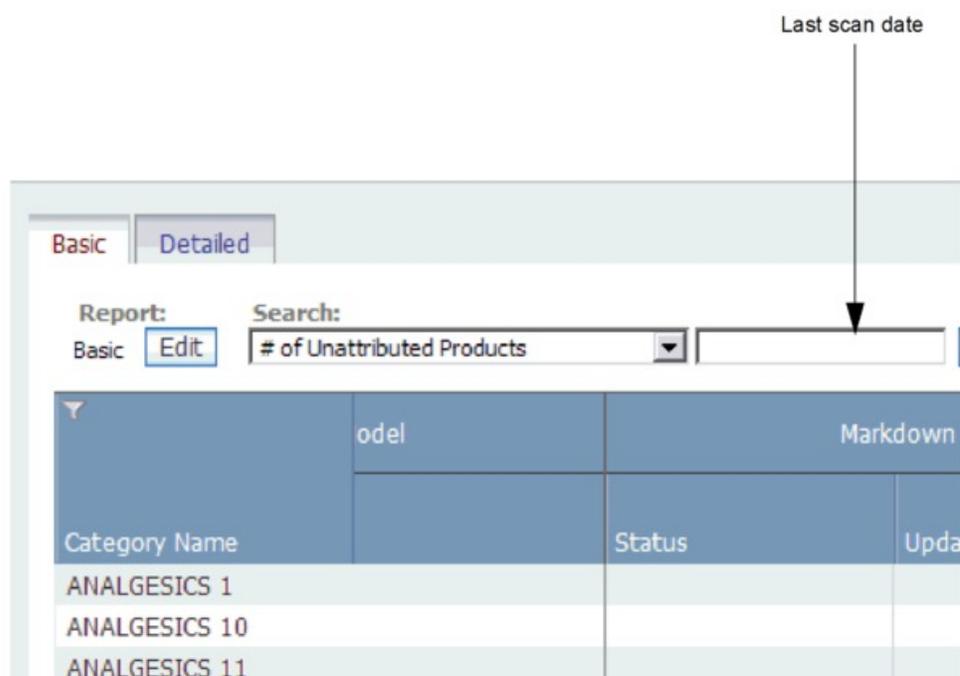
Пользователь может экспортировать информацию о товаре в файл Microsoft Excel, который называется файлом информации о товаре (PIF). Пользователь экспортирует файл PIF из OpenLink, выполняет с ним определенные действия, после чего импортирует его обратно в OpenLink. Текущие значения в базе данных товаров будут использованы для заполнения столбцов атрибутов в PIF, которые пользователь затем может редактировать. Столбцы, в которых отсутствуют значения, отображаются пустыми, и в них пользователь может вводить собственные значения. После экспорта важно не изменять структуру столбцов PIF в файле Excel для обеспечения целостности данных и ввиду ограничений импорта. См. дополнительную информацию о столбцах атрибутов в “Таблица атрибутов” на стр. 109.

В полученном файле PIF пользователь может выбирать столбцы с атрибутами товара и определять их порядок. Выбранные столбцы с атрибутами будут также отображаться на странице **Редактирования содержимого**. Доступные для выбора столбцы атрибутов считаются опциональными, не обязательными для моделирования. Например, столбцы типа "класс бренда" или "семейство бренда" в основном используются в правилах IBM Price Optimization, а столбцы с кодом 1-го уровня/описанием представляют собой уровни иерархии товаром покупателя, которые часто используются для определения групп по спросу.

Товары могут автоматически распределяться по группам линеек, классам и семействам размеров в процессе экспорта PIF. Если пользователь выберет сохранение существующих значений, товары будут добавляться в существующие группы. Также будут сохранены все существующие назначения. Если пользователь не сохранит существующие значения, новые группы линеек будут создаваться на основе брендов, единиц измерения и базовой стоимости/цены; взаимосвязи размеров будут создаваться на основе названий/описаний товаров, брендов и объемов измерения. Данная функция будет особенно полезна, когда в приложении нет предварительных значений, и взаимосвязи линеек и размеров создаются впервые. Дополнительную информацию смотрите в теме “Автоматическое назначение групп линеек и связей по размерам” на стр. 107. Обратите внимание, что товары можно также закреплять, выбрав опцию **Назначить взаимосвязь товара** в контекстном меню на странице **Менеджер категорий**.

**Примечание:** Перед экспортом проверить следующее:

- Запущен Распознаватель состояния товара
- Дата последнего сканирования прошла недавно. Дату последнего сканирования можно посмотреть в столбце **Последнее сканирование** на странице **Менеджер категорий (OpenLink > Менеджер категорий)**



- Дата последнего расчета Сводной статистики прошла недавно. Сводная статистика включает статистическую информацию, например, о продажах объемах. Если

расчет Сводной статистики давно не выполнялся, можно обновить информацию, создав автоматический процесс в Планировщике задач для одной или нескольких категорий.

**Примечание:** Сводная статистика изначально запускается из Планировщика задач. При первом запуске Сводная статистика будет обновлена на основе данных точки продажи за 2 года. После этого они будут автоматически обновляться после каждой загрузки данных по точкам продажи, и не будет нужно создавать задачу. Дату последнего расчета сводной статистики можно посмотреть в столбце **Последний расчет сводной статистики** на странице **Менеджер категорий (OpenLink > Менеджер категорий)** на вкладке **Подробно**.

Last Summary  
Statistics run date

Category Name	Category Type	Total # of Products	Product Moving Category	Last Summary Status Run	Last Scan	Max Weeks to Retire Link	Total # of Linked New Products	Total # of Inventory
ARRANGEMENTS_BOU...	Modeled	1578		Aug 31, 2006	Jan 6, 2007		0	
AUDIO_VIDEO_HOME_...	Modeled	133		Aug 10, 2006	Jan 6, 2007		0	
AUTOMOTIVE_GH	Modeled	171		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
AUTOMOTIVE_WHSE	Modeled	26		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
BABYFOOD_FORMULA...	Modeled	876		Jan 10, 2007	Jan 6, 2007		0	
BABY_ACCESSORIES	Modeled	322		Aug 2, 2006	Jan 6, 2007		0	
BABY_NEEDS	Modeled	222		Jul 14, 2006	Jan 6, 2007		0	
BACON	Modeled	170		May 9, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKED_GOODS_FROZEN	Modeled	243		Sep 18, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKERY_SWEET	Modeled	880		Nov 22, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKING_BULK	Modeled	83		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
BAKING_MIXES_SYRUPS	Modeled	766		Oct 2, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKING_MIXES_TIF	Modeled	697		Jul 3, 2006	Jan 6, 2007		0	

#### Темы, связанные с данной

“Таблица атрибутов” на стр. 109

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

“Автоматическое назначение групп линеек и связей по размерам” на стр. 107

Товары могут автоматически распределяться по группам линеек, классам и семействам размеров в процессе экспорта PIF.

“Экспорт файла PIF в Excel”

Используйте эту процедуру для экспорта PIF.

## Экспорт файла PIF в Excel

Используйте эту процедуру для экспорта PIF.

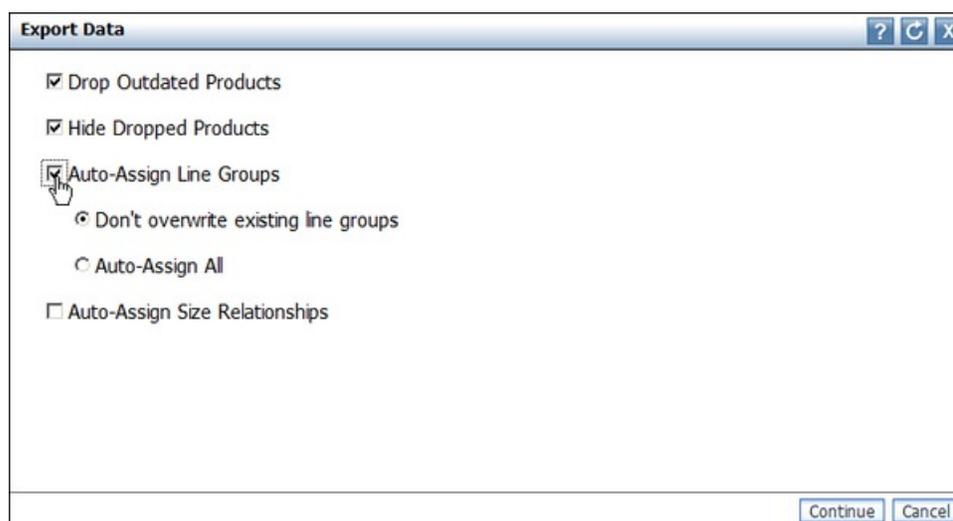
### Об этой задаче

Чтобы экспортировать файл PIF:

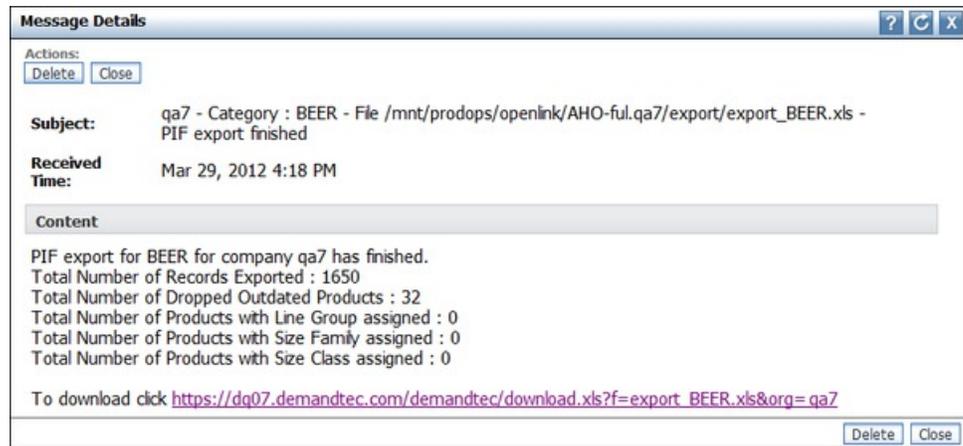
### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.

2. Нажмите правой кнопкой мыши на категории, которую нужно экспортировать и выберите **Экспорт данных**. Диалоговое окно **Экспорт данных** отображается по умолчанию с установленными опциями **Исключить устаревшие товары** и **Скрыть исключенные товары**.
3. Оставьте установленной опцию **Исключить устаревшие товары**, чтобы исключить устаревшие товары из задачи по моделированию. Данные товары не будут включаться в файл экспорта. Устаревшими считаются товары, последнее сканирование которых выполнялось до периода (104 недели по умолчанию). Если снять данный флажок, все товары, для которых назначена данная категория, будут экспортированы, их значения изменяться не будут.
4. Оставьте установленной опцию **Скрыть исключенные товары**, чтобы не включать товары, исключенные из категории, в экспортируемый файл PIF. Если снять данный флажок, исключенные ранее товары будут включены в экспортируемый файл PIF.



5. Установите флажок **Автоматически назначать группы линеек** или **Автоматически назначать взаимосвязи размеров** или оба флажка, чтобы назначать товарам из базы данных группы линеек, классы и семейства по размерам. Установите **Не переписывать существующие группы линеек**, чтобы сохранить существующие назначения и назначать товары в существующие группы. Если нужно выполнить сброс существующей информации по группам и автоматически сгенерировать все группы линеек, выберите "Выполнить автоматическое назначение для всех". Приложение OpenLink создаст новые связи по линейкам и по группам на основе атрибутов товаров и статистики точки продажи.
6. Щелкните по **Продолжить**. На почтовый аккаунт пользователя (экспортировавшего PIF) и в окно входящих уведомлений, или на оба адреса будет отправлено автоматически-сгенерированное электронное письмо, если пользователь подписан на получение уведомлений о завершении экспорта PIF. В электронном письме будет содержаться ссылка на PIF. Смотрите раздел "Входящие оповещения" на стр. 25 для получения дополнительной информации о подписке на оповещения.



7. Выберите ссылку, чтобы скачать и открыть файл PIF.

## Автоматическое назначение групп линеек и связей по размерам

Товары могут автоматически распределяться по группам линеек, классам и семействам размеров в процессе экспорта PIF.

Товары могут автоматически закрепляться за Группами линеек, классами и семействами по размерам в процессе экспорта PIF или после выбора опции **Назначить связи продукта** на странице **Менеджер категорий**. Общий обзор данной функции см. “Экспорт файла PIF” на стр. 103; инструкции по активации данной функции в диалоговом окне **Экспорт данных** см. “Экспорт файла PIF в Excel” на стр. 105.

**Примечание:** Если при экспорте PIF связи по линейкам и размерам назначаются автоматически, база данных заполняется соответствующими значениями, а затем считывается в файл PIF. Если нужно очистить или изменить рекомендованные значения, пользователь должен сначала изменить их в PIF, а затем импортировать PIF, что приведет к обновлению значений в базе данных. Если запустить процесс из **Менеджера категорий**, база данных будет также обновлена. Для того, чтобы удалить или изменить рекомендованные значения, пользователю нужно редактировать их на странице **Редактирования содержимого**, после чего сохранить отчет.

Новые группы линеек создаются на основе бренда, объема измерения и базовой стоимости/цены. Связи по размерам создаются на основе названия/описания продукта, бренда, и объема измерения. Ниже описывается логика назначения групп линеек и связей по размерам:

- Группа линеек - Два продукта попадают в одну группу линеек, если они одного бренда, имеют похожую стоимость (разница в пределах 5%), и объем (разница до 2%).
- Семейство по размерам - Два продукта попадают в одно семейство по размерам, если они одного бренда и имеют похожее описание. Описания продуктов сопоставляются в следующем порядке:
- Каждое описание продукта разбивается на список допустимых слов. Допустимое слово - слово, не являющееся названием бренда или единицей измерения, длиной  $\geq 3$ , без специальных символов типа \*, % и пр.
- Определяется уровень "приблизительного совпадения" между допустимыми словами разных продуктов. Поиск приблизительных совпадений является процедурой обработки слов естественного языка. В упрощенном виде это значит, что MILK совпадает с MLK и пр.

- Определяется максимальное количество совпадений для каждого товара, если количество совпадений  $\geq 2$ , например, когда между описаниями товаров больше двух слов. Также должны совпадать бренды.
- Класс по размерам - Класс по размерам назначается в пределах семейства по размерам с различием размеров 10%. Например, предположим, что в нашем семействе по размерам есть три товара размеров 2, 4 и 8, для них мы назначаем размеры малый, средний и большой. Если размеры 20, 40 и 80, классы назначаются аналогичным образом. Если есть только размеры 20 и 40, распределяются классы малый и большой, соответственно. Если есть размеры 2, 4, 8, 16, назначаются размеры экстрамалый, малый, большой и экстрабольшой, соответственно. Средний размер назначается только, когда количество товаров в семействе по размерам является нечетным.

#### **Темы, связанные с данной**

“Экспорт файла PIF” на стр. 103

Пользователь может экспортировать информацию о товаре в файл Microsoft Excel, который называется файлом информации о товаре (PIF).

“Экспорт файла PIF в Excel” на стр. 105

Используйте эту процедуру для экспорта PIF.

---

## **Редактирование содержимого и определение атрибутов**

Определение атрибутов в PIF по сути означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в PIF.

Определение атрибутов в PIF по сути означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в PIF. Пользователь также выполняет редактирование и очистку данных в PIF с целью обеспечения последовательности и исправления ошибок. Данные задачи помогут обеспечить точное моделирование.

**Примечание:** Важно не удалять какие-либо столбцы в PIF. Новые добавленные столбцы распознаваться не будут.

**Примечание:** PIF не требуются для оптимизации скидок.

#### **Темы, связанные с данной**

“Ознакомление с файлом PIF” на стр. 109

Файл информации о товаре (PIF) является электронной таблицей Excel, содержащей информацию об атрибутах товара, требуемую для процесса моделирования.

“Таблица атрибутов” на стр. 109

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

“Понятие категории” на стр. 113

Следующие ресурсы можно использовать для изучения товара и категории.

“Исключение товаров” на стр. 114

Так как удаление товаров из PIF не является оптимальным вариантом, пользователь может просто ввести значение в файле PIF, чтобы исключить товар.

“Заполнение структур групп по спросу” на стр. 115

Группы по спросу - группы товаров с высокой степенью взаимозаменяемости.

“Унификация размеров и единиц измерения” на стр. 116

Информация о размерах и единицах измерения, поступающая из источника данных, не всегда пригодна для моделирования.

“Очистка названий брендов” на стр. 117

Назначение брендов является очень важным моментом в процессе определения атрибутов, чтобы обеспечить последовательное выполнение правил брендов.

“Атрибуты Ежедневная оптимизация цен и ежедневное управление ценами” на стр. 117

Атрибуты связей продуктов не обязательны в процессе моделирования, но используются в правилах Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами.

## Ознакомление с файлом PIF

Файл информации о товаре (PIF) является электронной таблицей Excel, содержащей информацию об атрибутах товара, требуемую для процесса моделирования.

Файл информации о товаре (PIF) является электронной таблицей Excel, содержащей информацию об атрибутах товара, требуемую для процесса моделирования. Это удобный формат для определения атрибутов содержимого.

Префикс заголовка столбца в PIF обозначает предназначение информации, например база данных моделирования или оптимизации. Иногда информация поступает одновременно в две области.

Ниже приводится пример экспортированного файла PIF:

1	Ref UPC	Ref Customer	PreIncluded in Model	Model Category	Description	MC Demand Group	Demand Group
2	00004690000102	00004690000102	Yes	CANNED BEANS	RANCH STYLE BEANS		STHWST_BEAN
3	00001119438166	00001119438166	No	CANNEDDRYSOAS	S&W OVEN BKD BEANS		BAKED_BEANS
4	00001119438489	00001119438489	No	CANNEDDRYSOAS	S W CHILI BEANS		CHILI_BEANS
5	00001119438588	00001119438588	No	CANNEDDRYSOAS	S W BBQ TX RANCH STYLE BE		STHWST_BEAN
6	00001119438596	00001119438596	No	CANNEDDRYSOAS	S W MAPLE SUGAR BEANS		BAKED_BEANS
7	00001119439164	00001119439164	No	CANNEDDRYSOAS	S&W CECI BEANS (CHK PS)		CHICK_PEAS
8	00001119439305	00001119439305	No	CANNEDDRYSOAS	S W CHICK PEAS CECI BEANS		CHICK_PEAS
9	00001300045160	00001300045160	Yes	CANNEDDRYSOAS	HEINZ VEGETARIAN BEANS		BAKED_BEANS
10	00001760008802	00001760008802	Yes	CANNEDDRYSOAS	CASA FIESTA REFRIED BEANS		REFRIED_BNS
11	00002000010967	00002000010967	Yes	CANNEDDRYSOAS	GRN GIANT BLACK BEANS FRL		BLACK_BEANS
12	00002000011174	00002000011174	Yes	CANNEDDRYSOAS	GREEN GIANT RED BEANS		RED_BEANS
13	00003470041410	00003470041410	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN DARK RED KIDNEY BEA		KIDNEY_BEAN
14	00003470042317	00003470042317	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN BAKED BEANS		BAKED_BEANS
15	00003470042417	00003470042417	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN BAKED BEANS		BAKED_BEANS
16	00003470058410	00003470058410	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN S PURPLE HULL PEAS		BLACKEYD_PS
17	00003470059410	00003470059410	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN S CROWDER PEAS		BLACKEYD_PS
18	00003470062410	00003470062410	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN S BLACKEYES WITH SN		BLACKEYD_PS
19	00003470081410	00003470081410	Yes	CANNEDDRYSOAS	ALLEN LIGHT RED KIDNEY BEA		KIDNEY_BEAN
20	000036393950100	000036393950100	Yes	CANNEDDRYSOAS	GLORY FOODS BLACK EYED P		BLACKEYD_PS
21	000036393950400	000036393950400	Yes	CANNEDDRYSOAS	GLORY FOODS SSND GRT NRT		SOUPBEANS
22	000036393950500	000036393950500	Yes	CANNEDDRYSOAS	GLORY FOODS SEASONED FLI		BLACKEYD_PS
23	000036393950600	000036393950600	Yes	CANNEDDRYSOAS	GLORY FOODS SEAS FLD PS V		BLACKEYD_PS
24	000036393950800	000036393950800	Yes	CANNEDDRYSOAS	GLORY FOODS SEASONED BTI		BUTTER_BEAN
25	00003940001368	00003940001368	Yes	CANNEDDRYSOAS	BUSH S FRESH BLACKEYE PE		BLACKEYD_PS

**Примечание:** Номенклатурный префикс **Ref** в столбце означает, что информация составляется только для справки, и не должна изменяться.

### Темы, связанные с данной

“Таблица атрибутов”

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

### Таблица атрибутов

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF. Выделенные строки указывают на атрибуты, которые доступны для редактирования или должны быть заполнены в PIF.

Имя атрибута	Описание атрибута	Допустимые значения для категории - как заполнять PIF	Источник данных - откуда берутся данные для предварительного заполнения?
Опорный UPC	UPC розничного продавца	Не изменять.	UPC, определяемый розничным продавцом
Опорный пользовательский ключ товара	Система нумерации продуктов розничного продавца. Если отсутствует, по умолчанию используется значение UPC.	Не изменять.	UPC или ID розничного продавца, как определено в карте
Не утверждено	Указывает, или группа по спросу, автоматически присвоенная новому продукту с момента последнего моделирования категории, была утверждена (см. "Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров" на стр. 151)	Да или Нет	Группа по спросу модели в столбце группы по спросу. Перед утверждением можно изменить на другую группу по спросу.  Отображается, только если дано разрешение на автоматическое назначение продуктам групп по спросу, активирующее просмотр продуктов, для которых назначение выполнено автоматически.
Дата автоматического назначения	Дата автоматического назначения Группы по спросу для нового продукта (см. "Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров" на стр. 151)	Не изменять.	Группа по спросу назначается автоматически в зависимости от того, как атрибуты нового продукта соотносятся с существующими группами по спросу.  Отображается, только если дано разрешение на автоматическое назначение продуктам групп по спросу, активирующее просмотр продуктов, для которых назначение выполнено автоматически.
Включить в модель	Указывает, или продукт нужно включать в моделирование Цен/ Спецпредложений	Да или Нет (когда для продукта прекращен статус модели)	Состояние модели товара

Описание	Описание продукта, которое передается в Ежедневное управление ценами	Числовой/буквенный	Описание розничного продавца. Если у розничного продавца предусмотрено больше одного описания, сверить с картой.
Группа спроса	Собрание товаров с высокой степенью взаимозаменяемости	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов.	Значение по умолчанию - группа DEFAULT_demand
Размер	Размер (Объем измерения), который будет использоваться для моделирования на уровне розничного продавца/ подразделения/ категории. Данный размер можно вычислить.	Цифровой. Если бонусные продукты не предусмотрены, включает базовый размер+бесплатное количество. (Убедитесь, что код Класса по размерам сгруппирован с базовым объемом измерения бесплатных продуктов).	Файл товара розничного продавца
UOM	Единица измерения, которая будет использоваться для моделирования и оптимизации на уровне розничного продавца/категории. Единица измерения должна быть согласованной с Группой запроса.	Буквенный CT, OZ, LOAD, SHEET, LB	Файл товара розничного продавца
Бренд	Скорректированный/ рассчитанный бренд, который будет использоваться при моделировании. Бренды можно оптимизировать в PIF или на странице разбивки категорий OpenLink.	Буквенный, без недопустимых символов (&, /, *)	Файл товара розничного продавца
Производитель	Заданный пользователем изготовитель товара. Данный атрибут можно определять в PIF или в окне редактирования содержимого.	Буквенный, без недопустимых символов (&, /, *)	Н/Д

Опорное состояние DT	Определяется путем объединения результатов применения правил Распознавателя состояния продуктов. При сканировании продукта в любом месте, опорное состояние DT становится активным.	Не изменять.	На основе результатов Распознавателя состояния продуктов.
Опорное состояние клиента	Состояние товара при отправке розничным продавцом	Не изменять.	Файл состояния местоположения Розничного продавца; по умолчанию является АКТИВНЫМ, если не отправлено значение
Опорная текущая розница	Среднее значение текущих розничных цен по магазинам за последние 12 месяцев, если таковые загрузались	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Опорная средняя цена просмотра	Средняя цена сканирования, взвешенная по объему, за последние 12 месяцев на основе данных POS	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Опорная цена на единицу измерения	Опорная средняя цена/размер сканирования	Не изменять.	Н/Д
Опорная стоимость	Средняя цена сканирования, взвешенная по объему, за последние 12 месяцев на основе данных POS	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Опорный средний еженедельный объем	Средний недельный объем по всем магазинам за последние 12 месяцев на уровне сети. Если в IBM Omni-Channel Merchandising нет записи за неделю, объем не будет считаться нулевым.	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Опорный общий доход	Общий доход товара	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Опорная первая дата просмотра	Первое сканирование продукта в данной категории (по всем магазинам)	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца

Опорная последняя дата просмотра	Последнее сканирование продукта в данной категории (по всем магазинам). Если последний файл POS был получен в понедельник, 20.01.2003, а последнее сканирование продукта было в пятницу, 10.01.2003, Последняя дата сканирования = 1/10/2003.	Не изменять.	Из данных сканирования POS розничного продавца
Описание учетных кодов покупателей уровня 1-6	Описание учетного кода покупателя уровня 1-6. Очень полезно для присвоения названий группам по спросу, так как иногда иерархия покупателей воспроизводит структуру группы по спросу.	Не изменять.	Из данных товара розничного продавца
Содержит атрибуты	Указывает, есть ли у товара атрибуты.	1 - Да 0 - Нет	Состояние атрибутов продукта.  Заполняется, если категория продукта была помечена как снабженная атрибутами на странице менеджера по категориям, или если столбец "содержит атрибуты" установлен для продукта на странице редактирования содержимого.
Опорный ID товара	Присвоенный уникальный ID артикула	Не изменять.	Генерируется системой
Опорная категория товара	Название категории розничного продавца	Не изменять.	Из данных товара розничного продавца

#### Темы, связанные с данной

“Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров” на стр. 151  
 Перед тем, как выполнять перемоделирование категории, новым добавленным товарам следует присвоить группы по спросу.

## Понятие категории

Следующие ресурсы можно использовать для изучения товара и категории.

Чтобы ознакомиться с товарами и категорией, рекомендуется просмотреть весь файл PIF. Это очень полезно для понимания смысла эквивалентных единиц, размеров и покупательских привычек для данных товаров. Для своего обучения пользователь может обращаться к следующим ресурсам:

- Собеседование с менеджером категории - Менеджер категории - ценный источник информации. Обход магазина или собеседование с Менеджером категории - хороший способ ознакомиться с категорией перед началом определения атрибутов. Это поможет понять товар, ориентироваться в рекламе товара, определить неизвестные или новые товары в категории.
- Обход магазина - Обход магазина может дать ценную информацию, особенно когда требуется выделение структур подкатегорий. Сотрудничество с менеджером по категории может помочь в понимании стратегии оптимизации и способов оптимизации цен.
- Всемирная паутина - На данных сайтах предлагаются руководства пользователя, информация о товарах вплоть до сведений об эквивалентных единицах, а также ценных предпочтениях и древа принятия решений:
- UPCdatabase.com
- Веб-сайт вашей компании
- Веб-сайт изготовителя
- Ввод конкретного УТК в поисковую систему по выбору пользователя, как то Google, Yahoo!, MSN, и пр.

## Исключение товаров

Так как удаление товаров из PIF не является оптимальным вариантом, пользователь может просто ввести значение в файле PIF, чтобы исключить товар.

Неактивные или устаревшие товары можно исключить, чтобы они не учитывались в процессе моделирования и оптимизации. Так как удаление товаров из PIF не является оптимальным вариантом, пользователь может просто ввести значение в файле PIF, чтобы исключить товар.

Как правило, товары исключаются из файлов PIF по следующим причинам:

- Определение атрибутов требуется не для всех товаров в PIF. Так как OpenLink выполняет экспорт всех товаров в файл информации о товаре поставщика, независимо от данных точки продажи, товары могут попадать в PIF, но никогда не будут использоваться в процессах моделирования или оптимизации. Чтобы определить такие товары в, пользователю нужно обращать внимание на следующее:
- Опорное состояние покупателя или Опорное состояние DT = Прервано
- Дата последнего сканирования > 90 дней до последнего сканирования товара из категории
- Средний недельный объем меньше или равен одной единице
- Товары не предназначены для продажи - Розничные продавцы часто указывают непродажные товары в списках товаров для снабжения. Такие наименования, как листовки, витринные образцы и транспортные приспособления включаются в PIF, хотя для них не нужно определять атрибуты, поскольку они не продаются и не влияют на соотношения в модели.
- Невозможно идентифицировать товары- Иногда случается, что описания товара недостаточно для того, чтобы определить его Универсальный товарный код (УТК). Так как в PIF содержатся как активные, так и изъятые из продажи товары,

часто УТК не удастся найти ни на одном сайте. При возникновении данной проблемы, проверьте поле состояния покупателя. Если там указано "прекращено", исключите товар.

Чтобы исключить товар, введите **Нет**, в столбце **Включать в модель**. После этого товар не будет учитываться в процессе моделирования, что также исключит товар из процесса оптимизации.

C
<b>Included in Model</b>
Yes
No

← Enter No in the Included in Model column

При импорте PIF все исключенные товары будут автоматически перемещены в группу спроса ИСКЛЮЧЕННЫЕ ИЗ МОДЕЛИРОВАНИЯ (если активирована соответствующая настройка системы). Если товар вручную переместить в данную группу спроса в файле PIF, значение **Включать в модель** автоматически установится на **Нет** после импорта PIF. Если данная системная настройка не активирована, исключенные товары будут оставаться в существующей группе по спросу.

**Примечание:** Системную настройку для автоматического перемещения исключенных товаров в группу спроса ИСКЛЮЧЕННЫЕ ИЗ МОДЕЛИРОВАНИЯ не следует активировать, если исключенные товары регулярно включаются в группы правил и действия по ценообразованию в IBM Price Optimization и IBM Price Management. Это объясняется тем, что автоматическое перемещение данных товаров в группу спроса ИСКЛЮЧЕННЫЕ ИЗ МОДЕЛИРОВАНИЯ и НЕ ПОДЛЕЖАЩИЕ МОДЕЛИРОВАНИЮ может привести к нарушению правил в зависимости от назначений других товаров в группе правила.

Если позже пользователь захочет включить товар в процесс моделирования, указав **Да** вместо **Нет** в столбце **Включать в модель** в файле PIF, нужно будет также указать новую группу по спросу для товара. Товары без группы по спросу будут автоматически перемещаться в группу спроса по умолчанию вместе с новыми товарами.

## Заполнение структур групп по спросу

Группы по спросу - группы товаров с высокой степенью взаимозаменяемости.

Группы по спросу - группы товаров с высокой степенью взаимозаменяемости. Цена и спецпредложения одного из товаров в этой группе непосредственно влияют на спрос других товаров. Названия групп по спросу могут содержать до 50 символов. Примеры групп по спросу - ЯЙЦА КРУПНЫЕ, ЯИЧНЫЙ ЗАМЕНИТЕЛЬ и ДИЕТИЧЕСКИЕ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ. В PIF группы по спросу назначаются в столбце **Группы по спросу**.

Перед заполнением групп по спросу обратите внимание на следующее:

- Сезонные товары должны находиться в отдельной группе по спросу

- Товары должны быть похожего размера: пробные размеры и промышленные размеры (действительно крупные партии) должны быть в отдельной группе по спросу
- Товары должны иметь похожие ориентировочные цены, так как они **ВЫСОКОЙ** взаимозаменяемости
- Подумайте: Как товары располагаются на полке - что видит покупатель, когда принимает решение о покупке?
- Подумайте: Какие товары будут вытесняться, если сделать спецпредложение по какому-либо товару?
- Всегда помните о том, как средний покупатель выбирает товар в Вашем магазине

Ниже несколько советов по заполнению групп по спросу в PIF:

- Указывайте группы по спросу в поле "Группы по спросу"
- Используйте пользовательские фильтры
- Используйте информацию полей уровня REF (иерархия товаров)
- Перемещайте или скрывайте столбцы в PIF, чтобы разместить нужную информацию рядом

Несколько правил ввода названий групп по спросу:

- Длиной до 50 символов
- Только буквенно-цифровые символы
- В названиях групп по спросу все буквы должны быть **ЗАГЛАВНЫМИ**
- Определяйте группы по спросу небольшого размера:
- Как общее правило, группы по спросу должны содержать от 15 до 20 товаров
- По возможности не допускайте групп по спросу с одним товаром
- Для различения групп по спросу используйте суффиксы:
- PRM = Премиум (например, LOTION\_PRM)
- ECON = Экономный (например, LOTION\_ECON)
- TS = Пробник (например, LOTION и LOTION\_TS)
- IND = Промышленный или очень большой размер (например, TOMATO\_SAUCE и TOMATO\_SAUCE\_IND)

## Унификация размеров и единиц измерения

Информация о размерах и единицах измерения, поступающая из источника данных, не всегда пригодна для моделирования.

Информация о размерах и единицах измерения, поступающая из источника данных, не всегда пригодна для моделирования. Чтобы в процессе моделирования применить правильный размер и единицу измерения, следует понимать поведение потребителя. Например, данные о шоколадных батончиках поступает в следующем виде:

- Батончик Херши с миндалем 170 грамм
- Батончик Милки-Вей 150 грамм
- Батончик "Три мушкетера" 175 грамм

Но покупатель не платит за батончик по граммам. Он выбирает одну учетную единицу - шоколадный батончик. Следовательно, размер должен быть равен 1, а единица измерения - учетная единица (UE).

В другом примере данные о стиральных средствах поступают в следующем виде:

- Тайд 3,6 кг (32 загрузки) - \$9.99

- Тайд Ультра 1,8 кг (32 загрузки) - \$9.99
- Тайд 1,8 кг (16 загрузок) - \$5.99

Покупатель не платит за килограммы в упаковке. На самом деле покупатель платит за количество загрузок, на которое хватит каждого товара. Изменив размер и единицу измерения на количество загрузок, товары можно унифицировать и отношение между размеров/единицей измерения и ценой становится более осмысленным.

Использование двух единиц измерения в одной группе по спросу не желательно, хотя иногда требуется. Например, средство для удаления лака измеряется как по граммам, так и по учетным единицам. Если товар последовательно распределяется в каждой единице измерения, проблема может и не возникнуть. В процессе моделирования каждой единице измерения будет назначено уникальное эквивалентное значение. Тем не менее, если для единицы измерения не будет достаточной выборки, может произойти искажение средней цены для такой единицы измерения.

## Очистка названий брендов

Назначение брендов является очень важным моментом в процессе определения атрибутов, чтобы обеспечить последовательное выполнение правил брендов.

Назначение брендов является очень важным моментом в процессе определения атрибутов, чтобы обеспечить последовательное выполнение правил брендов. Обратите внимание на следующие примеры:

- Бренд может представлять собой производителя, а не собственно бренд. В отдельных категориях, например крупы, поле **Бренд** на самом деле содержит название производителя (например, General Mills, а не Cheerios). Название бренда в PIF нужно изменить таким образом, чтобы оно отображало фактическое название бренда, которое поддерживает применение правил Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами.
- Название бренда указывается не последовательно. Названия брендов часто применяются непоследовательно (например, Natural Grain встречается как NaturalGrain и Natural Grain, или Starkist встречается как Strkst. SK, или Stkst), так как в течение многих лет управлением категории могли заниматься разные люди.
- Иногда название бренда не указывается, и его нужно вводить в PIF.

## Атрибуты Ежедневная оптимизация цен и ежедневное управление ценами

Атрибуты связей продуктов не обязательны в процессе моделирования, но используются в правилах Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами.

Атрибуты связей продуктов не обязательны в процессе моделирования, но используются в правилах Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами. Если планируется создавать сценарии оптимизации в ценовом приложении, данные дополнительные атрибуты следует включать в файл информации о продукте (PIF). Данным дополнительным атрибутам можно присваивать значения, тогда как команда по моделированию осуществляет обработку моделей для обязательных атрибутов, описанных в Глава 6, “Атрибутирование для моделирования”, на стр. 103.

Атрибуты связей с продуктами устанавливают соотношения между ценообразованием разных групп, размеров, брендов и других типов классов в оптимизированных сценариях.

**Примечание:** Продукты, не включенные в процесс моделирования в PIF, будут все равно включаться в оптимизированные сценарии во время Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами, если им были присвоены атрибуты связей продуктов, и если они все еще активны. Если нужно исключить продукт из процедуры ценообразования, он не должен иметь атрибутов связи с продуктами.

#### **Темы, связанные с данной**

Глава 6, “Атрибутирование для моделирования”, на стр. 103

Определение атрибутов означает назначение групп по спросу, определение размеров, единиц измерения и других атрибутов для продуктов в файле информации о товаре (PIF).

“Таблица Атрибуты”

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов для связей продуктов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

“Понятие категории” на стр. 113

Следующие ресурсы можно использовать для изучения товара и категории.

“Назначение групп линеек” на стр. 122

Группа ценовых линеек состоит из "похожих" товаров, которым назначается одинаковая цена, например, запахи или вкусы одного продукта.

“Назначение семейств и классов по размеру” на стр. 122

Семейство или Класс размеров обеспечивают, что в процессе Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами будут рекомендоваться более высокие цены для больших размеров, чем для меньших, а усредненные цены больших партий будут меньше, чем цены для меньших партий одного и того же товара.

“Назначение семейства и класса бренда” на стр. 124

Название семейства бренда объединяет продукты, класс бренда служит для различения продуктов в рамках бренда.

“Назначение другого Семейства № 1 & 2 и другого Класса № 1 & 2” на стр. 124

Другое семейство/класс часто используются для создания связей, поддерживающих различные стратегии ценообразования, например "хороший-лучший-наилучший" или "самой низкой цены".

### **Таблица Атрибуты**

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов для связей продуктов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

В таблице ниже даются описания столбцов атрибутов для связей продуктов, допустимые значения и источники для предварительного заполнения данных в файлах PIF.

Имя атрибута	Описание атрибута	Допустимые значения для категории - как заполнять PIF	Источник данных - откуда берутся данные для предварительного заполнения?
--------------	-------------------	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

Класс размера	Используется в IBM OpenLink или IBM Price Management. Каждому элементу в Семействе по размеру присваивается номер/уровень: 8 унций = МАЛЫЙ, 16 унций = СРЕДНИЙ, 24 унций = БОЛЬШОЙ	Допустимые форматы классов по размеру - классы по размеру, заданные для категории в IBM Price Management. Если классы по размеру еще не определены, используйте значения по умолчанию (XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL XXX-SMALL); позже их можно будет изменить в IBM Price. Максимум 50 символов.  В класс по размеру не следует включать бонусные продукты или пробные размеры или размер дорожной продукции.	Пусто
Семейство размеров	Используется в IBM OpenLink или Price Optimization. Семейство по размерам используется для того, чтобы определить правила ценообразования для различных размеров одного продукта в абсолютном (например, Малый < Средний < Большой) и относительном измерении (например, приобретать большой размер должно быть выгоднее, чем средний).	Буквенный, максимум 50 символов	Пусто
Класс бренда	Значение, помогающее различать два продукта в рамках семейства. В данном случае класс бренда служит для различения продуктов в семействе бренда.	НАЦИОНАЛЬНАЯ, ПРИВАТНАЯ МАРКА или определяется по необходимости, максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца, обычно пустой

Семейство брендов	Значение, соединяющее два товара в целях сравнения с помощью правил. Семейством бренда, как правило является типоразмер продукта, который служит для сравнения между брендами.	Буквенный, без недопустимых символов (&, /, *), максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца, обычно пустой
Группа линеек	Группа линеек по цене, отправленная розничным продавцом	Буквенно-цифровой, без пробелов и недопустимых символов (&, /, *), максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца
С предустановленной ценой	Указывает, или продукт имеет предварительно установленную цену, которая определяется розничным продавцом. Указывается 1, если продукт имеет предустановленную цену. Цена продуктов с предустановленной ценой НЕ БУДЕТ изменяться во время оптимизации.	Товар с предварительно заданной ценой = 1  Товар без предварительно заданной цены = 0	По умолчанию 0; если значение поступает от розничного продавца, 1 означает продукт с предустановленной ценой
Другой класс1	Значение, помогающее различать два продукта в рамках семейства. В этом случае Другой класс1 служит для различения продуктов в пределах Другого семейства1.	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов	Пусто
Другое семейство1	Значение, соединяющее два товара в целях сравнения с помощью правил. Группировка продуктов в Другое семейство1 может осуществляться по любой характеристике продукта.	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов	Пусто

Другой класс2	Значение, помогающее различать два продукта в рамках семейства. В этом случае Другой класс2 служит для различения продуктов в пределах Другого семейства2.	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов	Пусто
Другое семейство2	Значение, соединяющее два товара в целях сравнения с помощью правил. Группировка продуктов в Другое семейство2 может осуществляться по любой характеристике продукта.	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов	Пусто

### Проверка товаров с предварительно назначенными ценами

Для позиций с предварительно назначенными ценами следует определить правило, запрещающее изменение цены во время оптимизации.

Товары с предварительно установленной ценой имеют штамп фиксированной цены. К данным товарам применяется ценовое регулирование с целью обеспечить, что цены на товары не превышают проштампованную цену. В результате этого, для данных товаров следует определить правило, запрещающее изменение цены во время оптимизации.

В столбце **Предварительное назначение цены** в PIF указывается 1 или 0 (Товар с предварительно установленной ценой =1; Товар без предварительно установленной цены = 0. Большинство товаров не имеет предварительно установленной цены, хотя в некоторых категориях (например, соленые снеки) позиций с предустановленной ценой довольно много.



продукта (например, цена Twinlab Vitamin C 30 СТ будет меньше, чем Twinlab Vitamin C 60 СТ, но для упаковки на 60 стоимость одной таблетки будет меньше). Выгоднее покупать товар большими партиями.

Изменить семейство и класс по размерам можно на экране **Редактировать содержимое**. Более подробную информацию смотрите в разделе “Изменение контента на странице Изменить контент” на стр. 136.

**Примечание:** Названия семейства по размерам должны использоваться только в пределах одного бренда.

Пример ниже демонстрирует использование семейства и класса по размерам:

Product Description	Demand Group	Brand	Size	UOM	Size Family	Size Class
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	8	OZ	Contadina Sauce	SMALL
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	15	OZ	Contadina Sauce	MEDIUM
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	24	OZ	Contadina Sauce	LARGE
Contadina Tomato Sauce	Ind_tomato_sauce	Contadina	128	OZ		
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	8	OZ	PL Sauce	SMALL
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	15	OZ	PL Sauce	MEDIUM
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	24	OZ	PL Sauce	LARGE
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	8	OZ	Hunts Sauce	SMALL
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	15	OZ	Hunts Sauce	MEDIUM
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	24	OZ	Hunts Sauce	LARGE

В этом примере именно семейство по размеру (Contadina Sauce) объединяет данные три продукта. Класс по размеру (малый, средний, большой) выделяет каждый продукт в пределах семейства. Класс по размеру может иметь следующие значения:

- XXX-SMALL
- XX-SMALL
- X-SMALL
- SMALL
- MEDIUM
- LARGE
- X-LARGE
- XX-LARGE
- XXX-LARGE

**Примечание:** Бесплатный продукт не следует рассматривать как продукт большего размера. Например, емкость шампуня 12 унций и емкость на 15 унций (12+3 бесплатно) являются по сути одним размером.

Порядок назначения семейства и класса по размеру:

## Процедура

1. Отсортируйте PIF по бренду, а затем по размеру.

**Примечание:** Если для продуктов имеются описания, можно сначала отсортировать по описаниям продуктов.

2. Старайтесь выделять естественные группы и схемы назначения. Обращайте внимание на бонусные продукты и внимательно проверяйте цены.

## Назначение семейства и класса бренда

Название семейства бренда объединяет продукты, класс бренда служит для различения продуктов в рамках бренда.

### Об этой задаче

Значения семейства и класса бренда используются в процессах Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами. Название семейства бренда объединяет продукты, класс бренда служит для различения продуктов в рамках бренда.

Пример ниже демонстрирует использование семейства и класса бренда:

Product Description	Demand Group	Brand	Size	UOM	Brand Family	Brand Class
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	8	OZ	8 oz	National
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	15	OZ	15 oz.	National
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	24	OZ	24 oz.	National
Contadina Tomato Sauce	Ind_tomato_sauce	Contadina	128	OZ		
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	8	OZ	8 oz	Private
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	15	OZ	15 oz.	Private
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	24	OZ	24 oz.	Private
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	8	OZ	8 oz	National
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	15	OZ	15 oz.	National
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	24	OZ	24 oz.	National

Чтобы назначить семейство и класс бренда:

### Процедура

1. Отсортируйте PIF по размеру, а затем по бренду.
2. Старайтесь выделять естественные группы и схемы назначения.

## Назначение другого Семейства № 1 & 2 и другого Класса № 1 & 2

Другое семейство/класс часто используются для создания связей, поддерживающих различные стратегии ценообразования, например "хороший-лучший-наилучший" или "самой низкой цены".

Другое семейство и другой класс позволяют установить дополнительные связи, когда семейство/класс бренда уже использованы. Другое семейство/класс часто используются для создания связей, поддерживающих различные стратегии ценообразования, например "хороший-лучший-наилучший" или "самой низкой цены".

Другое семейство/класс может использоваться для задач различных правил ценообразования, в которых:

- Семейства объединяют продукты, которые связываются оп размеру
- Класс служит для различения продуктов в рамках семьи

В IBM Omni-Channel Merchandising предусмотрены два набора значений другого семейства/другого класса, поэтому указано другое семейство 1/другой класс 1 и другое семейство 2/другой класс 2.

**Примечание:** Другое семейство 1 следует использовать с другим классом 1, то же касается пары №2, иначе правило не будет срабатывать при оптимизации.

В примерах ниже иллюстрируется использование значений другого семейства/класса:

Пример 1: Стратегия "хороший-лучший-наилучший (эконом вариант и премиум-вариант), где целью розничного продавца было следующее:

- Бренд соломы = хороший
- Бренд бревен = лучший
- Бренд кирпичей = наилучший

Product Description	Size / Unit of Measure	Other Family 1	Other Class 1
Straw	1 count	1 ct building material	Good
Straw	4 count	4 ct building material	Good
Straw	8 count	8 ct building material	Good
Sticks	1 count	1 ct building material	Better
Sticks	4 count	4 ct building material	Better
Sticks	8 count	8 ct building material	Better
Brick	1 count	1 ct building material	Best
Brick	4 count	4 ct building material	Best
Brick	8 count	8 ct building material	Best

Пример 2: Стратегия минимальной цены, при которой продавец хотел, чтобы товар одного бренда был самым дешевым из имеющихся в продаже, независимо от стратегий в данной категории:

Бренд с минимальной ценой = Супер-экономия

Product Description	Size / Unit of Measure	Other Family 1	Other Class 1
Cottonelle	Single	Single	Other
Cottonelle	4 pack	4 pack	Other
Cottonelle	8 pack	8 pack	Other
Charmin	Single	Single	Other
Charmin	4 pack	4 pack	Other
Charmin	8 pack	8 pack	Other
Super Saver	Single	Single	Low
Super Saver	4 pack	4 pack	Low
Super Saver	8 pack	8 pack	Low

## Импорт файла PIF

Используйте эту процедуру для импорта PIF.

## Об этой задаче

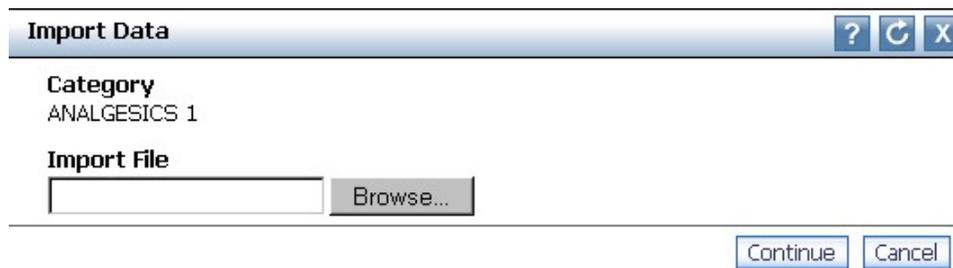
После заполнения всех значений в PIF его можно импортировать обратно в OpenLink. Далее следуют несколько полезных советов перед импортом:

- Сохраните PIF в легко запоминаемом месте
- Файл PIF можно импортировать в открытом и закрытом состоянии
- Удалите все формулы (Специальная вставка > Значения)
- Выключите все фильтры в файле PIF
- Удалите все дополнительные столбцы (перемещение столбцов можно оставить)
- Удалите все дополнительные таблицы на рабочем листе Excel

Чтобы импортировать файл PIF:

## Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на категории, которую нужно импортировать, и выберите **Импорт данных**. Появится диалоговое окно **Импорт данных**.



3. Нажмите на **Обзор**, чтобы найти файл PIF.
4. Щелкните по **Продолжить**. На почтовый аккаунт пользователя (импортирующего PIF) и в окно входящих уведомлений, или на оба адреса будет отправлено автоматически-сгенерированное электронное письмо, если пользователь подписан на получение уведомлений о завершении импорта PIF. Смотрите раздел “Входящие оповещения” на стр. 25 для получения дополнительной информации о подписке на оповещения.

**Примечание:** Если сразу после нажатия **Продолжить** программа выдает ошибку, проверьте следующее:

- PIF является первой таблицей на рабочем листе Excel
  - Название PIF (название рабочего листа Excel) не является слишком длинным
5. Откройте электронное письмо, чтобы просмотреть сообщение о состоянии импорта. В нем будет либо указано, что импорт PIF завершен без ошибок, либо будут перечислены ошибки при импорте.
    - Ниже приводится пример сообщения об успешном выполнении:

**Subject:** edu1.edu - File 6\_6\_export\_ORAL+CARE+1\_answers.xls - PIF import finished  
**Received Time:** Feb 10, 2009 4:47 PM

**Content**

PIF import for company edu1.edu has finished.  
Number of Records Imported : 402  
Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:

---

Total Processed Records = 402  
Total Imported Records = 402

- Есть примеры сообщений об ошибках:

1.

PIF import for company edu1.edu has finished.  
Number of Records Imported : 402  
Number of records with null mandatory fields: 1

Column Description	Sheet Name	Row #	Column #
Demand Group	Sheet0	34	6

Additional Information:  
Detect invalid size class [MEDIUM], all valid size classes are: XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL, XXX-SMALL.  
Number of products skipped because of size class invalid: 1  
And in line this error occurs, Line number: 48  
Total Processed Records = 402  
Total Imported Records = 402

This means that a Demand Group is blank

This indicates that the size class 'MEDIUM' is invalid. In this case, it was misspelled in the PIF.

2.

PIF import for company sas1.com has finished.  
Number of Records Imported : 0  
Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:  
UPC productid not match, productid [163371], skipping Line 3 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163453], skipping Line 4 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [364835], skipping Line 5 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163446], skipping Line 6 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [364928], skipping Line 7 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [362048], skipping Line 8 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163622], skipping Line 9 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [364290], skipping Line 10 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163444], skipping Line 11 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [363844], skipping Line 12 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163468], skipping Line 13 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163474], skipping Line 14 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163687], skipping Line 15 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163403], skipping Line 16 in the Sheet[Sheet1]  
UPC productid not match, productid [163557], skipping Line 17 in the Sheet[Sheet1]

The file was likely sorted inaccurately.

3.

PIF import for company sas1.com has finished.  
Number of Records Imported : 261  
Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:  
You do not currently have permissions to access this product's category in database. Product UPC: 0000016333\_003, Category Name: GM\_PET\_CARE, skipping Line 215, Sheet: Sheet1  
You do not currently have permissions to access this product's category in database. Product UPC: 0000016330\_003, Category Name: GM\_PET\_CARE, skipping Line 220, Sheet: Sheet1

Total Processed Records = 263  
Total Imported Records = 261

This means the products were moved to a different category that you do not have permission to access. This is the only reason that you can delete products from a PIF.

- Во всех трех случаях можно изменить файл PIF, чтобы исправить ошибки и повторно импортировать PIF.

---

## Выполнение окончательных проверок

После определения атрибутов в PIF и повторного импорта в OpenLink пользователь выполняет окончательные проверки, чтобы обеспечить пригодность информации о продукте к моделированию.

После определения атрибутов в PIF и повторного импорта в OpenLink пользователь выполняет окончательные проверки, чтобы обеспечить пригодность информации о продукте к моделированию.

В отчете **Работоспособность модели** содержатся метрические показатели, отображающие состояние активных моделей, которые используются в службах Ежедневной оптимизации цен, Ежедневного управления ценами, Планирования & оптимизации спецпредложений для данной категории. Он помогает пользователю определить, когда требуется перемоделирование или обновление моделей на основе граничных значений, задаваемых пользователем.

### Темы, связанные с данной

“Расчет эквивалентных единиц”

Проверка методом эквивалентных единиц позволяет находить товары, которые не соответствуют ограничениям высокой взаимозаменяемости товаров.

“Проведение проверок целостности” на стр. 133

Проверки целостности для группы по спросу и бренда выполняются на странице **Разбивки категории**.

“Редактирование содержимого” на стр. 135

Можно выполнять заключительное редактирование информации о продукте.

“Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров” на стр. 151

Перед тем, как выполнять перемоделирование категории, новым добавленным товарам следует присвоить группы по спросу.

“Просмотр работоспособности модели” на стр. 138

Отчет **Работоспособность модели** позволяет понять, как изменения в хронологии продаж и ассортименте для категорий влияют на ранее построенные модели для этих категорий.

## Расчет эквивалентных единиц

Проверка методом эквивалентных единиц позволяет находить товары, которые не соответствуют ограничениям высокой взаимозаменяемости товаров.

Так как группы по спросу - группы товаров с высокой степенью взаимозаменяемости, цены товаров должны быть достаточно близкими. Например, зубная щетка за 2,59 доллара и электрическая зубная щетка за 34,99 доллара не должны быть в одной группы по спросу.

Проверка методом эквивалентных единиц позволяет находить товары, которые не соответствуют ограничениям высокой взаимозаменяемости товаров. Считается, что товары не соответствуют ограничениям, если их размеры равны или превышают 50% от среднего размера по группе, или если их эквивалентная цена равна или меньше, чем 5% от ценового отношения.

Расчет эквивалентных единиц можно запустить на странице **Менеджера категорий** или **Рабочего пространства категорий**.

### Темы, связанные с данной

“Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Менеджера категорий”  
Используйте эту процедуру, чтобы запустить Эквивалентные единицы из  
страницы **Менеджер категорий**.

“Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Рабочего пространства  
категорий” на стр. 131  
Используйте эту процедуру, чтобы запустить Эквивалентные единицы из  
страницы **Рабочее пространство категорий**.

## Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Менеджера категорий

Используйте эту процедуру, чтобы запустить Эквивалентные единицы из страницы  
**Менеджер категорий**.

### Об этой задаче

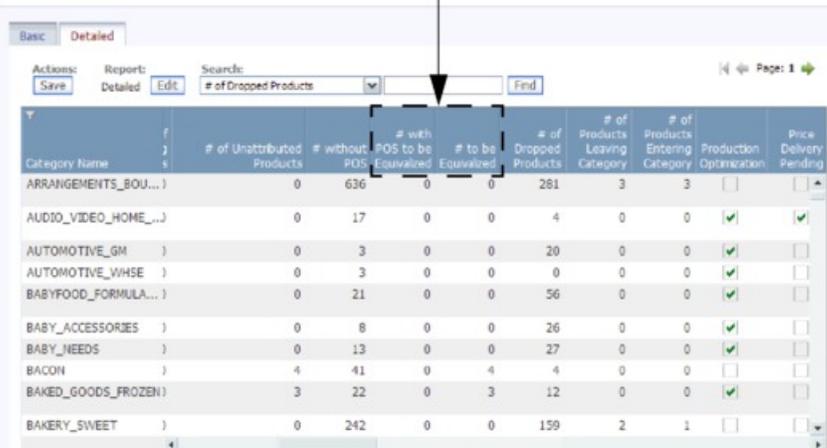
Чтобы запустить расчет эквивалентных единиц из страницы **Менеджера категорий**:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница  
**Администратор категорий**.

В столбце **Количество продуктов с POS, для которых следует рассчитать эквивалентные единицы** на вкладке **Подробно** показано количество продуктов с данными POS, для которых следует выполнить расчет эквивалентных единиц перед тем, как категория может считаться Завершенной в процессе определения атрибутов. Страницу можно также настроить на отображение столбца **Общее количество продуктов для расчета эквивалентных единиц**, в котором показано общее количество продуктов для которых следует выполнить расчет эквивалентных единиц. Данная информация может быть полезной для категорий, не включенных в модель.

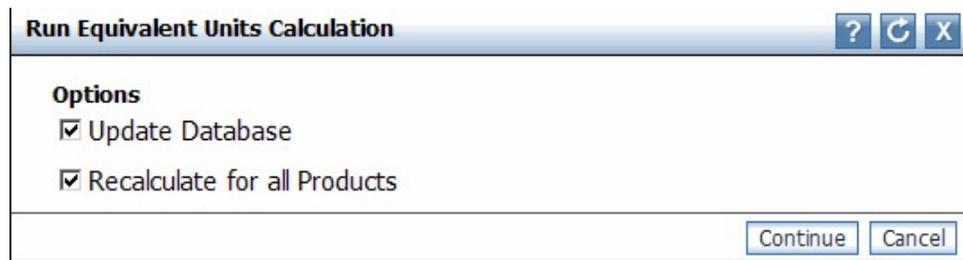
# with POS to be Equivalized and # to be Equivalized columns



Category Name	# of Unattributed Products	# without POS	# with POS to be Equivalized	# to be Equivalized	# of Dropped Products	# of Products Leaving Category	# of Products Entering Category	Production Optimization	Price Delivery Pending
ARRANGEMENTS_BOU...	0	636	0	0	281	3	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AUDIO_VIDEO_HOME...	0	17	0	0	4	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
AUTOMOTIVE_GM	0	3	0	0	20	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AUTOMOTIVE_WHSE	0	3	0	0	0	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABYFOOD_FORMULA...	0	21	0	0	56	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABY_ACCESSORIES	0	8	0	0	26	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABY_NEEDS	0	13	0	0	27	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BACON	4	41	0	4	4	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BAKED_GOODS_FROZEN	3	22	0	3	12	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BAKERY_SWEET	0	242	0	0	159	2	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Нажмите правой клавишей мышки на категорию и выберите **Выполнить расчет эквивалентных единиц**. Появится диалоговое окно **Выполнение расчета**

эквивалентных единиц.



3. Установите **Обновлять базу данных**, чтобы значения эквивалентных единиц обновлялись в базе данных моделирования. Это действие следует выполнять до моделирования, а также во время процессов обновления и оптимизации поднабора.
4. Установите **Пересчитывать для всех продуктов**, чтобы эквивалентные единицы пересчитывались для всех продуктов в категории. Будут обновлены все существующие эквивалентные единицы в категории, данное действие следует выполнять только для начальной оптимизации или полного перемоделирования категории.

**Примечание:** Опция **Пересчитать для всех товаров** удаляет коэффициенты моделирования для категорий, которые уже были смоделированы.

5. Нажмите кнопку **ОК**. Программа проверит соблюдение ограничений для всех цен за единицу и размеров товаров.

**Примечание:** Опции **Обновлять базу данных** и **Пересчитывать для всех товаров** следует выбрать при подготовке к моделированию. В других случаях нужно устанавливать только опцию **Обновлять базу данных**.

## Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Рабочего пространства категорий

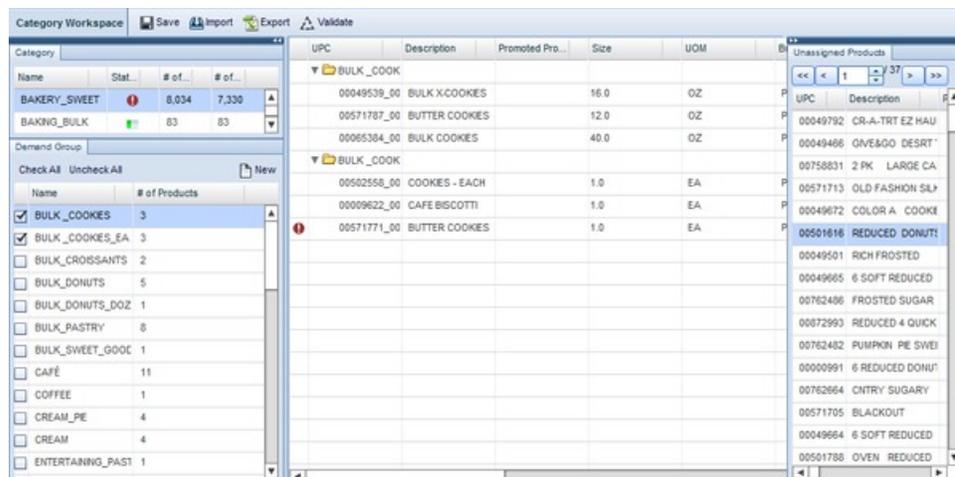
Используйте эту процедуру, чтобы запустить Эквивалентные единицы из страницы **Рабочее пространство категорий**.

### Об этой задаче

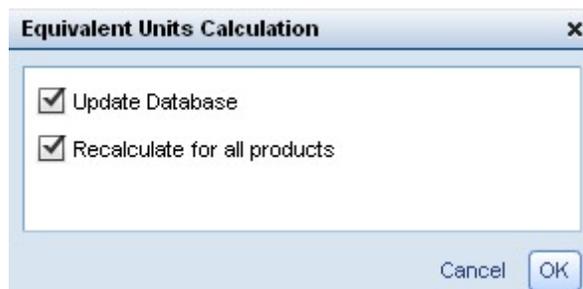
Чтобы запустить расчет эквивалентных единиц из страницы **Рабочего пространства категорий**:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Рабочее пространство Категория**, откроется страница **Рабочее пространство Категория**.



3. Выберите категорию на панели **Категории**, после чего выберите одну или несколько групп по спросу на панели **Группы по спросу**. В списке **Присвоенные товары** по середине страницы будут показаны все товары в выбранных группах по спросу. Все продукты из группы по спросу по умолчанию будут показаны на панели **Товары без назначений**.
4. Нажмите кнопку **Проверка** в верхней части страницы и выберите **Проверка эквивалентных единиц**. Появится диалоговое окно **Выполнение расчета эквивалентных единиц**.



5. Установите **Обновлять базу данных**, чтобы значения эквивалентных единиц обновлялись в базе данных моделирования. Это действие следует выполнять до моделирования, а также во время процессов обновления и оптимизации поднабора.
6. Установите **Пересчитывать для всех продуктов**, чтобы эквивалентные единицы пересчитывались для всех продуктов в категории. Будут обновлены все существующие эквивалентные единицы в категории, данное действие следует выполнять только для начальной оптимизации или полного перемоделирования категории.

**Примечание:** Опция **Пересчитать для всех товаров** удаляет коэффициенты моделирования для категорий, которые уже были смоделированы.

7. Нажмите кнопку **ОК**. Программа проверит соблюдение ограничений для всех цен за единицу и размеров товаров. Во время проверки на кнопке **Проверка** будет отображаться надпись 'Выполняется проверка', и все панели станут доступными только для чтения.
8. Щелкните по **Обновить**. После завершения проверки будут выделены поля с ошибками в назначенных товарах и товарах без назначений. При наведении указателя на поле появится подсказка с описанием ошибки. После изменения значения поля повторно выполните проверку эквивалентных единиц.

**Примечание:** Поскольку столбцы на панели **Товары без назначений** не доступны для редактирования, поля с ошибками нужно обновлять на странице **Редактирования содержимого**. Чтобы посмотреть продукты без назначений на данной странице отфильтруйте категорию по "группе спроса по умолчанию".

**Примечание:** Опции **Обновлять базу данных** и **Пересчитывать для всех товаров** следует выбрать при подготовке к моделированию. В других случаях нужно устанавливать только опцию **Обновлять базу данных**.

## Проведение проверок целостности

Проверки целостности для группы по спросу и бренда выполняются на странице **Разбивки категории**.

### Об этой задаче

Проверки целостности для группы по спросу и бренда выполняются на странице **Разбивки категории**. Исправления могут вноситься для новых товаров или для отдельных изменений товаров на странице **Редактирования содержимого** или в PIF.

Вы можете проверить следующее:

- Группы по спросу, в которых используется несколько единиц измерения
- Не принятые ошибки поиска эквивалентных товаров (размер и цена)
- Несколько товаров в группе спроса по умолчанию
- Товары в группе спроса по умолчанию, для которых выполнялось сканирование
- Дублирование названий брендов из-за орфографических ошибок или аномалий данных

Чтобы провести проверку целостности:

### Процедура

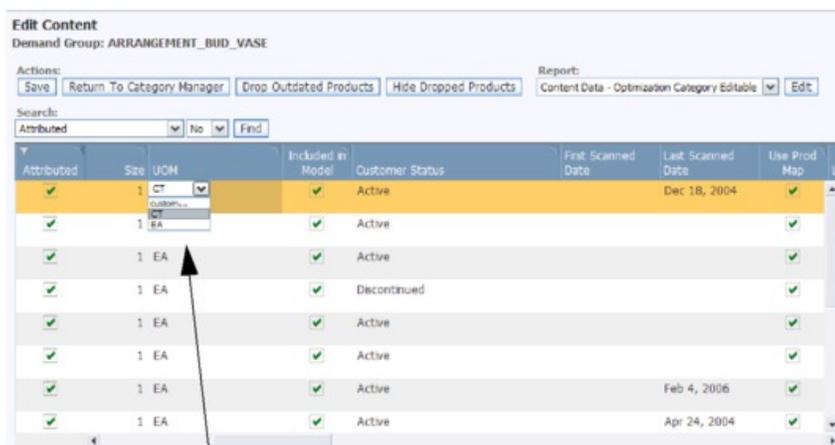
1. Выберите **OpenLink > Менеджер категорий**, откроется страница **Менеджер категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой мыши по категории и выберите **Разбиение категории**. Появится страница **Разбиение категории**.

Model Category	Demand Group	Unit of Measure	# of Products	# of Products with Unaccepted Equiv Errors	# without POS
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_BUD_VASE	EA	15	11	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_CORSAGE	EA	6	0	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_EXTRA_LARGE	EA	61	35	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_LARGE	EA	60	39	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_MEDIUM	EA	138	88	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_PREMIUM	EA	6	3	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_SMALL	EA	22	15	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_VASE	EA	8	4	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUETS_PREMIUM	EA	33	6	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_EXTRA_LARGE	EA	66	26	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_LARGE	EA	99	0	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_MEDIUM	EA	138	74	0

3. Чтобы проверить элементы, связанные с группой по спросу, выберите **Разбивка категории - Группа по спросу** в выпадающем меню **Отчет**. В отчете о группах по спросу будут перечислены все группы по спросу в категории модели.
4. Объединение групп по спросу. Просмотрите структуры групп по спросу, чтобы проверить отсутствие отклонений в названиях групп по спросу. Также, группы по

спросу, которые раньше были отдельными (например, ПЕЧЕНЬЕ С НИЗКИМ СОДЕРЖАНИЕМ ЖИРА и ПЕЧЕНЬ БЕЗ ЖИРА) можно объединить в одну группу по спросу.

5. Проверьте на наличие нескольких единиц измерения в одной группе по спросу. В случае ошибки нажмите правой кнопкой мыши на строку с ошибкой и выберите **Редактировать содержимое**, чтобы открыть страницу **Редактирование содержимого**.
6. Найдите товары, для которых отличается единица измерения и нажмите на столбце **Единица измерения**, чтобы изменить.



The screenshot shows the 'Edit Content' page for 'Demand Group: ARRANGEMENT\_BUD\_VASE'. It features a table with columns: 'Attributed', 'Size', 'UOM', 'Included in Model', 'Customer Status', 'First Scanned Date', 'Last Scanned Date', and 'Use Prod Map'. The 'UOM' column has a dropdown menu open, showing options like 'EA', 'EA', 'EA', 'EA', 'EA', 'EA', 'EA', and 'EA'. An arrow points to this dropdown menu.

You can change the units of measure in the drop-down lists that appear when you click in the UOM column.

7. На странице **Редактирования содержимого** пользователь может прокрутить страницу вправо, чтобы проверить продукты в группе спроса по умолчанию на предмет сканирования.
8. При наличии не принятых ошибок поиска эквивалентов количество товаров с такими ошибками будет отображаться в столбце **Количество товаров с не принятыми ошибками поиска эквивалентов** на странице **Разбивки категории**. Чтобы исправить ошибки, нажмите правой кнопкой мыши на группе по спросу и выберите **Просмотр подробностей поиска эквивалентов**, чтобы открыть **Подробности поиска эквивалентов**.
9. Найдите товары, для которых отмечен флажок **Содержит ошибки** и прокрутите страницу вправо, чтобы посмотреть, какой флажок установлен: **Ошибка цены** или **Ошибка размера**. Ошибкой цены считается наличие цены, которая больше, чем в пять раз превышает среднюю цену в группе по спросу или составляет менее одной пятой средней цены в группе по спросу (цена определяется либо по текущей розничной цене, либо по базовой цене точки продажи). Ошибкой размера считается наличие эквивалентной единицы с размером, который больше, чем в 10 раз превышает средний размер в группе по спросу, либо составляет менее 0,1 от среднего размера в группе по спросу.
10. Чтобы исправить ошибку, нажмите правой кнопкой мыши на строку с ошибкой и выберите **Редактировать содержимое**, чтобы открыть страницу **Редактирование содержимого**. Появится диалоговое окно **Изменение единицы измерения** или **Изменение группы по спросу**.
11. Измените единицу измерения или группу по спросу и нажмите **Продолжить**, чтобы сохранить изменения.

12. Чтобы проверить элементы, связанные с брендом, выберите **Разбивка категории - Бренды** в выпадающем меню **Отчет**. В отчете по брендам перечислены все бренды, которые содержатся в категории модели.
13. Ищите бренды с неправильным написанием. В данном отчете пользователь может нажать на названии бренда в столбце **Бренды**, чтобы выбрать правильное название из выпадающего списка.

Category Breakdown  
 Category: ARRANGEMENTS\_BOUQUETS\_BALLOONS; # DemandGroups: 58; # Model Categories: 2; # Brands: 2; # Unit of Measures: 2;

Actions: Save Return To Category Manager Category: ARRANGEMENTS\_BOUQUETS\_BALLOONS Report: Category Breakdown - Brands Edit

Search: # of Products Find

Brand	# of Products	# of Products with Unaccepted Equity Errors	# without POS
NOT_PROVIDED	9	1	8
PRIVATE_LABEL	1569	47	628

You can choose a correct brand name in the Brand column

## Редактирование содержимого

Можно выполнять заключительное редактирование информации о продукте.

Заключительное редактирование информации о продукте пользователь может выполнить на странице **Редактирование содержимого** или **Рабочее пространство категории**. Большинство полей доступно для редактирования. Файл PIF отображается онлайн как на странице **Редактирования содержимого**, так и на страницах **Рабочего пространства категории**. Дополнительная информация об этой странице приведена в разделе “Изменение контента на странице Рабочее пространство Категория” на стр. 136.

**Примечание:** Любые изменения, внесенные при редактировании содержимого, могут изменить число продуктов с данными POS, подлежащих проверке на эквивалентность. Повторно выполнять проверку методом эквивалентных единиц следует после стабилизации всех данных, и когда значение в столбце **Количество продуктов с POS, для которых следует рассчитать эквивалентные единицы** на вкладке **Подробно** на странице **Менеджер категорий** равно нулю. Дополнительную информацию смотрите в теме “Расчет эквивалентных единиц” на стр. 129.

**Примечание:** Для доступа к страницам **Редактирование содержимого** и **Рабочее пространство категории** пользователю нужно выбрать **Разрешить определение атрибутов**.

### Темы, связанные с данной

“Изменение контента на странице Рабочее пространство Категория” на стр. 136  
 На странице **Рабочее пространство категории** пользователь может в одном месте просматривать товары из разных категорий, изменять атрибуты и группировать товары в различные группы по спросу.

“Расчет эквивалентных единиц” на стр. 129

Проверка методом эквивалентных единиц позволяет находить товары, которые не соответствуют ограничениям высокой взаимозаменяемости товаров.

“Изменение контента на странице Изменить контент”  
Используйте эту процедуру для изменения контента.

## Изменение контента на странице Изменить контент

Используйте эту процедуру для изменения контента.

### Об этой задаче

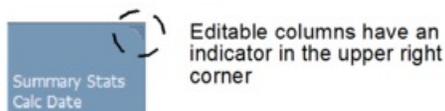
Чтобы изменить контент:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Изменить контент**, откроется страница **Изменить контент**.

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803003826	CANON LS-100TS BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803009538	CANON LS-270 BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963011004	SEIKO SPELL CHECKER	SPELL_DICT_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963054025	SEIKO DICTIONARY	DEFAULT_DEMAND_G...	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143249	ROYAL 52KB MEMORY PERSONAL ORGANIZER	PERS_ORGANIZER	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143812	ROYAL BASIC HANDHELD CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143843	ROYAL X60 DUAL POWER DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143850	ROYAL DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447144307	ROYAL WS22 DESKTOP WEATHER STATION	WEATHER_DSKTP	1

3. В выпадающем меню **Отчет** выберите отчет **Все товары**.
4. В доступном для редактирования столбце щелкните в поле для изменения значения. Появится либо выпадающее меню, либо редактируемое поле.



5. Щелкните по **Сохранить** в верхнем левом углу для сохранения изменений.

## Изменение контента на странице Рабочее пространство Категория

На странице **Рабочее пространство категории** пользователь может в одном месте просматривать товары из разных категорий, изменять атрибуты и группировать товары в различные группы по спросу.

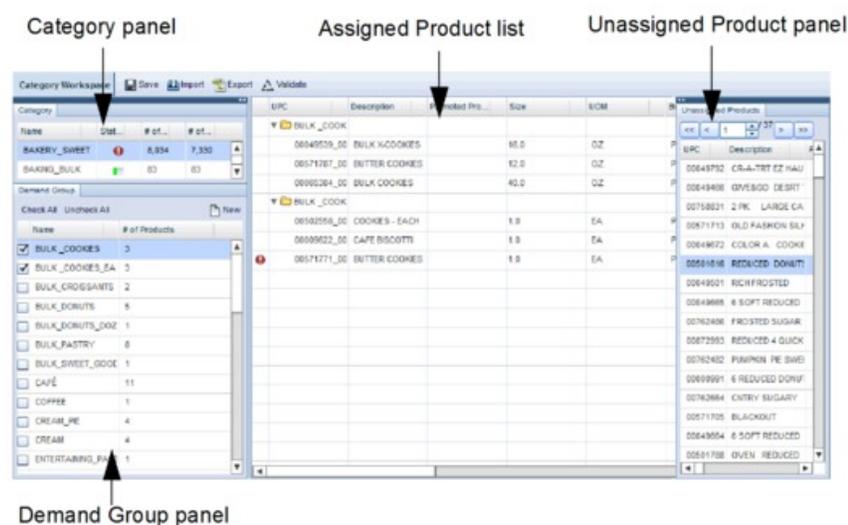
### Об этой задаче

На странице **Рабочее пространство категории** пользователь может в одном месте просматривать товары из разных категорий, изменять атрибуты и группировать товары в различные группы по спросу. Пользователь может легко перемещать товары в другие категории или группы по спросу простым перетягиванием мышкой.

**Примечание:** Для доступа к странице **Рабочее пространство категории** требуется **Разрешить определение атрибутов**.

В **Рабочем пространстве категории** есть четыре основных области:

- Панель **Категория** - Отображает список категорий и количество товаров в каждой категории, количество не назначенных товаров и состояние категории. При наведении мышки на значок ошибки отображается количество ошибок проверки, включая ошибки размера, и средней цены сканирования. Обратите внимание, что если количество ошибок проверки равно нулю, возможно, проверка не выполнялась.
- Панель **группы по спросу** - Показывает все группы по спросу в категории, а также количество товаров в каждой группе по спросу.
- Список **Назначенные товары** - Показывает все товары в выбранной группе по спросу.
- Панель **Товары без назначения** - Показывает все товары в выбранной категории, для которых не была назначена группа по спросу



Чтобы изменить контент:

## Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Рабочее пространство Категория**, откроется страница **Рабочее пространство Категория**.
3. Выберите категорию на панели **Категории**, после чего выберите одну или несколько групп по спросу на панели **Группы по спросу**. В списке **Присвоенные товары** по середине страницы будут показаны все товары в выбранных группах по спросу. Все продукты из группы по спросу по умолчанию будут показаны на панели **Товары без назначений**.
4. В доступном для редактирования столбце в списке **Назначенный товар** щелкните в поле для изменения значения. Появится либо выпадающее меню, либо редактируемое поле.

Будут выделены поля с ошибками проверки, например столбец **Размер**. При наведении указателя на поле появится подсказка с описанием ошибки. После изменения значения в поле следует повторно выполнить **Проверку эквивалентных единиц** (см. дополнительную информацию в “Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Рабочего пространства категорий” на стр. 131).

UPC	Description	Promoted Pro...	Size	UOM	Brand	Manufacturer
▼ BACON_CAN						
00308124_00	CANADIAN	33718	5.0	OZ	NEIDER	UNKNOWN
00308023_00	CHUNK	mx1 PPG single cal	12.0	OZ	HORMEL	UNKNOWN
00281169_00	TWIN PK	33718	78.0	OZ	TO	UNKNOWN
00885779_00	SMKD	33718	10.0	OZ	CAM	UNKNOWN

This product has size error, and please update size to remove this error.

5. Щелкните по **Сохранить** в верхнем левом углу для сохранения изменений.

#### Темы, связанные с данной

“Запуск расчета эквивалентных единиц из страницы Рабочего пространства категорий” на стр. 131

Используйте эту процедуру, чтобы запустить Эквивалентные единицы из страницы **Рабочее пространство категорий**.

## Просмотр работоспособности модели

Отчет **Работоспособность модели** позволяет понять, как изменения в хронологии продаж и ассортименте для категорий влияют на ранее построенные модели для этих категорий.

Report: Model Health Edit Search: # of Active Products Find

Health Status	Category	Division	Annual Revenue	# of Active Products	# Weeks since Model	# of New Products	% Volume from New Products	% Revenue from New Products	%
Green	CANNEDDRYISOAKBEANS	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%	
Green	DRYRICE	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%	
Red	BAKINGMIXES	Chain	\$0	0	52	29	0.0%	0.0%	
Yellow	CANNEDMILKORDRY	Chain	\$0	0	52	10	0.0%	0.0%	
Green	DISHDETERGENT	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%	
Green	FROZENBREAKFASTPR...	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%	
Green	MARSHMALLOWS	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%	

Отчет **Работоспособность модели (OpenLink > Model Health)** позволяет понять, как изменения в хронологии продаж и изменения ассортимента для категорий влияют на ранее выполненные модели для этих категорий. В отчете используется выделение цветом (зеленый-желтый-красный) на основе заданных пользователем порогов. Показатели в сочетании с выделением цветом помогут вам определить, когда требуется пере моделирование.

Отдельные показатели, превысившие заданное пороговое значение и вызвавшие изменение состояния, выделены. Типы пороговых значений включают число недель с момента последнего моделирования, процент объема, который составляют новые товары, и процент новых магазинов, открытых с момента последнего моделирования категории. Текущие значения этих показателей выводятся в отчете.

Выделение красным, желтым и зеленым цветом означает:

- Красный - Плохая работоспособность модели - запланируйте пере моделирование в этом месяце

- Желтый - Нормальная работоспособность модели - возможно, следует запланировать перемоделирование в следующем месяце
- Зеленый - (Состояние по умолчанию столбца **Состояние работоспособности**, когда не превышено ни одно пороговое значение) Хорошая работоспособность модели - пока что нет необходимости перемоделирования

Чтобы сконфигурировать пороговые значения для выделения красным, желтым и зеленым цветом, обратитесь к администратору системы. Обычно вычисление работоспособности модели запланировано для запуска каждую неделю, так что показатели обновляются каждую неделю. Частота выполнения этой задачи также задается администратором.

#### Темы, связанные с данной

“Столбцы отчета”

Для получения информации о столбцах отчета в OpenLink используйте эту ссылку.

### Столбцы отчета

Для получения информации о столбцах отчета в OpenLink используйте эту ссылку.

Столбец...	Его значение...
<b>Состояние работоспособности</b>	Красное, Желтое или Зеленое, в зависимости от заданных порогов.  Указывает общую работоспособность модели.
<b>Имя категории</b>	Имя категории
<b>Подразделение</b>	Название подразделения
<b>Годовой доход</b>	Суммарный доход для категории за последний год, вычисляемый как последняя загруженная неделя торговых точек минус один год.  Ранжирует важность категории.
<b>Число новых товаров</b>	Товары, сканирование которых началось позже последнего моделирования категории.  Измеряет изменение ассортимента, связанное с новыми товарами, не включенными в модель.
<b>Число активных товаров</b>	Товары в активном состоянии (как указано при импорте состояния или PSR), просканированные по меньшей мере один раз за последний год.  Указывает размер текущего ассортимента.
<b>Число недель с момента моделирования</b>	Число недель, прошедшее с момента последнего моделирования категории.  Указывает “возраст” используемой модели.
<b>Процент объема от новых товаров</b>	Процент объема категории, представленный новыми товарами, вошедшими в категорию за последние 4 недели по данным торговых точек.  Измеряет изменение ассортимента, связанное с новыми товарами, не включенными в модель.

<b>Процент дохода от новых товаров</b>	<p>Процент дохода категории от новых товаров на торговых точках за последние 4 недели по данным торговых точек.</p> <p>Измеряет изменение ассортимента, связанное с новыми товарами, не включенными в модель.</p>
<b>Процент объема от более не поддерживаемых товаров</b>	<p>Процент объема категории, представленный товарами, которые были сняты с продажи с момента последнего моделирования категории. Этот показатель должен показывать, насколько модель зависела от снятых с продажи товаров. Для этого показателя используется объем категории за последние 90 дней последнего периода моделирования.</p> <p>Измеряет изменение ассортимента, связанное со снятыми с продажи товарами.</p>
<b>Процент дохода от более не поддерживаемых товаров</b>	<p>Процент дохода категории от товаров, которые были сняты с продажи с момента последнего моделирования. Этот показатель должен показывать, насколько модель зависела от снятых с продажи товаров. Для этого показателя используется доход категории за последние 90 дней последнего периода моделирования.</p> <p>Измеряет изменение ассортимента, связанное со снятыми с продажи товарами.</p>
<b>Процент новых магазинов</b>	<p>Процент магазинов, которые были открыты с момента последнего моделирования категории (новых магазинов).</p> <p>Измеряет долю магазинов, отсутствующих в модели.</p>
<b>Дата последнего запуска отчета о работоспособности</b>	<p>Дата последнего вычисления показателей работоспособности категории для данной категории.</p> <p>Это обновление вызывается задачей, запланированной в Планировщике задач. Она может быть настроена для запуска после загрузки данных от торговых точек в зависимости от времени загрузки данных от торговых точек.</p> <p>Показывает, актуальны ли показатели.</p>

## Создание взаимосвязей групп спроса

Взаимосвязи групп спроса помогают статистическому аналитику улучшить процесс моделирования.

Взаимосвязи групп спроса помогают статистическому аналитику улучшить процесс моделирования. В данной матрице обозначаются отношения между группами спроса в рамках одной категории (дополнение, вытеснение или отсутствие взаимосвязи).  
 Дополнение - отношение, при котором группа спроса дополняет другую (например,

шампунь для сухих волос и кондиционер для сухих волос). Вытесняющее отношение возникает, когда одна группа спроса может заменять другую (например, шампунь для нормальных волос и шампунь для жирных волос).

В процессе моделирования данные взаимные отношения используются для установления взаимосвязей между двумя группами спроса в пределах категории. Взаимосвязи можно определять на уровне категории товара или на уровне группы спроса, в зависимости от предпочтений пользователя.

На уровне групп спроса пользователь выбирает группу вверху страницы ("определяющая" группа спроса), а все остальные отображаются в отчете ("определяемые" группы спроса). Определяемой группе спроса назначается отношение. Логика определения связи следующая: определяемая группа спроса понижает либо повышает продажи в определяемой группе по спросу.

На уровне категории товара пользователь выбирает обе группы по спросу на одной странице. Далее определяется связь между ними и взаимность данной связи. Данный метод оптимально подходит, когда нужно создать всего несколько связей.

Как вариант, можно экспортировать связи в группе по спросу, производить над ними какие-либо действия, а затем импортировать обратно в OpenLink. Редактирование матрицы в Excel может оказаться проще, если пользователю нужно создать много групп по спросу и связей.

Связи групп по спросу не создаются автоматически, благодаря чему пользователь может определять связи на основе реальных продаж. Если данные просто оставляются системе, взаимные отношения могут обнаруживаться, но их точность не гарантируется. Например, розничный продавец часто одновременно стимулирует продажи мониторов с диагональю 17" и 19". В результате происходит одновременный рост продаж в данных двух группах по спросу. Модель может определить дополняющие отношения между этими группами по спросу, хотя 19-дюймовые мониторы иногда вытесняют 17-дюймовые. Поэтому взаимосвязи в группе спроса лучше определять вручную в приложении.

**Примечание:** Если в процессе моделирования не будет обнаружено связи между двумя группами по спросу, такая связь будет установлена принудительно. Назначение связи между группами по спросу просто указывает модели искать данный тип взаимосвязей.

#### **Темы, связанные с данной**

“Назначение для групп по спросу”

Используйте эту процедуру для назначения взаимосвязей группы спроса на уровне группы спроса.

“Назначение для категорий” на стр. 142

Используйте эту процедуру для назначения взаимосвязей группы спроса на уровне категории.

“Экспорт взаимосвязей групп спроса” на стр. 144

Используйте эту процедуру для экспорта взаимосвязи Группы спроса.

“Импорт матрицы взаимосвязей группы спроса” на стр. 145

Используйте эту процедуру для импорта матрицы взаимосвязей Группы спроса.

## **Назначение для групп по спросу**

Используйте эту процедуру для назначения взаимосвязей группы спроса на уровне группы спроса.

## Об этой задаче

Порядок назначения Взаимосвязей групп спроса на уровне Группы по спросу:

### Процедура

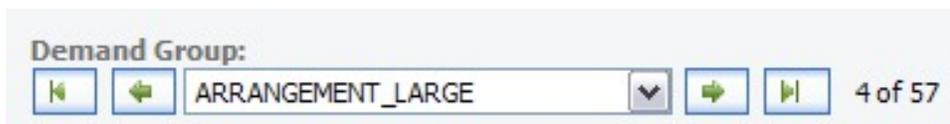
1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Взаимосвязи групп спроса**. На странице **Взаимосвязи групп спроса** показаны все существующие взаимосвязи для выбранной категории.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannbalem	<input checked="" type="checkbox"/>
STIMULANT	SEDATIVE	Cannbalem	<input checked="" type="checkbox"/>

3. Нажмите **Показать по Группам спроса**, чтобы открыть страницу **Связи групп спроса по Группам спроса**.

Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
DEFAULT_DEMAND_G...	No Relation	<input type="checkbox"/>
IBUPROFEN	No Relation	<input type="checkbox"/>
MOTION_SICKN	No Relation	<input type="checkbox"/>
SEDATIVE	No Relation	<input type="checkbox"/>
STIMULANT	No Relation	<input type="checkbox"/>

4. Выберите определяющую группу спроса из выпадающего списка **Группы спроса** в верхнем правом углу страницы.



5. Выберите коэффициент в столбце **Коэффициент** и выберите **Нет связи**, **Дополнение** или **Вытеснение** в выпадающем списке. Таким образом, для определяемой группы спроса будет назначен коэффициент в столбце **Определяемая группа спроса**. Определяющая группа спроса может способствовать понижению или повышению продаж в определяемой группе спроса.
6. Установите флажок **Взаимное влияние**, если влияние между группами взаимно (в большинстве случаев). Например, моющее средство для прачечной дополняет смягчитель для ткани, а смягчитель для ткани дополняет моющее средство для прачечной.  
Невзаимные связи действуют только в одном направлении, например набор из 6 батареек AAA вытесняет набор из 2 батареек AAA, но обратное влияние не наблюдается.
7. Для каждой группы спроса можно изменять связь в столбце **Коэффициент** (**Нет связи**, **Дополнение**, или **Вытеснение**).
8. Завершив работу, нажмите кнопку **Сохранить**.

## Назначение для категорий

Используйте эту процедуру для назначения взаимосвязей группы спроса на уровне категории.

## Об этой задаче

Порядок назначения Взаимосвязей групп спроса на уровне Категории:

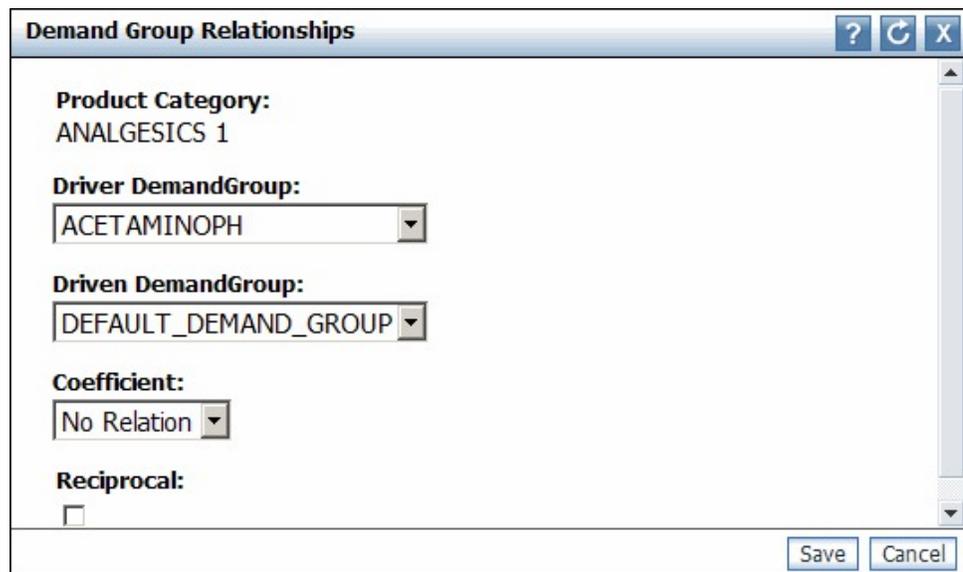
### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Взаимосвязи групп спроса**. На странице **Взаимосвязи групп спроса** показаны все существующие взаимосвязи для выбранной категории.



Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannbalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannbalem	✓

3. Нажмите **Новая взаимосвязь**, чтобы открыть диалоговое окно **Взаимосвязи групп спроса**.



**Demand Group Relationships**

Product Category: ANALGESICS 1

Driver DemandGroup: ACETAMINOPH

Driven DemandGroup: DEFAULT\_DEMAND\_GROUP

Coefficient: No Relation

Reciprocal:

Save Cancel

4. Выберите определяющие и определяемые группы спроса из выпадающих списков.
5. Выберите **Нет связи**, **Дополнение** или **Вытеснение** в выпадающем списке **Коэффициент**. Таким образом, для определяемой группы спроса будет назначен коэффициент. Определяющая группа спроса может способствовать понижению или повышению продаж в определяемой группе спроса.
6. Установите флажок **Взаимное влияние**, если влияние между группами взаимно (в большинстве случаев). Например, моющее средство для прачечной дополняет смягчитель для ткани, а смягчитель для ткани дополняет моющее средство для прачечной.  
Невзаимные связи действуют только в одном направлении, например набор из 6 батареек AAA вытесняет набор из 2 батареек AAA, но обратное влияние не наблюдается.
7. Завершив работу, нажмите кнопку **Сохранить**. Если аналогичная связь уже существует, сверху над диалоговым окном **Связи групп спроса** появится сообщение, что новая связь групп спроса уже существует. Пользователь может

изменить настройки в диалоговом окне и повторно сохранить связь. Новая связь групп спроса появится на странице **Связи групп спроса**.

## Экспорт взаимосвязей групп спроса

Используйте эту процедуру для экспорта взаимосвязи Группы спроса.

### Об этой задаче

Связь группы по спросу можно экспортировать, если для моделирования требуется много связей. Можно изменить файл для данной категории, а затем импортировать файл обратно в IBM OpenLink.

Чтобы экспортировать связь группы по спросу:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Взаимосвязи групп спроса**. Появится страница **Взаимосвязи групп спроса**.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannbalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannbalem	✓

3. На этой странице нажмите **Экспорт Связи**. Матрица связей групп по спросу будет передана в файл Excel **.csv**, имеющий следующий формат. Файл можно изменять, добавляя коэффициенты связей и соответствующие настройки взаимного воздействия (см. “Изменение файла Матрицы связей групп по спросу”).

**Примечание:** OpenLink выполнит экспорт и импорт файлов в этом формате. Если необходимо, файл **.csv** следует преобразовывать в классическую матричную схему (и обратно). За помощью обратитесь к представителю IBM.

Ref Model Category	Driver Demand Group	Related Demand Group	Relation Coefficient	Reciprocal
ANALGESICS	ACETAMINOPH	ARTHRITIS	1	One Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	ASPIRIN	1	Two Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	CHLDRENS_LQD	1	Two Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	CHLDRN_TBLTS	1	Two Way

#### Темы, связанные с данной

“Изменение файла Матрицы связей групп по спросу”

Используйте эту процедуру, чтобы изменить файл матрицы взаимосвязей групп спроса.

### Изменение файла Матрицы связей групп по спросу

Используйте эту процедуру, чтобы изменить файл матрицы взаимосвязей групп спроса.

## Об этой задаче

Пользователь может изменять файл матрицы отношений групп по спросу, добавлять или изменять коэффициенты связей и настройки взаимного влияния. Группы по спросу в матрице уже должны существовать в правильных категориях.

Чтобы изменить файл матрицы связей групп по спросу:

### Процедура

1. Создайте связь между группами по спросу и добавьте коэффициенты связи. Коэффициенты назначаются соответствующей группы по спросу. Определяющая группа спроса может способствовать понижению или повышению продаж в связанной (определяемой) группе спроса.  
Принимаются коэффициенты 1 и -1:
  - 1 означает стимулирующую/дополняющую связь
  - -1 означает вытесняющую/замещающую связь
2. Настройки взаимности влияния можно изменять следующим образом:
  - Ввести "односторонние", если при покупке товара из определяющей группы по спросу (например, средства от кашля) покупают товар из определяемой группы (например, капли от кашля), тогда как при покупке капель от кашля не покупают средство от кашля.
  - Ввести "двусторонние", если определяющая и определяемая группы имеют одинаковое влияние одна на другую.

## Импорт матрицы взаимосвязей группы спроса

Используйте эту процедуру для импорта матрицы взаимосвязей Группы спроса.

### Об этой задаче

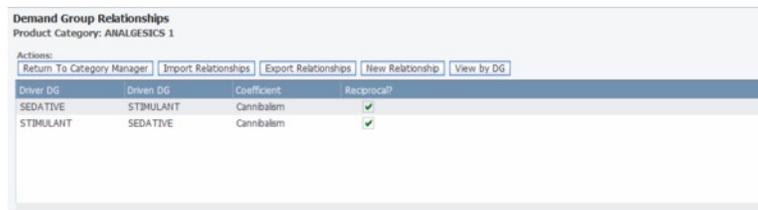
Измененную матрицу взаимосвязей группы спроса пользователь может импортировать назад OpenLink.

**Примечание:** Все текущие изменения в матрице взаимосвязей групп спроса в OpenLink при импорте будут переписаны.

Чтобы импортировать матрицу взаимосвязей группы спроса:

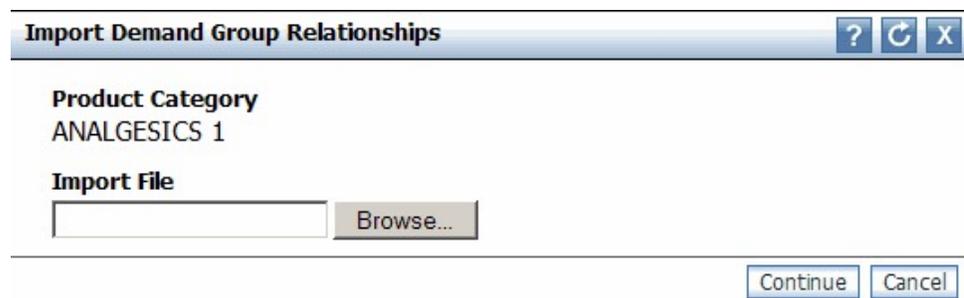
### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Взаимосвязи групп спроса**. Появится страница **Взаимосвязи групп спроса**.



Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannibalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannibalem	✓

3. На этой странице нажмите **Импорт Взаимосвязи**. Появится диалоговое окно **Импорт Взаимосвязи группы спроса**.



4. Нажмите **Обзор**, чтобы найти файл Excel .csv , а затем нажмите **Продолжить**.

---

## Отметить категории с атрибутами

Используйте эту процедуру для отметки категорий с атрибутами.

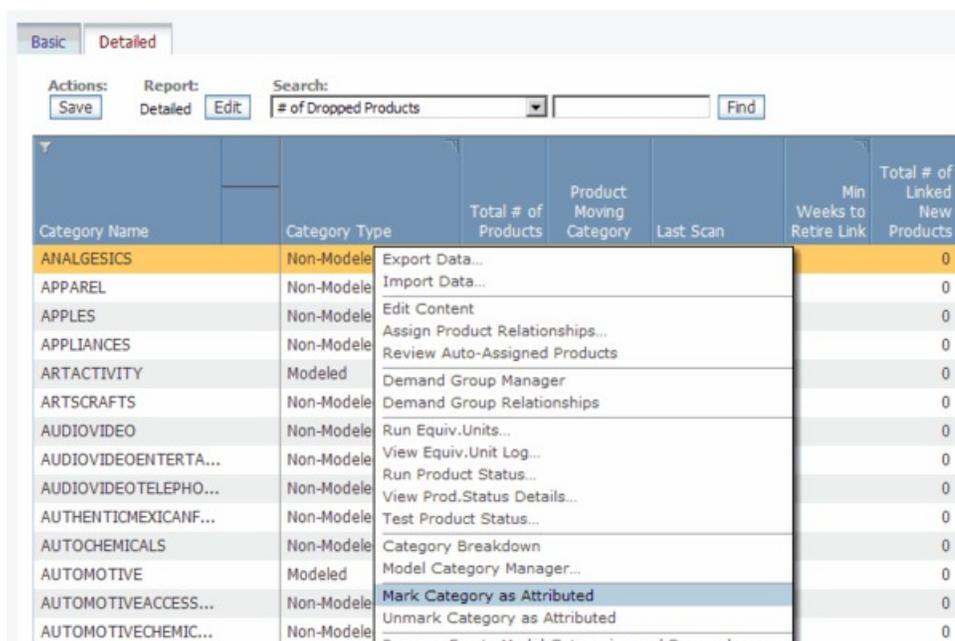
### Об этой задаче

После завершения определения атрибутов можно пометить категории как содержащие атрибуты. Данная настройка показывает, что товары в данных категориях прошли все тесты, очищены и готовы к моделированию.

Позже можно снять пометку "содержит атрибуты" с категории. Если отдельный продукт в данной категории не должен иметь пометку "содержит атрибуты", пользователь может снять эту настройку. Будет обновлен столбец **Количество товаров без атрибутов** на странице **Менеджер категорий**. Данный столбец можно использовать для отслеживания добавления новых товаров без атрибутов в категорию, готовых к определению атрибутов. См. другие способы определения новых продуктов без атрибутов в "Поиск новых товаров" на стр. 148.

Чтобы пометить категории как содержащие атрибуты:

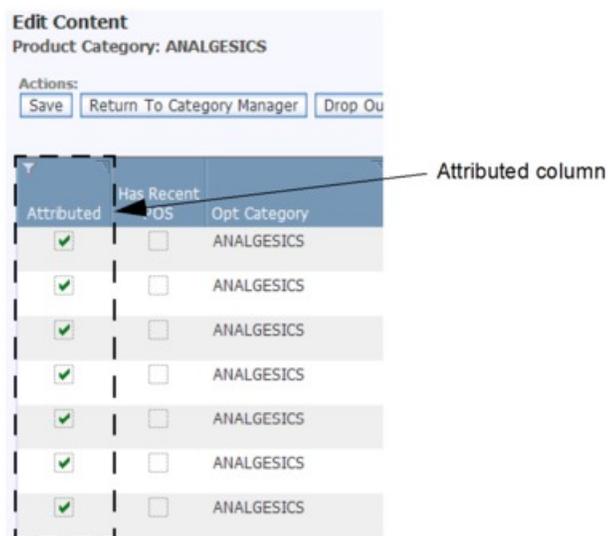
1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. На вкладке **Подробно** нажмите правой кнопкой мыши на категорию и выберите **Пометить категорию как содержащую атрибуты**. В столбце **Атрибуты** будет отображаться текущая дата, в столбце **Кем определены** будет отображаться Ваше имя пользователя.



3. Если нужно снять пометку "содержит атрибуты" с категории, нажмите правой кнопкой мыши на категорию на странице **Менеджер категорий** и выберите **Снять пометку о добавлении атрибутов**.

Чтобы редактировать товары с атрибутами:

1. На странице **Менеджер категорий** нажмите правой кнопкой мыши на категорию и выберите **Редактировать содержимое**, чтобы открыть страницу **Редактирование содержимого**. Флажок **С атрибутами** установлен для каждого товара в категории.



2. Снимите флажок **С атрибутами** напротив товаров, которые не должны быть помечены как содержащие атрибуты. Все товары без атрибутов учитываются в столбце **Количество товаров без атрибутов** на странице **Менеджер категорий**.

**Темы, связанные с данной**

“Поиск новых товаров” на стр. 148

В случае добавления в категории новых продуктов, для которых требуется

определить атрибуты, в IBM OpenLink и других приложениях предусмотрено множество учетных столбцов, с помощью которых можно определить новые продукты.

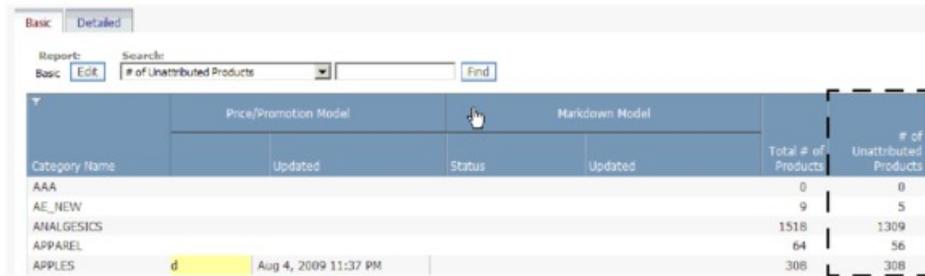
## Поиск новых товаров

В случае добавления в категории новых продуктов, для которых требуется определить атрибуты, в IBM OpenLink и других приложениях предусмотрено множество учетных столбцов, с помощью которых можно определить новые продукты.

В случае добавления в категории новых продуктов, для которых требуется определить атрибуты, в IBM OpenLink и других приложениях предусмотрено множество учетных столбцов, с помощью которых можно определить новые продукты. После обнаружения таких товаров согласно данному разделу пользователь может перейти к процессу определения атрибутов, как описано в “Атрибутирование новых товаров” на стр. 161.

На уровне категории будут обновляться следующие столбцы:

- Значение в столбце **Количество товаров без атрибутов** на странице **Менеджера категорий**.



Category Name	Price/Promotion Model		Markdown Model		Total # of Products	# of Unattributed Products
	Updated	Status	Updated	Status		
AAA					0	0
AE_NEW					9	5
ANALGESICS					1518	1309
APPAREL					64	56
APPLES	d	Aug 4, 2009 11:37 PM			308	308

- Будет обновлено значение в столбце **Количество новых продуктов** в отчете **Целостность модели**, который находится в IBM OpenLink (см. подробную информацию о данном отчете в “Просмотр работоспособности модели” на стр. 138).
- Для пользователей IBM Price Optimization будет обновлено значение в столбце **Количество новых товаров** в отчете **Действия по категории** на странице **Менеджера категорий**.

Чтобы просмотреть новые товары в категории, нажмите правой кнопкой мыши на категории на странице **Менеджер категорий** и выберите **Редактировать содержимое**, чтобы открыть страницу **Редактирование содержимого**. Новые товары без атрибутов будут отображаться в следующих столбцах на данной странице:

- Флажок **С атрибутами** будет снят.

**Edit Content**  
Product Category: DRY DOGFOOD 9

Actions:     Report:

Search:

Attributed	Has Recent POS	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size	UOM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910010786	NEW BITS N BITES BURGERS N CHEEZ	DEFAULT_DEMAND_GROUP	17.6	LB
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910010791	NEW BITS N BITES HOMESTYLE CHICKEN VEG	DEFAULT_DEMAND_GROUP	4	LB
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910012127	NEW BITS N BITES ORIGINAL BONJUS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	5	LB

- Флажок **Включен в модель** будет снят.

**Edit Content**  
Product Category: PAPER TOWELS 3

Actions:     Report:

Search:

Attributed	Avg Scan Price	Price per UOM	Cost	Avg Weekly Volume	Included in Model	Customer Status	First Scanned Date	Last Scanned Date	Use
<input type="checkbox"/>		\$0.22	\$1.120		<input checked="" type="checkbox"/>	Discontinued		Apr 13, 2004	
<input type="checkbox"/>		\$0.01	\$0.568		<input type="checkbox"/>	Active		Jan 20, 2004	
<input type="checkbox"/>		\$0.33	\$1.133		<input type="checkbox"/>	Active		Sep 2, 2003	

- Моделью группы по спросу МОДЕЛЬ ГРУППЫ ПО СПРОСУ ПО УМОЛЧАНИЮ.

**Edit Content**  
Product Category: PAPER TOWELS 3

Actions:     Report:

Search:

Attributed	UPC	Description	Model Demand Group	Size	UOM	Brand
<input type="checkbox"/>	P0301258703100	HANDWIPE DISPOSABLE TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	6	SH	HANE
<input type="checkbox"/>	P0301310050123	HOLIDAY PRINT TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	80	CT	HOLI
<input type="checkbox"/>	P0301310077030	SPA PAPER TOWELS 3 ROLL	DEFAULT_DEMAND_GROUP	3	RL	SPAR

#### Темы, связанные с данной

“Просмотр работоспособности модели” на стр. 138

Отчет **Работоспособность модели** позволяет понять, как изменения в хронологии продаж и ассортименте для категорий влияют на ранее построенные модели для этих категорий.

---

## Уведомление специалистам по моделированию

После определения атрибутов можно сообщить специалистам по моделированию о том, что категория готова к моделированию.

### Об этой задаче

После определения атрибутов пользователь может сообщить специалистам по моделированию о том, что категория готова к моделированию с целью дальнейшего использования в приложениях для Ежедневной оптимизации цен и Ежедневного управления ценами, Планирования & оптимизации спецпредложений и Оптимизации скидок путем настройки статуса категории на странице **Менеджера категорий**. После того, как специалисты по моделированию закончили свою работу, они могут устанавливать статусы на странице **Моделирования категорий**. После установки статуса отправляется электронное письмо с целью информирования других пользователей о продвижении процесса определения атрибутов и моделирования.

**Примечание:** Чтобы получать уведомления по электронной почте о всех событиях, связанных с определением атрибутов и моделированием, пользователю нужно подписаться на уведомления на странице **Подписка на уведомления** (выбрать **Подписка на уведомления** в меню **Инструменты**):

- **Запрос модели цен/спецпредложений / Запрос модели скидок** - Пользователи будут получать уведомление по электронной почте как только Специалист по определению атрибутов установит статус **Запрошено** для запроса категории, подлежащей моделированию. Отдельное уведомление электронным письмом отправляется пользователем, если Специалист по моделированию решает, что категория не готова к моделированию и устанавливает статус **Отозвано**.
- **Модель цен/спецпредложений в обработке / Модель скидок в обработке** - Пользователи получают уведомление по электронной почте как только Специалист по моделированию устанавливает статус **В обработке** перед началом моделирования категории.
- **Выпуск модели цен/спецпредложений / Выпуск модели скидок** - Пользователи будут получать уведомление по электронной почте как только Специалист по моделированию установит статус **Выпущено** для выпуска модели в производство. Отдельное уведомление электронным письмом отправляется пользователем, если Специалист по моделированию решает, что категория не готова к моделированию и устанавливает статус **Отозвано**.
- **Возврат модели цен/спецпредложений** - Пользователи будут получать уведомление по электронной почте, когда Специалист по моделированию устанавливает статус **Возврат** для возврата категории Специалисту по определению атрибутов на доработку.

Чтобы установить статус определения атрибутов:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. На вкладке **Базовая** или **Подробно** нажмите правой кнопкой мыши на одну или несколько категорий и выберите **Запрос модели цены/спецпредложения** или **Запрос модели скидки**.
3. В диалоговом окне примечаний пользователь может ввести свои примечания, после чего нужно нажать **ОК**. После того, как закроется диалоговое окно, в столбце **Статус модели цены/спецпредложения** или **Статус модели скидки** появится статус **Запрос** и текущая дата для каждой категории в **Менеджере категорий**.

Кроме того, всем пользователям, подписанным для получения этого оповещения будет отправлено уведомление по электронной почте со следующей информацией:

- Событие - **Запрос модели цены/спецпредложения / Запрос модели скидки**
- Название категории, номер категории продукта
- Идентификация пользователя (имя или электронный адрес пользователя)
- Дата и время
- Примечания, введенные в диалоговом окне для примечаний при последнем изменении статуса

---

## Автоматическое назначение групп по спросу для новых товаров

Перед тем, как выполнять перемоделирование категории, новым добавленным товарам следует присвоить группы по спросу.

### Об этой задаче

Перед тем, как выполнять перемоделирование категории, новым добавленным товарам следует присвоить группы по спросу. В планировщике задач можно установить задачу **Автоматическое назначение для новых продуктов**, которая выполняет автоматическое закрепление новых продуктов за существующими группами по спросу на основе их атрибутов. Всем существующим товарам в группе по спросу по умолчанию также автоматически распределяются. Пользователю нужно просмотреть автоматически назначенные товары и утвердить назначения или вручную переназначить другие группы по спросу, а затем утвердить. Более подробно о создании задач, в том числе задачи **Автоматическое назначение для новых товаров**, см. в see “Создание задач” на стр. 169.

Ниже описан рекомендованный порядок подготовки категорий к перемоделированию:

- Просмотреть автоматические назначения новых продуктов и изменить или утвердить присвоенные им группы по спросу.
- Выполнить проверку по эквивалентным единицам.
- Проведите проверки целостности.
- Установить статус, что категория готова к моделированию (опционально).

**Примечание:** У вас должны быть следующие полномочия для проведения этого процесса:

- **Активировать** разрешение на **Автоматическое назначение для новых товаров**, чтобы просмотреть товары, для которых назначение было выполнено автоматически.
- **Активировать** разрешение **Задачи автоматического назначения для новых товаров**, чтобы создать автоматическую задачу назначения групп по спросу.

Чтобы просмотреть группы по спросу, назначенные новым продуктам:

### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на категории, которая содержит не утвержденные товары с автоматическим назначением в столбце **Количество не утвержденных автоматически назначенных товаров**. Столбец будет закрашен желтым цветом, если число товаров больше нуля.
3. Выберите **Просмотр автоматически назначенных товаров** в контекстном меню.

В отчете **Все товары**, где отображается страница **Редактирования содержимого**, не утвержденные и автоматически назначенные товары помечены флажком в столбце **Автоматически назначенные, не утвержденные**. Дата назначения товарам групп по спросу отображается в столбце **Дата автоматического назначения**.

Auto-Assign Unapproved	Auto-Assign Date	Attributed	Has Recent POS	Opt Category	Model Category	UPC	Description
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718103	PRO THERAPY X LRG KNEE BRACE
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718105	PRO THERAPY MEDIUM KNEE BRAC
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718112	PRO THERAPY BACK BRACE
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718201	PRO THERAPY MED FOAM INSERT
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718203	PRO THERAPY LONG DUR HOT INSR

4. Передвиньте полосу прокрутки вправо, чтобы просмотреть назначенные группы по спросу в столбце **Группа по спросу модели**. Любые новые значения будут выделены. Также можно нажать на столбце, чтобы изменить выбор группы по спросу в выпадающем меню.

Auto-Assign Unapproved	UPC	Description	Model Demand Group	Size	Uom	Brand
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718103	PRO THERAPY X LRG KNEE BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1.00	CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718105	PRO THERAPY MEDIUM KNEE BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1.00	CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718112	PRO THERAPY BACK BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1	CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718201	PRO THERAPY MED FOAM INSERT	EXT_PAIN_PATCH	1	CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718203	PRO THERAPY LONG DUR HOT INSR	EXT_PAIN_PATCH	1	CT	PRO

5. Выберите один или несколько не утвержденных товаров с автоназначенными группами, и выберите **Утвердить** в контекстном меню. Будет снят флажок **Автоматическое назначение, не утвержденные** напротив каждого утвержденного пользователем назначения.
6. Завершив изменения, нажмите кнопку **Сохранить**. При возврате на страницу **Менеджера категорий** значение в столбце **Количество не утвержденных автоматически назначенных товаров** обновится.

---

## Глава 7. Поддержание иерархии категории

OpenLink создает отображение категории для назначения иерархической структуры категорий товарам из соответствующего файла пользователя.

IBM Omni-Channel Merchandising создает Отображение категории для назначения иерархической структуры категорий товарам из соответствующего файла пользователя. Отображение категории будет использоваться для всех дальнейших загрузок информации о товарах в приложение. Для эффективной обработки важно правильно определить иерархическую структуру категорий при первой загрузке товаров.

Пользователь может изменять иерархическую структуру категорий и перенастраивать ее в целях оптимизации. Например, пользователь может разбивать большие категории на категории меньшего размера, объединять категории и перемещать товары в новые категории. После внесения изменений пользователь выполняет определение атрибутов, чтобы подготовить данные к моделированию.

### Темы, связанные с данной

“Импорт отображения категории”

Отображение категории с иерархией товаров пользователя на момент реализации уже, как правило, импортирована в OpenLink.

“Повторная категоризация товаров” на стр. 157

Повторная категоризация товаров требуется из-за изменений в иерархии реализации, например в рамках процесса "переклассификации", или если товар был случайно помещен в неправильную категорию.

“Настройка переопределения иерархии товаров” на стр. 164

Используйте эту процедуру, чтобы настроить переопределение иерархии товаров.

“Управление категориями” на стр. 166

Используйте эту процедуру для переименования категорий.

---

## Импорт отображения категории

Отображение категории с иерархией товаров пользователя на момент реализации уже, как правило, импортирована в OpenLink.

### Об этой задаче

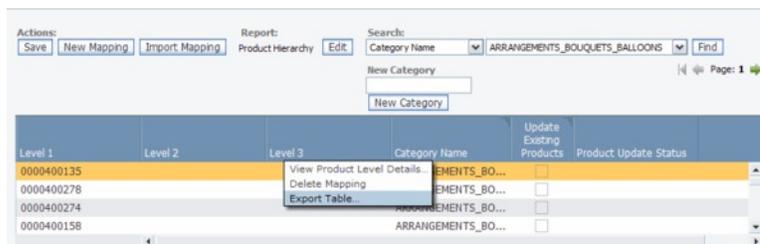
Отображение категории с иерархией товаров пользователя на момент реализации уже, как правило, импортирована в OpenLink. В противном случае необходимо сначала импортировать информацию о категории в электронную таблицу Excel для заполнения страницы **Отображения категорий**.

**Примечание:** Если используются улучшенные схемы данных об иерархии товаров, можно вместо этого использовать страницу **Отображение иерархии товаров**. Дополнительную информацию смотрите в разделе “Отображения иерархии товаров” на стр. 155.

Чтобы импортировать отображение категории:

## Процедура

1. Выберите **OpenLink > Отображение категорий**, откроется страница **Отображение категорий**.



2. Щелкните правой кнопкой по любой строке в отчете и выберите **Экспортировать таблицу**, чтобы экспортировать столбцы отчета в электронную таблицу Excel. Откроется диалоговое окно **Экспорт**.
3. Нажмите кнопку **Экспорт**. Нажмите кнопку обновления в верхнем правом углу диалогового окна **Состояние экспорта**, подождите пока не завершится экспорт файла.



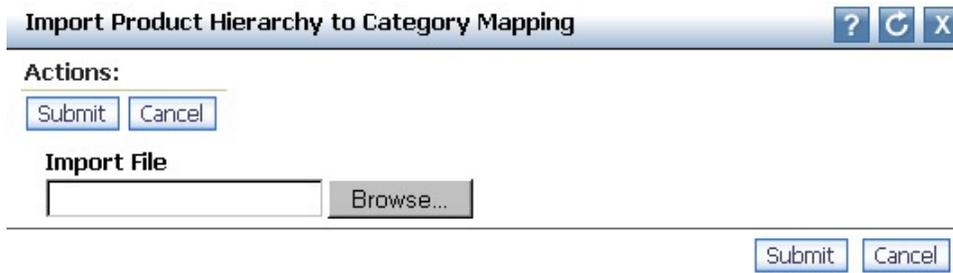
4. После того, как состояние файла изменится на **Завершено**, нажмите на названии файла в диалоговом окне **Состояние экспорта**, чтобы открыть файл электронных таблиц.
5. Заполните поля в электронной таблице, как показано в таблице ниже. Столбцы должны располагаться в правильном порядке, иначе импорт выполнить не удастся.

В этом столбце...	Добавьте эту информацию...
Столбец А	Иерархия уровня 1 (обычно название категории)
Столбец В	Иерархия уровня 2 (обычно классификация)
Столбец С	Иерархия уровня 3 (обычно имя подклассификации)
Столбец D	Имя категории. Категория оптимизации, которая должна отображаться в службе спецпредложений, цен или скидок.
Столбец E	Обновлять существующие товары в базе данных согласно отображению. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 - Да</li> <li>• 0 или пробел - Нет</li> </ul>

	A	B	C	D	E	F
1	Level 1	Level 2	Level 3	Category Name	Update Existing Products	Product Update Status
2	L1DESC_A	L1DESC_B	L1DESC_C	COFFEE		1
3	L1DESC_A	L1DESC_B	L1DESC_C	COFFEE		1
4	511VEG_1	511VEG_2		CANNEDDRYSOAKBEANS		1
5	level1111	level2222		CANNEDDRYSOAKBEANS		1
6	level_1	level2		ANALGESICS		1
7	LEVEL1C	LEVEL2C		COFFEE		0

6. Сохраните файл Excel в удобном месте.

7. Закройте диалоговое окно **Состояние экспорта**, если оно все еще открыто.
8. На странице **Отображения категории** нажмите **Импортировать отображения**. Появится диалоговое окно **Импорт иерархии товаров в отображение категории**.



9. Нажмите **Обзор**, чтобы найти файл Excel с отображением, а затем нажмите **Отправить**. На странице **Отображение категории** появится информация с Вашего файла (возможно, сначала нужно будет обновить страницу). В столбце **Состояние обновления товара** появится состояние **Ожидание обновления существующих товаров** для существующих товаров, для которых пользователь выбрал обновление согласно новому отображению.

**Примечание:** Если файл отображения содержит ошибки, в окне **Импорт иерархии товаров в Отображение категории** будут перечислены все ошибки и номера строк. пользователю нужно исправить ошибки в файле отображения и повторить импорт.

**Темы, связанные с данной**

“Отображения иерархии товаров”

Чтобы определить категориальные уровни каждого товара в рамках иерархии товаров, можно использовать страницу **Отображение иерархии товаров**.

---

## Отображения иерархии товаров

Чтобы определить категориальные уровни каждого товара в рамках иерархии товаров, можно использовать страницу **Отображение иерархии товаров**.

### Об этой задаче

Как альтернатива странице **Отображения категории**, для определения уровня категорий каждого товара в товарной иерархии может использоваться страница **Отображения иерархии товаров**. Страница **Отображения иерархии товаров** позволяет пользователю включать до десяти подкатегорий для каждого товара. Упростить процесс определения или переопределения категорий можно следующим образом:

- Настройка динамического отображения подуровней с помощью интуитивно понятного дерева иерархии
- Быстрое назначение товаров с помощью простых фильтров для иерархического представления всех товаров

Пользователь также может экспортировать и импортировать отображения иерархии товаров. Дополнительную информацию смотрите в разделе “Импорт и экспорт отображений иерархии товаров” на стр. 157.

**Примечание:** Для доступа к странице **Отображения иерархии товаров** требуется разрешение **Использовать дерево иерархии товаров**.

Для того, чтобы использовать страницу **Отображения иерархии товаров**:

## Процедура

1. Выберите **OpenLink > Отображение иерархии товаров**. Будет показано дерево иерархии всех связанных товаров, а также товары без категории. Когда пользователь выбирает и разворачивает узлы, дерево иерархии товаров динамически обновляется и показывает нужные данные.
2. В столбце **Категория** нажмите на строку элемента, который нужно категоризировать.
3. Если нужно найти отдельный сегмент иерархии товаров для определения категорий, используйте поле поиска. После ввода имени нужного узла полностью или его части нажмите **Найти**, чтобы увидеть результаты.
4. Чтобы увидеть результаты в иерархии товаров и узнать категории других похожих товаров, нажмите **Показать в иерархии**.
5. Введите название в поле, чтобы отфильтровать список категории с помощью функции поиска вперед.  
Если совпадения не будут найдены, поле будет выделено красным цветом после того, как пользователь уберет с него курсор. Можно удалить название и выполнить еще одну попытку или создать новую категорию, нажав **Добавить категорию** в верхней части страницы. После добавления новой категории в диалоговом окне **Добавить категорию** нажмите **Создать**. Новая категория будет доступна в списке категорий для выбора.
6. После добавления новой категории или изменения имени существующей будет отмечен флажок **Обновить существующие товары**, что означает, что товары будут перемещены в новую категорию после сохранения изменений. Если убрать флажок, товары не будут перемещены в новую категорию.
7. По необходимости пользователь может изменять названия категорий в иерархии товаров. Новые или измененные категории будут выделены жирным шрифтом.  
В столбце **Состояние** будет отображаться один из следующих значков:

•



Категория данного товара была изменена, и изменения были внесены в один или несколько дочерних элементов в иерархии.

•



Категория данного товара была изменена, и изменения были унаследованы дочерними элементами в иерархии.

•



У одного или нескольких дочерних объектов иерархии есть изменения.

8. Нажмите **Сохранить**, чтобы утвердить изменения в отображении для новых или обновленных товаров, или **Возврат к последнему сохранению**, чтобы оставить ранее сохраненные изменения.

### Темы, связанные с данной

“Импорт и экспорт отображений иерархии товаров” на стр. 157

Используйте эту процедуру для импорта и экспорта существующих отображений иерархии товаров.

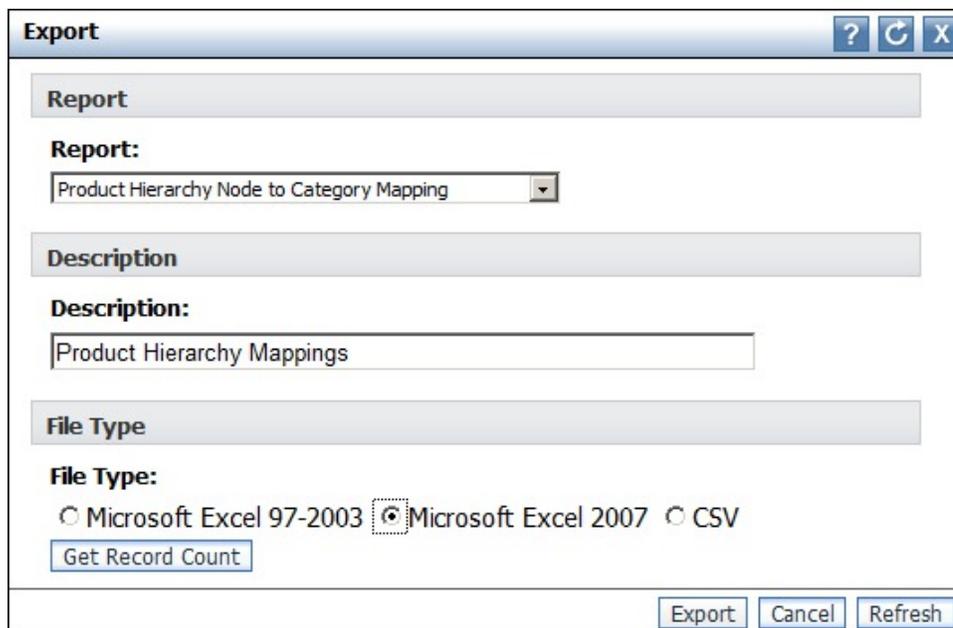
## Импорт и экспорт отображений иерархии товаров

Используйте эту процедуру для импорта и экспорта существующих отображений иерархии товаров.

### Об этой задаче

Вместо того, чтобы создавать отображения в окне **Отображение иерархии товаров**, пользователь может экспортировать отображения в Excel и изменять их вручную. Чтобы экспортировать существующие отображения иерархии товаров:

1. Зайдите в **Данные > Экспорт** и выберите **Узел иерархии товаров в Отображение категории** из выпадающего списка **Отчет**:



2. Нажмите кнопку **Экспорт**.
3. Нажмите на соответствующую ссылку в окне **Состояние экспорта**, чтобы загрузить файл отображений.
4. Отредактируйте файл в Excel или другом редакторе по Вашему выбору.

После завершения редактирования файла его можно импортировать его обратно в OpenLink:

1. Зайдите в **Данные > Импорт** и выберите **Узел иерархии товаров в Отображение категории** из выпадающего списка **Тип данных**
2. Нажмите **Обзор** и укажите местоположение отредактированного файла с отображениями иерархии товаров.
3. Нажмите кнопку **Импорт**.

За дополнительной информацией о правильном форматировании импортируемых файлов отображения иерархии товаров обращайтесь к представителю IBM.

---

## Повторная категоризация товаров

Повторная категоризация товаров требуется из-за изменений в иерархии реализации, например в рамках процесса "переклассификации", или если товар был случайно помещен в неправильную категорию.

## Об этой задаче

Повторная категоризация товаров требуется из-за изменений в иерархии реализации, например в рамках процесса "переклассификации", или если товар был случайно помещен в неправильную категорию. Описанные ниже шаги требуются для успешного перемещения элементов в OpenLink, чтобы убедиться, что они пригодны для прогнозирования в службах IBM Omni-Channel Merchandising:

### Процедура

1. Создайте новую категорию оптимизации, если вы считаете, что она необходима для конкретных товаров.
2. Переместите элемент на страницу **Редактировать содержимое** или **Рабочее пространство категории**.
3. Выполните процесс атрибутирования.
4. Выполните процесс моделирования или процесс обновления модели.
5. Перед продолжением работы следует решить, какая иерархия будет использоваться: исходная иерархия товаров или иерархия товаров IBM Omni-Channel Merchandising product.

#### Темы, связанные с данной

“Создание категории оптимизации”

Используйте эту процедуру для создания новой категории оптимизации.

“Перемещение отдельных товаров в категории” на стр. 159

Используйте эту процедуру для перемещения продукта между категориями.

“Перемещение некатегоризированных товаров в категории” на стр. 161

Если приложение не распознает новую иерархию товаров в файле с товарами, товары перемещаются в категорию оптимизации по умолчанию - некатегоризированную.

“Атрибутирование новых товаров” на стр. 161

Используйте эту процедуру для атрибутирования нового товара в категории.

## Создание категории оптимизации

Используйте эту процедуру для создания новой категории оптимизации.

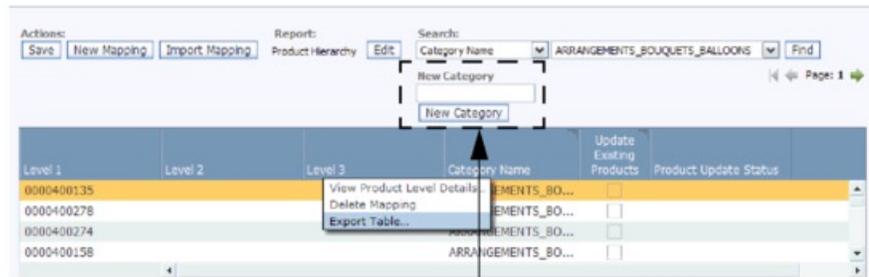
### Об этой задаче

Можно создать новые категории оптимизации в OpenLink.

Чтобы создать категорию оптимизации:

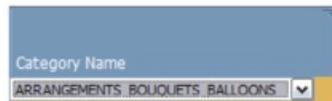
### Процедура

1. Выберите **OpenLink > Отображение категорий**, откроется страница **Отображение категорий**.
2. Введите название новой категории в поле **Новая категория** и нажмите на кнопку **Новая категория**. Она будет доступна в выпадающем меню **Название категории** на данной странице.



Enter a new optimization category name and click New Category

3. Если нужно выбрать новую категорию для существующей иерархии категорий, нажмите мышкой возле названия категории и выберите новое название категории из выпадающего списка.



Select the new category name from the Category Name drop-down list

4. Чтобы переместить все товары в иерархической структуре в новую категорию оптимизации, установите флажок **Обновление существующих товаров**.
5. Выберите **Сохранить** в верхнем левом углу страницы **Отображения категорий**. В столбце **Состояние обновления товара** появится состояние **Ожидание обновления существующих товаров**. Обновляйте страницу, пока процесс не завершится и сообщение не исчезнет.

## Перемещение отдельных товаров в категории

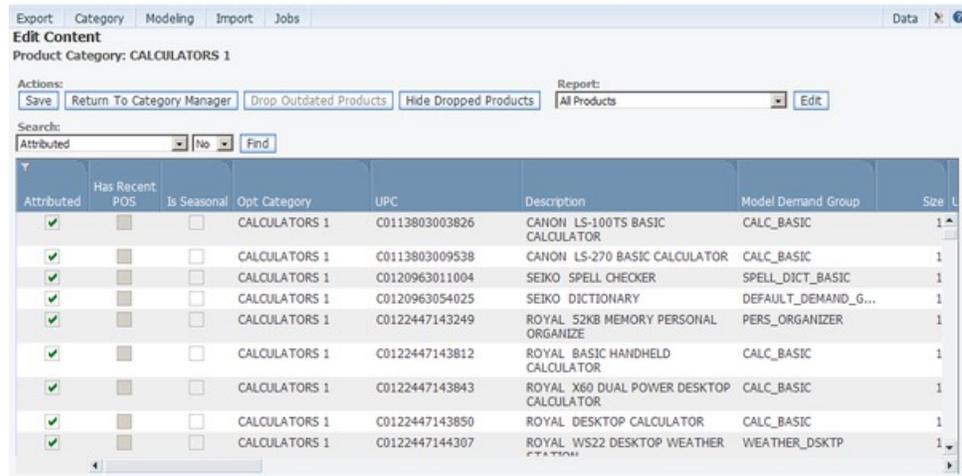
Используйте эту процедуру для перемещения продукта между категориями.

### Об этой задаче

Отдельные товары можно легко перемещать в новые категории с помощью страницы **Редактирования содержимого** или **Рабочее пространство категории**.

Для перемещения товаров между категориями на странице **Редактирование содержимого**:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на категории с товаром, который нужно переместить, и выберите **Редактировать содержимое** в контекстном меню. Появится страница **Изменить контент**.



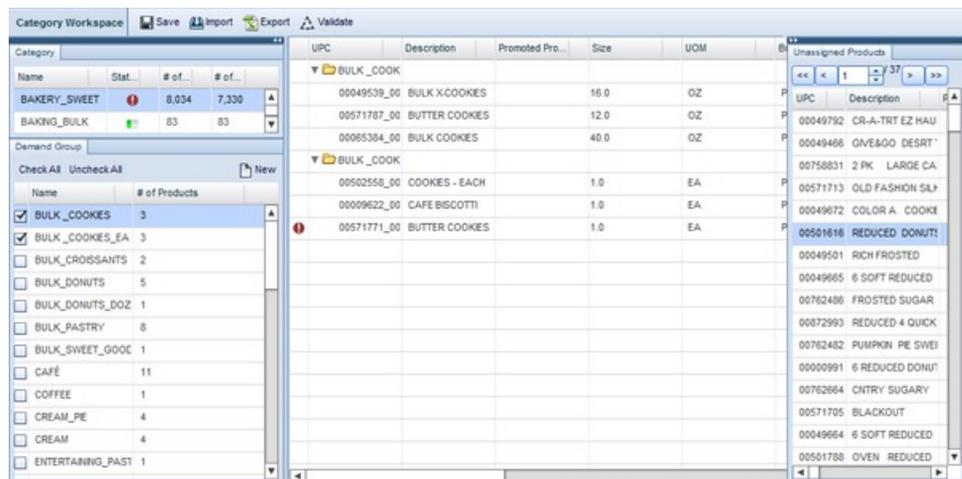
3. В выпадающем меню **Отчет** выберите отчет **Все товары**.
4. Для товара, который нужно переместить, нажмите на столбце **Категории оптимизации**, чтобы выбрать новую категорию в выпадающем списке категорий. Товарам будет назначена новая категория оптимизации.



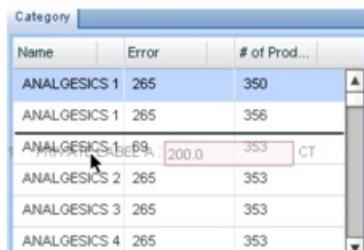
5. Выберите **Сохранить** в верхнем левом углу страницы **Изменить контент**. Товар перемещается в новую целевую категорию, в группу спроса по умолчанию и в категорию модели по умолчанию новой оптимизационной категории.

Для перемещения товаров между категориями на странице **Рабочее пространство категорий**:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Рабочее пространство Категория**, откроется страница **Рабочее пространство Категория**.



3. Выберите категорию на панели **Категории**, после чего выберите одну или несколько групп по спросу на панели **Группы по спросу**. В списке **Назначенные товары** по середине страницы будут показаны все товары в группах по спросу.
4. Выберите нужный товар в списке **Назначенные товары** и перетяните в категорию на панели **Категории**. Когда название товара начнет отображаться над категорией под жирной линией, отпустите кнопку мыши. Товар будет добавлен в группу спроса по умолчанию целевой категории.



Name	Error	# of Prod...
ANALGESICS 1	265	350
ANALGESICS 1	265	356
ANALGESICS 1	265	353
ANALGESICS 2	265	353
ANALGESICS 3	265	353
ANALGESICS 4	265	353

You can select and drag a product from the Assigned Products panel to a category in the Category panel. The product will be added to the category underneath the bolded line.

## Перемещение некатегоризированных товаров в категории

Если приложение не распознает новую иерархию товаров в файле с товарами, товары перемещаются в категорию оптимизации по умолчанию - некатегоризированную.

После импорта всех данных о товаре в OpenLink при дальнейших дозагрузках файлов с информацией о товарах будут использоваться категории IBM Omni-Channel Merchandising, а не исходная иерархия розничного продавца. Если приложение не распознает новую иерархию товаров из файла товара, товары перемещаются в категорию оптимизации по умолчанию, UNCATEGORIZED. Пользователь может назначить для них категорию на странице **Редактировать содержимое** или **Рабочее пространство категорий**. Подробности смотрите в разделе “Перемещение некатегоризированных товаров в категории”.

## Атрибутирование новых товаров

Используйте эту процедуру для атрибутирования нового товара в категории.

### Об этой задаче

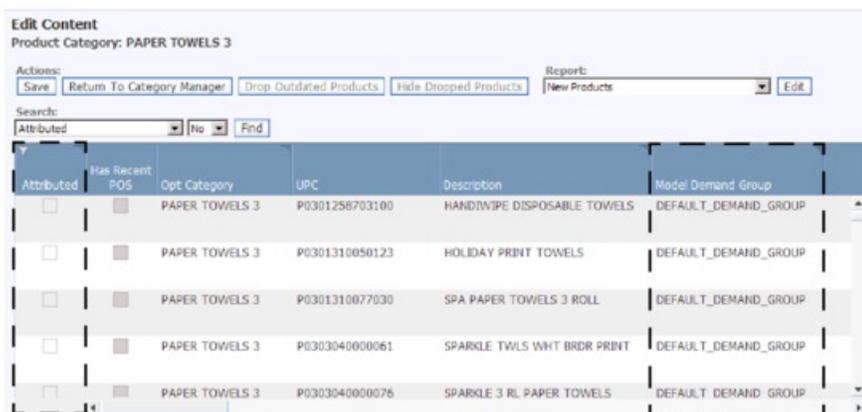
После утверждения товаров для новой категории оптимизации, товарам следует определить структуру групп спроса и выполнить расчет эквивалентных единиц в новой структуре категорий. Пользователь может определять атрибуты товаров непосредственно на странице **Редактирования содержимого** или **Рабочее пространство категорий**.

Данный процесс обеспечивает включение товаров, поступающих в категорию, в прогноз. Если товарам не назначена структуры групп спроса, они будут исключены из прогноза, что приведет к различиям между прогнозируемыми и реальными результатами. Дополнительная информация о процессе атрибутирования приведена в разделе Глава 5, “Подготовка к атрибутированию”, на стр. 95. См. дополнительную информацию о приведении к эквивалентным размерам и единицам измерения в “Унификация размеров и единиц измерения” на стр. 116.

**Примечание:** Для доступа к страницам **Редактирование содержимого** и **Рабочее пространство категорий** пользователю нужно выбрать **Разрешить определение атрибутов**.

Чтобы определить атрибуты новых товаров на странице **Редактировать содержимое**:

1. На странице **Менеджер категорий** нажмите правой кнопкой мыши на категорию с товаром, для которого нужно определить атрибуты, и выберите **Редактировать содержимое** в контекстном меню. Как правило, новые товары в категории не имеют атрибутов, не участвуют в моделировании и принадлежат к группе спроса по умолчанию.



Attributed	Has Recent POS	Opt Category	UPC	Description	Model Demand Group
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301258703100	HANDWIPE DISPOSABLE TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301310050123	HOLIDAY PRINT TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301310077030	SPA PAPER TOWELS 3 ROLL	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0303040000061	SPARKLE TWLS WHT BRDR PRINT	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0303040000076	SPARKLE 3 RL PAPER TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP

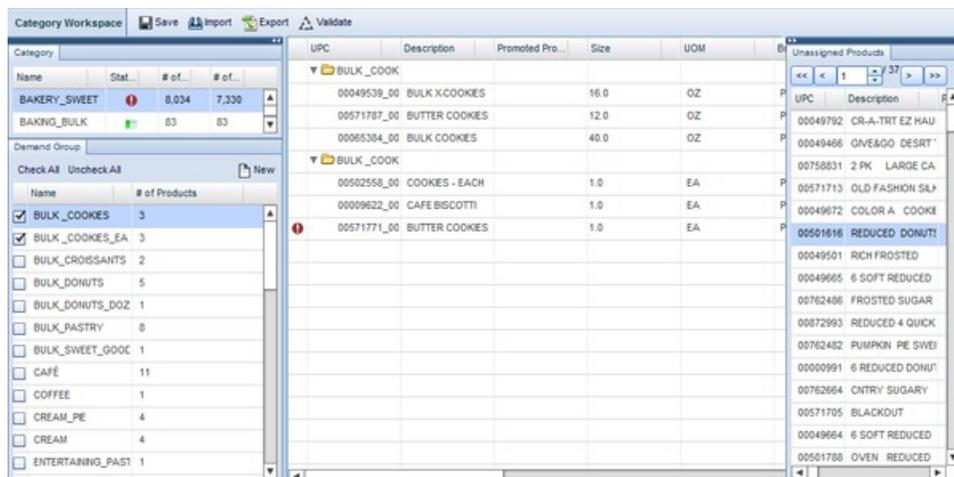
2. Нажмите на столбце **Группа спроса модели** и выберите существующую группу спроса из выпадающего списка. Таким образом товару будет автоматически назначена правильная категория модели.



3. Выполните оставшуюся часть процесса определения атрибутов, чтобы убедиться, что категория готова к моделированию.
4. Выберите **Сохранить** в верхнем левом углу страницы **Изменить контент**.

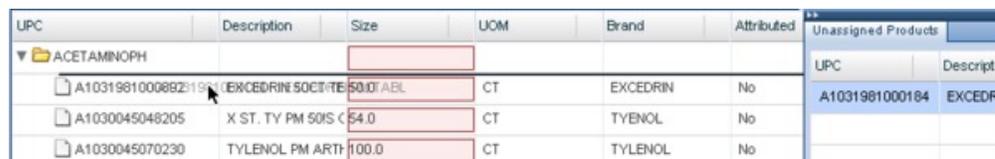
Чтобы атрибутировать новые товары в категории на странице **Рабочее пространство Категория**:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и выберите **Рабочее пространство Категория**, откроется страница **Рабочее пространство Категория**.



3. Выберите категорию в панели **Категория**. Все товары без назначений хранятся в группе спроса по умолчанию категории и отображаются на панели **Товары без назначений**. Как правило, новые товары в категории не имеют атрибутов и не участвуют в моделировании.
4. Выберите нужный товар на панели **Товары без назначений** и перетяните в группу спроса на панели **группы спроса**. Когда название товара начнет отображаться над группой спроса под жирной линией, отпустите кнопку мыши. Товар будет добавлен в целевую группу спроса.

Выбрав группу спроса, можно также перетянуть товар непосредственно в список **Назначенных товаров** в центре страницы. Товар будет добавлен в новой строке под строкой полужирным шрифтом.



#### Темы, связанные с данной

“Создание групп спроса”

Используйте эту процедуру, чтобы создать новую группу спроса.

### Создание групп спроса

Используйте эту процедуру, чтобы создать новую группу спроса.

#### Об этой задаче

Новые группы спроса, доступные для выбора пользователем, могут создаваться на странице **Менеджер групп спроса** или на странице **Рабочее пространство категорий**.

**Примечание:** Для доступа к странице **Рабочее пространство категорий** пользователю нужно выбрать **Разрешить определение атрибутов**.

Для создания группы спроса на странице **Менеджер групп спроса**:

1. На странице **Менеджер категорий** нажмите правой кнопкой мыши на категорию, для которой нужно создать новую группу спроса, и выберите **Менеджер групп спроса** в контекстном меню. Появится страница **Менеджер групп спроса**.

**Demand Group Manager**  
Product Category: ANALGESICS 10

Actions:     Report: Demand Group Manager  Search:

Name	Description	NumMod...
ACETAMINOPH	ACETAMINOPH	151
DEFAULT_DEMAND_GROUP	Default Demand Group	3
DROPPED_FROM_MODELING	Dropped From Modeling	0
IBUPROFEN	IBUPROFEN	158
MOTION_SICKN	MOTION_SICKN	9
SEDATIVE	SEDATIVE	28
STIMULANT	STIMULANT	7

- Нажмите **Создать группу спроса**. В **Менеджер групп спроса** добавляется новая группа спроса под названием **New DemandGroup**. Можно щелкнуть по этому полю имени для изменения имени, но оно должно быть уникально.

**Примечание:** Имя группы спроса не может быть длиннее 50 символов.

Name	Description	# of Products
FRESH_CUT_MIXED_GREENS	FRESH_CUT_MIXED_GREENS	16
FRESH_CUT_POMS	FRESH_CUT_POMS	21
HARDGOOD_CONTAINER_PLANTER	Default Demand Group	0
HARDGOOD_SUPPLY	HARDGOOD_SUPPLY	1
HRDGD_CONTAINER_PLANTER	HRDGD_CONTAINER_PLANTER	1
New_DemandGroup		0

Click the New\_DemandGroup name field to change the name

- Выберите **Сохранить** в верхнем левом углу страницы **Менеджер групп спроса**. Теперь новая группа спроса доступна для всего приложения.

Для создания группы спроса на странице **Рабочее пространство категории**:

- На странице **Рабочее пространство категории**, на панели **Группа спроса** нажмите **Новый** в верхнем правом углу.
- Введите уникальное название группы спроса в диалоговом окне **Новая группа спроса** и нажмите **Создать**.
- После нажатия **ОК** в сообщении о состоянии новая группа будет добавлена в конец списка групп по спросу.

## Настройка переопределения иерархии товаров

Используйте эту процедуру, чтобы настроить переопределение иерархии товаров.

### Об этой задаче

При внесении изменений в иерархию товаров они не имеют обратного влияния на систему розничного продавца, таким образом можно осуществлять управление несколькими иерархиями товаров с целью оптимизации. Так как розничные продавцы отправляют данные в систему каждую неделю, важно обеспечить, что иерархия товаров не переопределяется при дальнейшей загрузке данных розничного продавца. Пользователь может отключить настройку **Использовать отображение** на странице **Редактирование содержимого** или на странице **Сведения на уровне товара**, и импортированное отображение категории всегда будет переопределять все новые отображения категории в файле товаров продавца.

**Примечание:** Если в файле товара розничного продавца выполнена масштабная реструктуризация, пользователь может включить настройку **Использовать отображение**, и масштабные изменения категории будут отображены при следующей загрузке файла товара.

Чтобы настроить переопределение иерархии товаров на странице **Редактирования содержимого**:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на измененной иерархии категорий и выберите **Редактировать содержимое** в контекстном меню. Появится страница **Редактирования содержимого**.
3. В отчете **Все товары** убедитесь, что флажок **Использовать отображение товаров** возле всех товаров снят. Отсутствие таких флажков означает, что Отображение категории будет переопределять отображение категории в файле товаров продавца при каждом импорте. Это значение по умолчанию.

Чтобы настроить переопределение иерархии товаров на странице **Сведения на уровне товара**:

1. Выберите **OpenLink > Отображение категорий**, откроется страница **Отображение категорий**.
2. Нажмите правой кнопкой мыши на измененной иерархии категорий и выберите **Просмотр сведений на уровне товара** в контекстном меню. Откроется страница **Сведения об уровне товара**.
3. В отчете **Сведения об отображении товара** убедитесь, что флажок **Использовать отображение** возле всех товаров снят. Отсутствие таких флажков означает, что Отображение категории будет переопределять отображение категории в файле товаров продавца при каждом импорте. Это значение по умолчанию.

---

## Конфигурирование столбцов атрибутов PIF

Пользователь может конфигурировать файл PIF, включая дополнительные поля, которые нужны для определения атрибутов или правил Ежедневной оптимизации цен или Ежедневного управления ценами.

### Об этой задаче

Пользователь может конфигурировать файл PIF, включая дополнительные поля, которые нужны для определения атрибутов или правил Ежедневной оптимизации цен или Ежедневного управления ценами. Выбор таких атрибутов товаров и определение их порядка является административной процедурой, которая выполняется один раз для всех пользователей компании.

При определении атрибутов используются следующие поля:

- Учетные коды уровней 1-12 и описание
- Учетные атрибуты 0-9

Данные поля взаимосвязей товаров нужны только для определения правил оптимизации в приложении Price:

- Группа линеек (также используется при Планировании & оптимизации спецпредложений)
- Предварительно заданная цена
- Семейство размеров

- Класс размера
- Семейство брендов
- Класс бренда
- Другое семейство 1
- Класс Прочие 1
- Другое семейство 2
- Класс Прочие 2

**Примечание:** Для конфигурирования столбцов в файле PIF пользователь должен выбрать **Разрешить конфигурирование столбцов PIF**.

Чтобы сконфигурировать столбцы атрибутов PIF:

## Процедура

1. Чтобы открыть страницу **Конфигурирования столбцов PIF**, выберите **OpenLink > Конфигурирование столбцов PIF**. Будут перечислены названия столбцов так, как они отображаются в PIF, а вместе с примерами значений атрибутов из записи в базе данных товаров. Примеры значений помогут пользователю определить, или столбцы будут полезны в процессе установления атрибутов.



Export Order	Export	Name	Sample Value
1	<input checked="" type="checkbox"/>	Size Class	MEDIUM
2	<input checked="" type="checkbox"/>	Size Family	PAIN CAPLET
3	<input checked="" type="checkbox"/>	Brand Class	NATIONAL BRAND
4	<input checked="" type="checkbox"/>	Brand Family	PAIN_RELIEF_CAPS
5	<input checked="" type="checkbox"/>	Line Group	LP_00838910
6	<input checked="" type="checkbox"/>	Is Pre Priced	0

2. Переместите столбцы атрибутов в столбец **Включить**, если их нужно включить в экспорт PIF. По умолчанию будут заданы следующие столбцы, которые можно очистить:
  - Класс размера
  - Семейство размеров
  - Класс бренда
  - Семейство брендов
  - Группа линеек
  - С предустановленной ценой
  - Описание уровня 1
  - Описание уровня 2
  - Описание уровня 3
  - Описание уровня 4
  - Описание уровня 5
  - Описание уровня 6
3. Можно щелкнуть по столбцу **Порядок** для изменения порядка столбцов. Все эти атрибуты появятся в блоке справа от других столбцов атрибутов в экспортируемом файле PIF.

---

## Управление категориями

Используйте эту процедуру для переименования категорий.

## Об этой задаче

После реорганизации иерархии категории или перемещения всех товаров их одной категории в другую некоторые категории становятся устаревшими. Их можно легко удалить на странице **Менеджер категорий**, чтобы уменьшить количество лишних элементов.

Иногда принимаются определенные правила наименования категорий, или пользователь задает категории неправильное имя. В **Менеджере категорий** можно также переименовывать категории. Однако пользователь не может переименовывать зарезервированные категории, как например категория UNCATEGORIZED по умолчанию.

**Примечание:** Для удаления категорий товаров нужно установить **Разрешить Удаление категорий**, а для переименования категорий товаров - **Разрешить Переименование категорий**.

Чтобы переименовать категории:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и в контекстном меню выберите **Переименовать**.

**Примечание:** При наличии незавершенных задач моделирования категории появится диалоговое окно подтверждения. Переименование категории может привести к невозможности выполнить задачу моделирования. Нажмите **Да**, чтобы продолжить переименование.

3. В открывшемся диалоговом окне введите уникальное имя категории и щелкните по **Сохранить**. Название категории будет изменено в **Администратор категорий**.

Чтобы удалить категории:

1. Выберите **OpenLink > Администратор категорий**, откроется страница **Администратор категорий**.
2. Щелкните правой кнопкой по категории и в контекстном меню выберите **Удалить**. Можно удалять категорию со следующими условиями:
  - В категории нет товаров, товары не перемещаются в категорию в данный момент
  - В категории отсутствуют сценарии, атрибуты CPI, группы категорий, группы правил или продуктов
  - В категории отсутствуют спецпредложения, календари и пакеты
  - В категории отсутствует план уценки
3. Если все критерии выполнены, то появится сообщение подтверждения. Щелкните по **Да**, чтобы продолжить удаление.

**Примечание:** Все отображения с удаленной категорией будут удалены со страницы **Отображение категорий**. Дополнительная информация об этой странице приведена в разделе “Импорт отображения категории” на стр. 153.

### Темы, связанные с данной

“Импорт отображения категории” на стр. 153

Отображение категории с иерархией товаров пользователя на момент реализации уже, как правило, импортирована в OpenLink.



---

## Глава 8. Планировщик задач

Планировщик задач используется для управления автоматизированными задачами в службах IBM Omni-Channel Merchandising.

Задача - это процедура или рабочий поток IBM Omni-Channel Merchandising с четко определенной входной информацией, выходной информацией и зависимостями. Примеры задач - задания моделирования, импорт, экспорт, операции определения состояния товара и автоматизированные изменения цен. Можно планировать задачи, указывая время и дату запуска, а также частоту выполнения. Можно также просматривать хронологию выполнения задач.

### Темы, связанные с данной

“Создание задач”

Используйте эту процедуру для создания задач. Новые задачи можно создавать и планировать на странице **Планировщик задач**.

“Редактирование задач” на стр. 175

Используйте эту процедуру для редактирования задач.

“Удаление задач” на стр. 175

Используйте эту процедуру для удаления задач.

“Просмотр истории выполнения задач” на стр. 176

С помощью данной процедуры можно просмотреть историю выполнения задач

---

## Создание задач

Используйте эту процедуру для создания задач. Новые задачи можно создавать и планировать на странице **Планировщик задач**.

### Процедура

1. Выберите **Администратор > Параметры > Планировщик задач**, чтобы открыть страницу **Планировщик задач**. На этой странице перечисляются все задачи по типу задачи, определению и описанию задачи, дате последнего запуска, состоянию последнего запуска (Запланировано, Запущено, Выполняется, Завершено, Ошибка), дате следующего запуска, состоянию задачи (Активна, Неактивна, Завершена) и пользователю, запустившему задачу.

**Примечание:** Если служба Планировщик задач недоступна, вы увидите сообщение об ошибке и не сможете создавать задачи. За помощью обратитесь к представителю IBM Omni-Channel Merchandising.

2. Выберите **Новая задача**, чтобы открыть диалоговое окно **Новая задача**.
3. Чтобы определить задачу, выберите один из следующих **Типов задач и Определений задач**, а затем введите соответствующие **Подробности задачи**:

Тип задачи...	Со следующим определением задачи	Со следующими подробностями задачи
Импорт	<p><b>Промежуточный импорт</b> - Импортировать данные при помощи каркаса IVA.</p> <p><b>Rapids</b> - Массовый импорт данных при помощи каркаса Rapids.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Тип данных</b> - (применим к промежуточному импорту и Rapids) тип импортируемых данных.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Действие после импорта/Простое действие</b> - Описывает действие после импорта данных:</p> <p><b>Утвердить</b> - Переносит импортированные данные в базу данных.</p> <p><b>Проверить</b> - Останавливается после процесса импорта для проверки данных.</p>
Экспорт	<p><b>Экспорт прогноза спецпредложения</b> - Экспортирует прогнозы объема продаж в единицах на уровне магазина, товара и недели.</p> <p><b>Экспорт подробностей выполнения МС</b> - Экспортирует подробности выполнения из главного календаря.</p> <p><b>Расширенный экспорт подробностей выполнения МС</b> - Экспортирует подробности выполнения, относящиеся к спецпредложению, из главного календаря.</p> <p><b>Расширенный экспорт подробностей события</b> - Экспортирует событие и связанные с ним подробности, относящиеся к спецпредложению, из общедоступного календаря.</p> <p><b>Экспорт подробностей события</b> - Экспортирует событие и связанные с ним подробности, в том числе магазины и классы групп положений.</p> <p><b>Экспорт TRM спецпредложения</b> - Экспортирует подробности спецпредложения для интеграции с SAP TRM.</p> <p><b>Экспорт скидок цен</b> - Экспортирует рекомендованные цены, когда сценарий рекомендован для реализации.</p> <p><b>Экспорт подробностей кампании</b> - Сейчас не используется.</p> <p><b>Экспорт подробностей пакета</b> - Экспортирует пакеты и связанные с ним подробности, в том числе информацию магазина и классы групп положений.</p> <p><b>Экспорт планирования экспозиции</b> - Экспортирует всю информацию планирования экспозиции из возможности Планирование экспозиции.</p> <p><b>Пользовательский экспорт</b> - Экспортирует пользовательские типы данных, такие как взаимосвязи Товар - Товар и Линейка - Линейка. Используется в основном техническими службами IBM Omni-Channel Merchandising.</p> <p><b>Экспорт сценария цен</b> - Экспортирует подробности изменения цен. В этот экспорт включаются все поля из отчета Все цены.</p> <p><b>Экспорт ассортимента</b> - Экспортирует данные товара Планграмма-кластер - конфигурируемый набор атрибутов и показателей товара, утвержденную дату и подробности кластера (магазины). Включает в себя также необязательный файл Кластер-магазин, в котором указываются отображения магазинов на кластеры. Экспортирует все сценарии, помеченные для утверждения.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Экспорт определения задачи</b> - Настроенный экспорт определений задач.</p> <p><b>Инкрементный экспорт или полный экспорт</b> - При инкрементном экспорте экспортируются только элементы, измененные после последнего экспорта. При полном экспорте экспортируются все элементы.</p> <p><b>Создавать совокупности на географическом или национальном уровне</b> - Уровень, на котором экспортируются прогнозы.</p> <p><b>Каталог экспорта файлов</b> - Каталог, где хранится экспортируемый файл.</p> <p><b>Порог сжатия файла при экспорте</b> - Порог для сжатия, заданный в байтах. Экспортируемые файлы, размер которых превышает этот предел, сжимаются и сохраняются в каталоге экспорта.</p> <p><b>Только уценка:</b></p> <p><b>Период рекомендаций экспорта</b> - Экспортирует рекомендованные цены либо для текущей недели, либо от текущей до последней недели.</p> <p><b>Рекомендации цен</b> - Экспортирует все рекомендации цен или же только те рекомендации, которые изменились по сравнению с ранее экспортированными ценами.</p> <p><b>Порог цены со скидкой для экспорта</b> - Значение порога для экспорта новых рекомендованных цен по сравнению с экспортированными ранее рекомендованными ценами. Например, значение 5,0 означает, что разность между предыдущими и текущими рекомендациями должна составлять по крайней мере 5 денежных единиц.</p> <p><b>Исключить ранее экспортированные рекомендации</b> - Если задано значение Да, исключает все рекомендованные цены, экспортированные ранее. Если задано Нет, любые рекомендованные цены, экспортированные ранее, будут экспортированы снова.</p>

Тип задачи...	Со следующим определением задачи	Со следующими подробностями задачи
Предоставл. цен	<p><b>Предоставление базовых цен</b> - Базовые цены для магазинов и товаров на уровне подразделения.</p> <p><b>Предоставление базовых цен (на уровне зоны)</b> - Базовые цены на уровне зоны.</p> <p><b>Экспресс-ценообразование</b> - Экспортирует экспресс-цены прямо в магазины, минуя обычный процесс сценария.</p> <p><b>Экспресс-ценообразование (на уровне зоны)</b> - Выполняет чтение из таблиц экспорта на уровне зоны для составления файла экспорта экспресс-цен.</p> <p><b>Передаточная цена</b> - Генерирует файл экспорта, содержащий передаточные цены.</p> <p><b>Базовая и передаточная цена</b> - Генерирует файл экспорта, содержащий базовые и передаточные цены.</p> <p><b>Пользовательская доставка</b> - Для внутреннего использования.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Подразделение</b> - Подразделение для процесса.</p>
Поддержка сценариев и данных	<p><b>Удаление сценария цен</b> - Удаляет неиспользуемые и устаревшие сценарии в Ежедневной оптимизации цен и Ежедневном управлении ценами.</p> <p><b>Удаление данных конкурентов</b> - Вычищает из базы данных данные конкурентов, которые старше заданного числа дней.</p> <p><b>Архивирование сценариев</b> - Архивирует сценарии, которые старше заданного количества дней, чтобы повысить производительность системы (рекомендуется срок 180 дней). Сценарии следующих типов не включаются в архив:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сценарии в производственном режиме</li> <li>• Последний сценарий, выполненный для категории-подразделения</li> <li>• Сценарии, помеченные "Сохранять"</li> <li>• Удаляемые на постоянной основе сценарии в состоянии Ожидает удаления (Очистка сценариев)</li> </ul>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория</b> - Категория для процесса.</p> <p><b>Подразделение</b> - Подразделение для процесса.</p> <p><b>Конкурент</b> - Определенные конкуренты для пометки данных конкурентов на удаление.</p> <p><b>Старше чем (число дней)</b> - Срок в днях (начиная с даты выполнения сценария), после которого данные будут удалены.</p>
Поддержание цен	<p><b>Изменение цен</b> - Запускает процесс, который ищет изменения данных, а затем выполняет изменение цен. Ниже перечислены основные типы изменений данных, которые могут вызвать изменение цен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Новая стоимость поставщика</li> <li>• Новая информация о конкурентах</li> <li>• Новое соответствие</li> <li>• Новые товары</li> <li>• Новые ставки НДС</li> <li>• Структура зон</li> </ul> <p><b>Пересчитать</b> - Пересчитывает сценарии, для которых у IBM Omni-Channel Merchandising есть автоматически импортированные данные корректировки. Состояние таких сценариев - <b>Пересчитать! Оптимизированные цены были изменены</b>, они принадлежат к категории и подразделению, выбранным для задачи.</p> <p><b>Цена по правилам</b> - Планирует процесс ценообразования на основе правил для сценариев ценообразования на основе правил, обнаруживает изменения и автоматически запускает ценообразование на основе правил.</p> <p><b>Утверждение цен</b> - помечает все сценарии как <b>Утвержденные для экспорта</b>, если они еще не экспортированы и выводятся на экране <b>Утверждение производственных цен</b>. Чтобы получать уведомления об автоматическом утверждении товаров, подпишитесь на оповещения <b>Состояние задачи автоматического утверждения цен</b>.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория</b> - Категория для процесса. Можно выбрать несколько категорий, щелкая по ним при нажатой клавише Ctrl, или несколько последовательных категорий при помощи клавиши Shift.</p> <p><b>Подразделение</b> - Подразделение для процесса.</p> <p><b>Тип данных (необязательно)</b> - Файлы данных, которые должны быть загружены через IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink перед выполнением изменения цен. Если файл данных для категории/подразделения не удалось загрузить, отправляется уведомление по электронной почте. Процесс будет запущен для категории/подразделений с успешно загруженными данными.</p>

Тип задачи...	Со следующим определением задачи	Со следующими подробностями задачи
Вычисление состояния товаров	<p><b>Программа разрешения состояния товаров</b> - Запускает процесс PSR для определения состояния на уровне магазин-товар на основе истории продаж.</p> <p><b>Сводка статистики товара</b> - Запускает процесс расчета различных сводных статистических показателей по данным продаж.</p> <p><b>Оптимальная статистика товаров</b> - Запускает процесс расчета средней цены и стоимости на уровне товара, и активных товаров с коэффициентом моделирования на уровне магазина. Это должно быть сделано перед связыванием магазинов.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория</b> - Категория для процесса. Можно выбрать несколько категорий, щелкая по ним при нажатой клавише Ctrl, или несколько последовательных категорий при помощи клавиши Shift.</p>
Рабочий поток	<p><b>Рабочие потоки OpenLink</b> - Рабочие потоки для автоматической загрузки данных, таких как данные от товарах, стоимости и положении, в правильной последовательности.</p> <p><b>Автоматическая загрузка данных OpenLink</b> - Разрешает автоматическую загрузку поступающих данных вскоре после того, как файлы этих данных поступают с заданной частотой. Этот рабочий поток снимает необходимость планирования процессов загрузки данных или других рабочих потоков на основе времени, когда ожидается поступление файлов данных.</p> <p>Примечание: Для разрешения выполнения этой задачи у вас должно быть разрешение Разрешить автоматическую загрузку данных OpenLink.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Рабочий поток</b> - Рабочий поток для процесса.</p> <p><b>Интервал опроса</b> (в минутах) - Частота, с которой рабочий поток будет искать в файловой системе новые файлы данных. Рекомендуется задавать интервал опроса 10 минут или больше.</p> <p><b>Длительность опроса</b> (в часах) - Длительность интервала, когда рабочий поток будет искать новые файлы данных. Этот параметр используется, чтобы выполнять все загрузки данных в заданный интервал времени.</p>
Моделир.	<p><b>Задача моделирования</b> - Запускает задание моделирования.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория товаров</b> - Категория для процесса.</p> <p><b>Базовое задание моделирования</b> - Задание моделирования, связанное с категорией товаров. Любое повторение будет копией базового задания моделирования.</p>
Оптимизация	<p><b>Повторная оптимизация скидок</b> - Запускает повторную оптимизацию скидок.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория</b> - Категория для процесса.</p> <p><b>Подразделение</b> - Подразделение для процесса.</p>

Тип задачи...	Со следующим определением задачи	Со следующими подробностями задачи
Другое	<p><b>Сводка уведомлений</b> - Накапливает сообщения электронной почты и посылает их пользователям одним пакетом ежедневно или еженедельно.</p> <p><b>Блокировка событий на основе времени</b> - Запускает процесс, блокирующий события, для которых превышен предел блокировки.</p> <p><b>Вычисление работоспособности модели</b> - Запускает расчет работоспособности модели для всех категорий. Этот процесс обновляет отчет Работоспособность модели.</p> <p><b>Вычисление TLog MBI</b> - Запускает расчет показателей рыночной корзины. Этот процесс обновляет показатели MBI в отчете Анализ рыночной корзины на домашней странице и в инструменте выбора товаров Оптимизации спецпредложений. Он использует данные журнала транзакций, предварительно обработанные и проверенные IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink. Эту задачу надо сконфигурировать для запуска раз в неделю.</p> <p><b>Переагрузка конкурентных цен</b> - Загружает конкурентные цены со склада данных Хронология конкурентных цен в записи конкурентных цен уровня зоны.</p> <p><b>Автоматическое назначение новых товаров</b> - Запускает процесс назначения существующих групп спроса новым товарам в IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink. Вы можете запустить его для всех категорий (по умолчанию) или для одной или нескольких категорий, выбранных из выпадающего меню Категория.</p> <p><b>Вычисление стоимости на основе прибыли</b> - Запускает процесс расчета стоимостей по заданной пользователем марже стоимости для товаров.</p> <p><b>Очистка сценариев планов скидок</b> - Удаляет на постоянной основе планы и сценарии скидок, помеченные на удаление оптимизацией скидок.</p> <p><b>Расширить распределение магазинов</b> - Копирует коэффициенты моделирования для новых товаров из существующих магазинов в новые магазины, так что новые магазины могут получать прогнозы от полного набора магазинов в прикладной программе Оптимизация спецпредложений. У новых товаров нет истории продаж в новых магазинах для оценки коэффициентов моделирования, используемых для прогнозирования.</p> <p>Примечание: Для разрешения выполнения этой задачи у вас должно быть разрешение Разрешить задачу копирования коэффициентов между магазинами.</p> <p><b>Расширить распределение магазинов для CP</b> - Копирует коэффициенты моделирования для новых товаров из существующих положений в новые положения, так что для них можно будет получать прогнозы в прикладной программе Оптимизация спецпредложений.</p> <p>Примечание: Для разрешения выполнения этой задачи у вас должно быть разрешение Разрешить задачу копирования коэффициентов между магазинами.</p> <p><b>Обнаружение конфликтов</b> - Используется для запуска регулярных проверок с целью обнаружения конфликтов, чтобы убедиться в отсутствии конфликтов между календарем группы и общедоступным календарем.</p> <p><b>Монитор импорта данных</b> - Проверяет последние импорты данных, чтобы убедиться, что они попадают в ожидаемые диапазоны по размеру и времени загрузки. Он также отслеживает ненормальные загрузки данных и отсутствие файлов и отправляет оповещения при ошибках.</p> <p><b>Проверка планов экспозиций</b> - Проверка с целью убедиться, что характеристики планов экспозиций не перекрываются, и генерирование соответствующих оповещений при наличии ошибок.</p> <p><b>Проверка событий</b> - Обнаруживает, есть ли конфликты между событиями, создаваемыми в планировании событий, и генерирует оповещения при наличии ошибок.</p> <p><b>Агрегация календаря маркетинга</b> - Предварительно агрегирует данные прогноза и фактические данные для событий, созданных в планировании событий, и делает эти вычисления доступными для будущего планирования.</p>	<p><b>Описание</b> - Описание задачи, используемое как идентификатор.</p> <p><b>Активна/Неактивна</b> - (общее для всех задач) Расписание для задачи активно, если этот переключатель включен. Если он выключен, планировщик задач не будет выполнять эту задачу.</p> <p><b>Категория</b> - (применяется для автоматического назначения групп спроса) Категории, для которых новым товарам будут назначены группы спроса.</p> <p><b>Только уценка:</b></p> <p><b>Тип дат</b> - Если выбрана Дата начала плана, все планы с датой начала плана раньше заданной даты отсечения будут удалены. Если выбрана Дата завершения плана, все планы с датой завершения плана раньше заданной даты отсечения будут удалены.</p> <p><b>Дата отсечения</b> - Дата отсечения (в формате ММ/ДД/ГГГГ) для удаления планов. Все планы, у которых дата начала или дата завершения раньше заданной даты, будут удалены.</p>

Тип задачи...	Со следующим определением задачи	Со следующими подробностями задачи
Поддержка данных спецпредл.	<p><b>Очистка спецпредложений</b> - Окончательно удаляет спецпредложения, помеченные на удаление в управлении спецпредложениями и оптимизации спецпредложений.</p> <p><b>Автоматическое предсказание спецпредложений</b> - Можно выбрать автоматическое предсказывание спецпредложений по диапазону дат, состоянию вычисления, состоянию рабочего потока и категории. Можно указать расписание, по которому будет выполняться автоматическое предсказание. Можно также выполнить повторное предсказание для применения изменений, таких как перемоделирование категорий или перекалибровка моделей. Эта задача выполнит повторные предсказания, удовлетворяющие определенным условиям.</p> <p>В Планировщике задач разрешите спецпредложения из общедоступного календаря, чтобы включить автоматическое предсказание, используя следующие условия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выберите спецпредложения для автоматического предсказания по состоянию рабочего потока. Можно выбрать любое сочетание следующих состояний: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Черновик</li> <li>– В общедоступном календаре</li> <li>– В командном календаре</li> <li>– В командном и общедоступном календаре</li> </ul> </li> <li>• Задайте временной интервал для дат спецпредложений, которые будут автоматически предсказываться. Например, можно задать автоматическое предсказание для набора всех спецпредложений в промежутке между шестью и восемью неделями начиная с настоящей даты. Это предотвратит автоматическое предсказание для набора спецпредложений, начиная с промежутка в следующие шесть недель.</li> <li>• Задайте конечную дату и время завершения автоматического предсказания.</li> </ul> <p>Управление опциями Планировщика задач спецпредложений осуществляется через параметры системы. За дополнительной информацией о параметрах системы обратитесь в представительство фирмы IBM.</p> <p><b>Очистка выделений UEF</b> - Окончательно удаляет выделения UEF, помеченные на удаление в управлении спецпредложениями и оптимизации спецпредложений.</p> <p><b>Очистка классов групп положений</b> - Окончательно удаляет классы групп положений, помеченные на удаление в управлении спецпредложениями и оптимизации спецпредложений.</p> <p><b>Отчет о конфликтах цен спецпредложений</b> - Запускает составление отчета о конфликтах цен спецпредложений.</p> <p><b>Изменить количества товаров</b> - Изменяет количества товаров, чтобы отразить самые свежие данные.</p> <p><b>Очистка ежедневных данных торговых точек спецпредложений</b> - Окончательно удаляет ежедневные данные торговых точек, помеченные на удаление в управлении спецпредложениями и оптимизации спецпредложений.</p> <p><b>Очистка категорий товаров спецпредложений</b> - Окончательно удаляет категории товаров, помеченные на удаление в управлении спецпредложениями и оптимизации спецпредложений.</p>	

4. Вы можете запланировать однократное выполнение задачи в определенное время (с указанием часового пояса) определенной даты или создать график повторений, задав частоту повторений, время повторений и диапазон повторений.

Для **Диапазона повторений** есть такие варианты:

- **Нет окончания** - Задача будет повторяться всегда (по умолчанию).
- **Завершить через** - Задача будет завершена и более не будет активна после заданного числа повторений.
- **Завершить к** - Задача будет завершена и более не будет активна после заданной даты. Дата окончания не может быть более ранней, чем дата начала.

Для повторений есть определенные ограничения, предупреждающие замедление работы системы из-за неиспользуемых задач:

- Повторять пользовательскую задачу можно не больше 59 минут.

- Повторять ежечасную задачу можно не больше 23 часов.
- Повторять ежедневную задачу можно не больше 6 дней.
- Повторять ежемесячную задачу можно не больше 11 месяцев.

Заметим, что для еженедельных и ежегодных задач ограничений нет.

**Примечание:** Еженедельная задача будет выполняться раз в неделю, например, по понедельникам. Если вам надо запланировать запуск задачи чаще раза в неделю, надо задать для каждого дня по своей задаче.

5. Завершив ввод подробностей задачи, нажмите кнопку **Сохранить**. Новая задача появится на странице **Планировщик задач**.

#### **Темы, связанные с данной**

“Редактирование задач”

Используйте эту процедуру для редактирования задач.

## Редактирование задач

Используйте эту процедуру для редактирования задач.

### Об этой задаче

Существующую задачу можно редактировать, если она находится в **Активном** состоянии. Вы редактируете задачу на странице **Планировщик задач**.

### Процедура

1. Выберите **Администратор > Параметры > Планировщик задач**, чтобы открыть страницу **Планировщик задач**.

**Примечание:** Если служба Планировщик задач недоступна, вы увидите сообщение об ошибке и не сможете редактировать задачи. За помощью обратитесь к представителю IBM Omni-Channel Merchandising.

2. Выберите задачу, щелкните по ней правой кнопкой мыши и выберите **Подробности**, чтобы открыть диалоговое окно **Редактировать задачу**.
3. Вы можете редактировать выбранные вами **Тип задачи** и **Определение задачи**. Нельзя изменить дату начала в расписании для задачи, если эта задача уже была выполнена один или несколько раз. Число выполнений не может быть меньше или равно числу уже завершенных по расписанию выполнений.
4. Завершив редактирование, нажмите кнопку **Сохранить**. Отредактированная задача появится на странице **Планировщик задач**.

## Удаление задач

Используйте эту процедуру для удаления задач.

### Об этой задаче

Существующую задачу можно удалить, если она запланирована к запуску или уже запущена. Эта задача будет удалена со страницы **Планировщик задач**.

### Процедура

1. Выберите **Администратор > Параметры > Планировщик задач**, чтобы открыть страницу **Планировщик задач**.

**Примечание:** Если служба Планировщик задач недоступна, вы увидите сообщение об ошибке и не сможете удалять задачи. За помощью обратитесь к представителю IBM Omni-Channel Merchandising.

2. Выберите задачу.
3. Выберите пункт **Удалить**.
4. Нажмите кнопку **Да** в появившемся сообщении подтверждения. Эта задача будет удалена со страницы **Планировщик задач**.

---

## Просмотр истории выполнения задач

С помощью данной процедуры можно просмотреть историю выполнения задач

### Об этой задаче

Вы можете посмотреть хронологию выполнений задачи, в том числе время запуска, состояние задания и пользователя, запустившего эту задачу.

### Процедура

1. Выберите **Администратор > Параметры > Планировщик задач**, чтобы открыть страницу **Планировщик задач**.
2. Выберите задачу.
3. Выберите **История выполнения**, чтобы открыть диалоговое окно **История выполнения задач**. Сводка в верхней части показывает тип задачи, описание, определение задачи и частоту ее выполнения. Перечислены все выполнения задачи, в том числе время запуска, состояние выполнения и пользователя, запустившего эту задачу.

---

## Глава 9. Получение справки и поддержки

IBM Omni-Channel Merchandising разработан как дружелюбная к пользователям система, но все же у вас могут возникать вопросы по ее возможностям. IBM Omni-Channel Merchandising предлагает разнообразные решения по справкам и поддержке, которые помогут вам быстро находить ответы на эти вопросы.

### Темы, связанные с данной

#### “Замечания по выпуску”

Замечания по выпуску посылаются заказчикам IBM Omni-Channel Merchandising непосредственно в программу с использованием меню **Справка**, как поддержка для ежеквартальных обновлений системы. Каждый документ Замечания по выпуску содержит следующую информацию:

#### “Онлайновая справка” на стр. 178

Каждая программная служба IBM Omni-Channel Merchandising содержит функцию справки. Эта функция справки разработана так, чтобы автоматически предоставлять информацию, относящуюся к экрану, который вы в данный момент видите.

#### “Руководство пользователя - версия для печати” на стр. 179

У каждой из программных служб IBM Omni-Channel Merchandising есть полное руководство пользователя, доступное в виде файла Adobe Acrobat PDF. Этот файл PDF можно просмотреть в электронном виде или же напечатать и читать как обычное бумажное руководство.

#### “Обращение в службу поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising” на стр. 179

По всем проблемам, с которыми вы можете столкнуться, можно получить индивидуальную помощь непосредственно от службы поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising.

#### “Запись обращения в журнал техподдержки” на стр. 181

Запишите обращение для службы поддержки с вашим отзывом, проблемой или вопросом. Когда станет доступна новая информация о разрешении вашей проблемы, вы получите уведомления по электронной почте.

#### “Отключение блокировки всплывающих окон в Internet Explorer” на стр. 186

С помощью данной процедуры можно включить всплывающие окна на веб-сайте.

#### “Обучение IBM Omni-Channel Merchandising” на стр. 188

Программа обучения IBM Omni-Channel Merchandising предлагает подробные учебные сеансы по всем программным службам.

#### “Вопросы и комментарии по документации” на стр. 188

IBM Omni-Channel Merchandising приглашает вас обращаться с предложениями, идеями, вопросами или комментариями по поводу электронной справки.

---

## Замечания по выпуску

Замечания по выпуску посылаются заказчикам IBM Omni-Channel Merchandising непосредственно в программу с использованием меню **Справка**, как поддержка для ежеквартальных обновлений системы. Каждый документ Замечания по выпуску содержит следующую информацию:

- **Обзор выпуска** - Общий обзор и особенности текущего выпуска программы IBM Omni-Channel Merchandising.
- **Новые возможности** - Сводные описания новых возможностей выпуска.

- **Исправленные дефекты** - IBM Omni-Channel Merchandising стремится исправлять все обнаруженные заказчиками дефекты возможно быстрее. Исправленные дефекты документированы в Замечаниях по выпуску.
- **Известные проблемы** - Описание известных проблем с текущим выпуском и инструкции по обходным приемам. Известные проблемы будут устранены в последующих выпусках.

---

## Онлайновая справка

Каждая программная служба IBM Omni-Channel Merchandising содержит функцию справки. Эта функция справки разработана так, чтобы автоматически предоставлять информацию, относящуюся к экрану, который вы в данный момент видите.

### Темы, связанные с данной

“Доступ к электронной справке”

Используйте эту процедуру для доступа к электронной справке.

“Справка по навигации”

Система электронной справки разработана как имитация печатной книги. Вы можете переходить от одного раздела к другому, щелкая по значкам книги на левой панели. Щелчок по главе книги открывает ее, и появляются страницы тем. Щелкните по странице темы, чтобы показать ее подробно на правой панели.

## Доступ к электронной справке

Используйте эту процедуру для доступа к электронной справке.

### Об этой задаче

Электронная справка будет открыта в другом окне. Если у вас на компьютере установлен блокировщик всплывающих окон, его надо отключить перед использованием электронной справки. Дополнительную информацию смотрите в теме “Отключение блокировки всплывающих окон в Internet Explorer” на стр. 186.

### Процедура

1. Обращайтесь к электронной справке при помощи значка вопросительного знака в верхнем правом углу страницы.
2. В выпадающем меню выберите **Электронная справка**, чтобы открыть электронную справку.

## Справка по навигации

Система электронной справки разработана как имитация печатной книги. Вы можете переходить от одного раздела к другому, щелкая по значкам книги на левой панели. Щелчок по главе книги открывает ее, и появляются страницы тем. Щелкните по странице темы, чтобы показать ее подробно на правой панели.



Над страницами книги находятся четыре основных кнопки навигации: **Содержимое**, **Индекс**, **Поиска** и **Избранное**.

- **Содержимое** - Эта кнопка выводит все доступные темы электронной справки в виде книги. Это представление по умолчанию, когда вы в первый раз открываете электронную справку.
- **Индекс** - Эта кнопка выводит список всех доступных тем электронной справки в алфавитном порядке.
- **Поиск** - Эта кнопка позволяет вам искать определенный термин в электронной справке. Введите термин поиска в этом поле и нажмите кнопку **Выполнить**, чтобы показать результаты.
- **Избранное** - Эта кнопка позволяет вам сохранить краткий список определенных тем, как персональный краткий справочник. К сохраненным темам можно обратиться в любой момент, нажав кнопку **Избранное**.

---

## Руководство пользователя - версия для печати

У каждой из программных служб IBM Omni-Channel Merchandising есть полное руководство пользователя, доступное в виде файла Adobe Acrobat PDF. Этот файл PDF можно просмотреть в электронном виде или же напечатать и читать как обычное бумажное руководство.



Чтобы обратиться к файлу PDF, найдите значок Adobe Acrobat в верхнем правом углу экрана электронной справки. Щелкните по значку Adobe Acrobat, чтобы загрузить файл PDF.

Чтобы правильно посмотреть файл PDF, надо установить последнюю версию Adobe Acrobat Reader в вашей системе. Скачать Adobe Acrobat Reader можно с сайта Adobe по адресу:

<http://get.adobe.com/reader/>.

---

## Обращение в службу поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising

По всем проблемам, с которыми вы можете столкнуться, можно получить индивидуальную помощь непосредственно от службы поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising.

С группой поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising можно связаться по телефону, по электронной почте или через Интернет.

При обращении в службу поддержки подготовьте следующую информацию:

- Ваше имя
- Компания
- Ваш номер телефона
- Подробное описание вашей проблемы
- Уровень приоритета проблемы

**Темы, связанные с данной**

“Поддержка по телефону”

Служба поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising доступна по телефону +1-866-460-0501.

“Веб-поддержка”

Со службой поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising можно связаться со страницы входа в систему IBM Omni-Channel Merchandising по адресу [www.mydt.demandtec.com](http://www.mydt.demandtec.com).

## Поддержка по телефону

Служба поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising доступна по телефону +1-866-460-0501.

Для заказчиков из США это бесплатный номер. Если вы звоните из других стран, имейте в виду, что ваша телефонная компания может брать плату за такие звонки.

### Часы для обращений по телефону

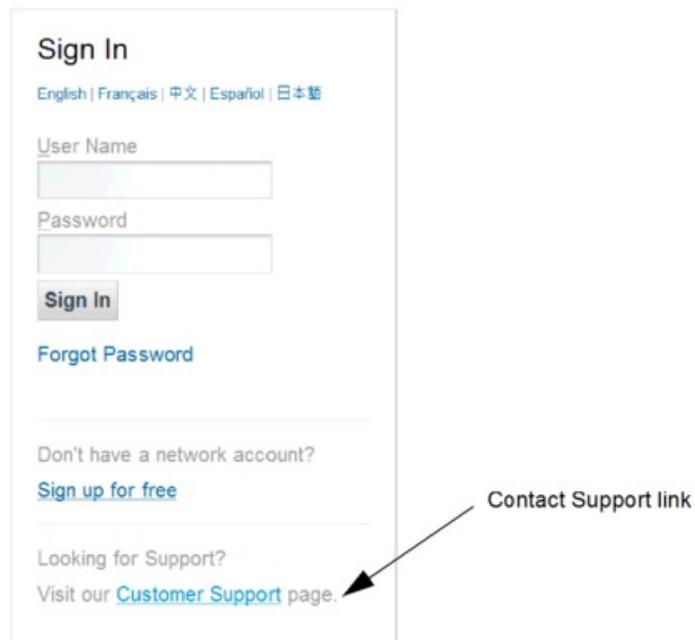
IBM Omni-Channel Merchandising предлагает три группы поддержки заказчиков, чтобы обеспечить максимальную доступность.

- Группа поддержки в США доступна с понедельника по пятницу с 6 до 18 часов тихоокеанского стандартного времени (PST).
- Группа поддержки в Европе доступна с понедельника по пятницу с 8 до 17 часов центральноевропейского времени (CET).
- Группа поддержки в Европе доступна с понедельника по пятницу с 8 до 17 часов японского стандартного времени (JST).

IBM Omni-Channel Merchandising учитывает летнее время. Если в вашей местности не используется летнее время, измените времена соответствующим образом.

## Веб-поддержка

Со службой поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising можно связаться со страницы входа в систему IBM Omni-Channel Merchandising по адресу [www.mydt.demandtec.com](http://www.mydt.demandtec.com).



Чтобы связаться с порталом поддержки заказчиков, где вы сможете оставить заявку, сначала надо войти в систему с использованием бесплатной учетной записи веб-поддержки.

Если у вас уже есть учетная запись веб-поддержки, вам надо запросить новый пароль, введя ваше имя пользователя и щелкнув по ссылке **Забыли пароль?**. На ваш адрес электронной почты будет выслан временный пароль с инструкциями по входу в систему. Если у вас еще нет учетной записи, зарегистрируйтесь на веб-портале поддержки заказчиков, чтобы получить доступ.

#### **Темы, связанные с данной**

“Запись обращения в журнал техподдержки”

Запишите обращение для службы поддержки с вашим отзывом, проблемой или вопросом. Когда станет доступна новая информация о разрешении вашей проблемы, вы получите уведомления по электронной почте.

“Просмотр переданных обращений” на стр. 184

Вы можете открыть и пересмотреть ваши обращения, ранее переданные службе поддержки заказчиков. Вы можете также редактировать обращения и передавать их повторно, или закрывать обращения, для которых более не требуется внимание.

“Использование портала поддержки заказчиков” на стр. 184

Портал поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising - центральное место для всех потребностей заказчиков. Вкладки в верхней части страницы позволяют легко обращаться к различным типам информации.

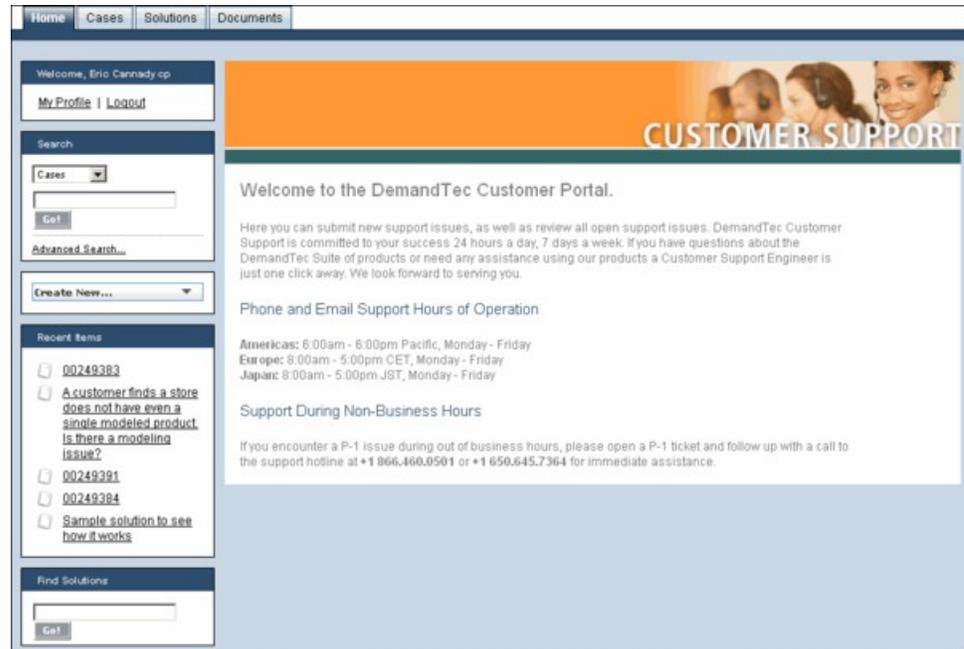
### **Запись обращения в журнал техподдержки**

Запишите обращение для службы поддержки с вашим отзывом, проблемой или вопросом. Когда станет доступна новая информация о разрешении вашей проблемы, вы получите уведомления по электронной почте.

## Об этой задаче

### Процедура

1. После успешного входа в систему вы увидите портал поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising.



2. Чтобы ввести обращение в службу поддержки, щелкните по выпадающему списку **Создать новое** и выберите **Обращение**.



3. Введите информацию на странице **Новое обращение**. Необходимые поля помечены красной вертикальной чертой рядом с ними.

- **Имя контактного лица** - Введите ваше полное имя (*обязательное поле*)
  - **Состояние** - (по умолчанию обязательное, но только для чтения)
  - **Приоритет** - Выберите уровень приоритета для проблемы:
    - **P1 Критический** - Вы не можете использовать программу, или график реализации будет существенно нарушен из-за нестабильности системы
    - **P2 Срочный** - При выполнении обычных бизнес-функций вы сталкиваетесь с затруднениями
    - **P3 Важный** - Некоторые второстепенные возможности не работают, как ожидается
    - **P4 Необходимый** - У вас есть вопросы и/или требования к возможностям системы
    - **P5 Требование моделирования** - У вас есть требование моделирования
  - **Товар (Product)** - Выберите IBM Omni-Channel Merchandising приложение, которое вы использовали, когда проблема была найдена (*необходимые*)
  - **Обнаружена в версии** - Выберите версию программы IBM Omni-Channel Merchandising
  - **Подпрограмма 1** - выберите связанную область в программе IBM Omni-Channel Merchandising
  - **Подпрограмма 2** - выберите связанную область в программе IBM Omni-Channel Merchandising (*если доступно*)
  - **Тема** - Введите содержательный заголовок для вашей проблемы (*обязательное поле*)
  - **Описание** - Введите подробное описание вашей проблемы (*обязательное поле*). Включите в описание список всех шагов, необходимых для воспроизведения этой проблемы. Это поможет службе поддержки заказчиков диагностировать проблему и своевременно ответить вам.
4. Нажмите кнопку **Передать**. Вы увидите подтверждение того, что ваше требование получено, с номером его паспорта. Ваше обращение будет храниться в вашем пользовательском портале, и вы можете позже пересмотреть его, внести изменения и затем передать повторно. Дополнительная информация приведена в разделе “Просмотр переданных обращений” на стр. 184.
  5. Другой вариант - нажать кнопку **Передать и добавить вложение**, чтобы включить вложение, которое поможет проиллюстрировать проблему, такое как снимок экрана, и передать обращение. Размер вложения - до 5 Мбайт.

### Темы, связанные с данной

#### “Просмотр переданных обращений”

Вы можете открыть и пересмотреть ваши обращения, ранее переданные службе поддержки заказчиков. Вы можете также редактировать обращения и передавать их повторно, или закрывать обращения, для которых более не требуется внимание.

### Просмотр переданных обращений

Вы можете открыть и пересмотреть ваши обращения, ранее переданные службе поддержки заказчиков. Вы можете также редактировать обращения и передавать их повторно, или закрывать обращения, для которых более не требуется внимание.

### Процедура

1. Войдите на сайт Центра поддержки IBM Omni-Channel Merchandising.
2. Щелкните по вкладке **Заявки**. Сводка недавно просмотренных обращений выводится в центре портала заказчика.  
В выпадающем меню **Вид** вы можете выбрать просмотр всех ваших обращений, только открытых обращений или обращений, которые вы недавно просматривали (это значение по умолчанию).
3. Щелкните по номеру обращения, чтобы открыть его. Вы можете нажать кнопку **Редактировать** в разделе **Подробности обращения**, чтобы отредактировать подробности вашего обращения и передать его повторно. Вы можете также ввести новые комментарии, добавить дополнительные вложения, посмотреть предлагаемые решения и увидеть текущий прогресс работы с вашим обращением.
4. Нажмите кнопку **Закреть обращение**, чтобы закрыть обращение, если оно более не требуется или если ответ службы поддержки заказчиков не нужен. Удалять обращения из портала нельзя.

### Использование портала поддержки заказчиков

Портал поддержки заказчиков IBM Omni-Channel Merchandising - центральное место для всех потребностей заказчиков. Вкладки в верхней части страницы позволяют легко обращаться к различным типам информации.



### Вкладки

- Вкладка **Домашняя страница** - Главная страница вашего портала заказчика. Вы можете щелкнуть по ссылке **Мой профиль**, чтобы отредактировать или обновить информацию вашего профиля пользователя.
- Вкладка **Обращения** - На этой странице вы создаете, редактируете и просматриваете обращения в службу поддержки.
- Вкладка **Решения** - Поиск и просмотр решений для общих проблем. Вы можете выбрать просмотр всех решений, чаще всего просматриваемых или только тех, которые вы просматривали недавно. Можно также искать обращения по первой букве заголовка обращения. Решения можно искать непосредственно с помощью поля поиска **Найти решения** в нижней части вкладки **Домашняя страница**.
- Вкладка **Документы** - Поиск и просмотр дополнительных документов, которые помогут вам при использовании программ IBM Omni-Channel Merchandising или позволят узнать больше о том, как служба поддержки заказчиков обрабатывает обращения.

### Поиск

Область **Поиск** доступна на боковой панели всех вкладок портала. Вы можете искать свои обращения по введенным вами ключевым словам или по точному словосочетанию в расширенном поиске.

Расширенный поиск ищет по содержимому дополнительных полей в обращении, в том числе примечаниям, описаниям и комментариям. С его помощью вы можете:

- Использовать операторы AND, OR и NOT, чтобы сделать поиск более точным.
- Заключать несколько ключевых слов в кавычки, чтобы выполнять поиск точного соответствия, например "ошибка при вводе значений в поле редактирования".
- Добавлять звездочку в конце ключевого слова, чтобы искать термины, начинающиеся с этого слова, например, получ\*.

### Создать новое обращение

Выпадающий список Создать новое обращение доступен на боковой панели всех вкладок портала.

#### Последние элементы

Вы можете открыть элементы, которые вы смотрели недавно, такие как обращения, документы или решения.

---

## Отключение блокировки всплывающих окон в Internet Explorer

С помощью данной процедуры можно включить всплывающие окна на веб-сайте.

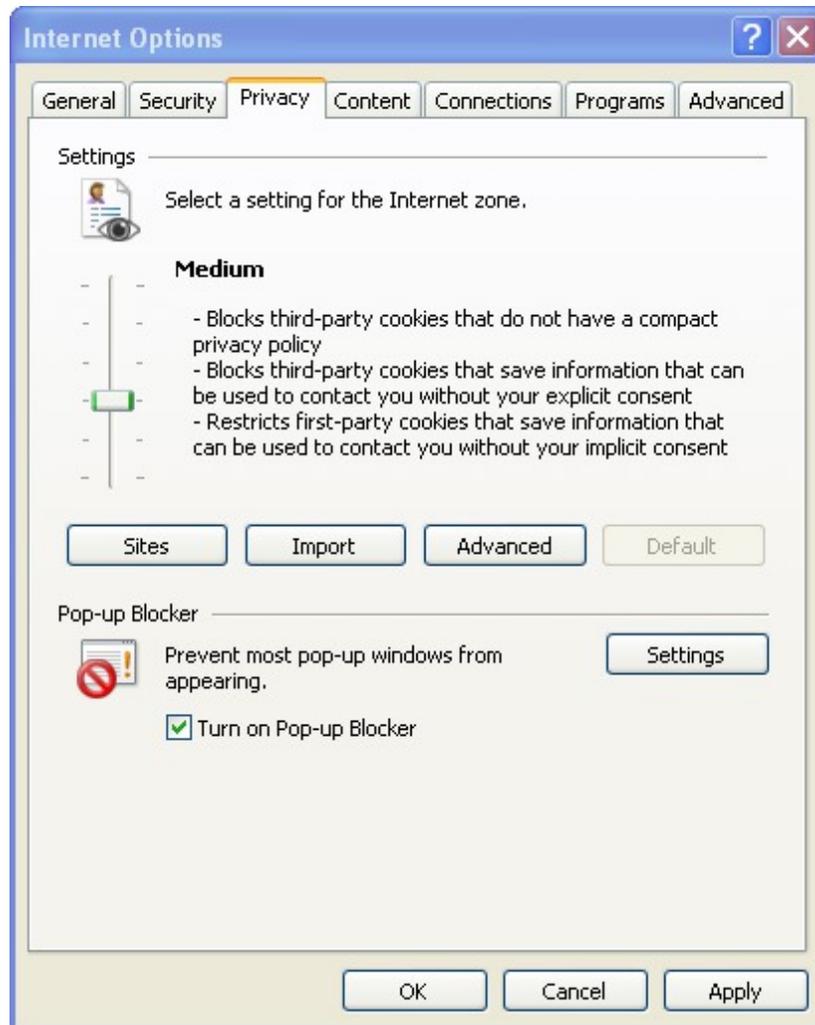
### Об этой задаче

Если вы применяете программное обеспечение, которое блокирует всплывающие окна браузера, может понадобиться отключить эту возможность, чтобы успешно использовать IBM Omni-Channel Merchandising. IBM Omni-Channel Merchandising использует всплывающие окна в разных местах программы, например, при экспорте файлов в Microsoft Excel.

Чтобы разрешить использование всплывающих окон для определенного сайта, такого как IBM Omni-Channel Merchandising, вам надо добавить этот сайт в список утвержденных сайтов.

### Процедура

1. Откройте Internet Explorer 7.
2. Выберите в полосе меню **Сервис > Свойства обозревателя**. Появится диалоговое окно Свойства обозревателя.
3. Щелкните по вкладке **Конфиденциальность**.



4. Параметры блокировки всплывающих окон можно видеть в нижней части окна. Если вы хотите полностью отключить блокировку всплывающих окон в Internet Explorer 7, убедитесь, что переключатель рядом с надписью **Блокирование всплывающих окон** выключен. Если вы хотите оставить блокировку всплывающих окон включенной, но добавить IBM Omni-Channel Merchandising в утвержденный белый список, выберите **Параметры блокирования всплывающих окон**. Белый список - это список утвержденных сайтов, которые игнорируются при блокировке всплывающих окон и работают без постороннего вмешательства. Вы, возможно, знакомы с концепцией белого списка в вашей почтовой программе, которая позволяет добавить выбранные адреса электронной почты в белый список и не выполнять для таких адресов проверку на спам. Здесь белый список работает подобным образом.
5. В диалоговом окне Параметры блокирования всплывающих окон введите имя узла (например, mydt.demandtec.com для IBM Omni-Channel Merchandising) и нажмите кнопку **Добавить**.

**Примечание:** Эти инструкции предназначены для Internet Explorer 7. Если вы используете другие средства блокировки всплывающих окон, например, программы фирм Google, MSN или Yahoo!, инструкции могут быть иными.

#### **Темы, связанные с данной**

“Одноразовое отключение блокировки всплывающих окон” на стр. 188

Если вы не хотите отключать блокировку всплывающих окон в своей системе,

можно использовать клавишу Ctrl для однократного отключения блокировки всплывающих окон в Internet Explorer 7. Просто удерживайте нажатой клавишу Ctrl при щелчке по любой ссылке.

## **Однократное отключение блокировки всплывающих окон**

Если вы не хотите отключать блокировку всплывающих окон в своей системе, можно использовать клавишу Ctrl для однократного отключения блокировки всплывающих окон в Internet Explorer 7. Просто удерживайте нажатой клавишу Ctrl при щелчке по любой ссылке.

---

## **Обучение IBM Omni-Channel Merchandising**

Программа обучения IBM Omni-Channel Merchandising предлагает подробные учебные сеансы по всем программным службам.

Вы можете пройти обучение по выпуску, просмотрев электронные презентации, где объясняются новые возможности для каждого выпуска. Эти презентации доступны через систему электронного интернет-обучения, доступную вам в любое удобное для вас время. Узнайте подробности у руководителя вашего проекта или у преподавателя IBM Omni-Channel Merchandising.

---

## **Вопросы и комментарии по документации**

IBM Omni-Channel Merchandising приглашает вас обращаться с предложениями, идеями, вопросами или комментариями по поводу электронной справки.

IBM Omni-Channel Merchandising приглашает вас обращаться с предложениями, идеями, вопросами или комментариями по поводу электронной справки. Обратиться к группе технических публикаций можно непосредственно по адресу [jessicae@us.ibm.com](mailto:jessicae@us.ibm.com).

---

## Глава 10. Глоссарий

Этот глоссарий включает в себя термины, используемые в этом приложении.

**BOGO:** Один покупаешь - один бесплатно ("Buy One Get One"). Тактика спецпредложений, часто используемая для стимулирования потребителей приобретать товар.

**IBM Price Optimization and Price Management:** Система программ IBM Omni-Channel Merchandising, помогающая розничным продавцам и производителям максимизировать выгоды путем назначения оптимальной цены для каждого товара в каждом магазине.

**Promotion Planning & Optimization:** Программная служба IBM Omni-Channel Merchandising, помогающая розничным продавцам и производителям оптимизировать решения по продвижению товара.

**UPC:** Универсальный код товара - Universal Product Code. Число и штрих-код, однозначно идентифицирующие отдельный потребительский товар и назначенный производителем. Стандарт для IBM Omni-Channel Merchandising - 14 цифр.

**Администратор категории (Category Manager):** Лицо, ответственное за все операции по представлению товаров для категории товаров, включая действия с ценами, спецпредложения, выкладку и ассортимент.

**Анализ Что-если (What-Ifs):** Различные ключевые предположения с целью определения, как будут различаться конечные результаты анализа.

**Артикул (SKU):** Идентификатор товарной позиции. Это номер, которые розничный продавец назначает товару.

**Ассортимент (Assortment):** Набор товаров в розничной продаже. Розничные продавцы периодически пересматривают свой ассортимент, чтобы определить, какие товары следует вывести из продажи, а какие - добавить.

**Базовая цена (Base Price):** Обычная "полочная" цена товара без спецпредложений.

**Базовый пункт (Basis Point):** Базовый пункт - это наименьшая единица, используемая для финансовых показателей. Один базовый пункт эквивалентен сотой доле процента. Например, разность между маржей чистой прибыли 2,25% и 2,50% составляет 25 базовых пунктов.

**Байесовский вывод (Bayesian Inference):** Сложный подход к статистическому моделированию, полезный в средах с разреженными данными. Байесовский вывод основан на теоретических работах Томаса Байеса, математика XVIII века. Фил Делерджи является одним из немногих экспертов за пределами научной школы, имеющий опыт построения масштабных и робастных байесовских моделей.

**Байесовское стягивание (Bayesian Shrinkage):** Байесовский метод, который берет информацию по товарам и магазинам для интеллектуального "стягивания" оценок модели с исключением экстремальных значений.

**Бизнес-правила (Business Rules):** Ограничения на оптимизацию, позволяющие задавать правила, которые описывают стратегии или политики, важные для того, чтобы результаты оптимизации соответствовали нуждам заказчиков.

**Блоки (Blocks):** Смотрите зоны магазинов.

**Бренд (Brand):** Имя (обычно товарный знак), назначенное производителем группе товаров. Имя бренда не всегда совпадает с именем производителя, так как один производитель может владеть несколькими брендами. Например, Clorox - владелец брендов Clorox, Pine-Sol, Armor All, Brita; к брендам Proctor & Gamble относятся Tide, Mr. Clean и Cover Girl.

**Валовая прибыль (Gross Margin):** Доход минус стоимость товара.

**Валовый доход (Gross Profit):** См. Валовая прибыль.

**Возврат инвестиций (ROI):** Возврат инвестиций (операционная прибыль после уплаты налогов/чистая (остаточная) балансовая стоимость активов).

**Возврат торговых фондов (Return on Trade Funds):** Инкрементное значение спецпредложения (значение спецпредложения минус ежедневный оборот), деленное на сумму выручки.

**Волшебная цена (Magic Price):** Цена, при которой спрос существенно возрастает. Например, цена на упаковку из 6 банок газировки \$1,99 может привести к существенному росту спроса по сравнению с ценой \$2,00.

**Временное снижение цены (TPR):** Временное снижение цен - Temporary Price Reduction, TPR. Снижение потребительской цены товара на определенный период времени.

**Временной ряд (Time Series):** Набор значений переменной в регулярные точки времени.

**Выделение накладных расходов (Overhead Allocation):** Объем накладных расходов, отнесенный к конкретному товару.

**Выкладка (Display):** Форма рекламы в магазине для привлечения внимания к определенному товару или линейке товаров.

**Выпуск (Release):** Планируемый набор новых функциональных возможностей комплекта программ IBM Omni-Channel Merchandising, который становится доступным всем пользователям в некоторую дату.

**Высота полок (Shelf Height):** Вертикальное расстояние между полками.

**Глубина полок (Shelf Depth):** Расстояние между передним и задним краями полки.

**Горизонт времени (Time Horizon):** Промежуток времени спецпредложения.

**Группа размеров (Size Group):** Классификация группы товаров на основе их относительных размеров (например, 0 - 200 г = мелкие, 201 - 300 г = средние, >300 г = крупные).

**Группа спроса (Demand Group):** Собрание товаров с высокой степенью взаимозаменяемости. Цена и спецпредложения одного из товаров в этой группе непосредственно влияют на спрос других товаров.

**Группы магазинов (Store Groups):** Множество отдельных магазинов, которые рассматриваются как единая группа для достижения некоторых бизнес-целей (например, регион).

**Группы товаров (Product Groups):** Группа товаров для пользователя IBM Omni-Channel Merchandising.

**Данные от сканеров (Scanner Data):** Данные с точек продаж, собираемые сканерами штрих-кода. Смотрите Данные точек продаж.

**Данные поведения (Panel Data):** Отслеживание поведения отдельного потребителя со временем для получения профилей индивидуального потребления, воздействия спецпредложений и изменения поведения.

**Данные точек продаж (POS Data):** Информация от точек продаж, собираемая сканерами на кассах. Данные точек продаж содержат дату, объем и цену покупки для всех продаваемых товаров.

**Доля товара (Product Share):** Отношение (в процентах) дохода по отдельному товару (артикулу) к общему доходу магазина.

**Дополняющие товары (Complementary Products):** Товары, которые потребители обычно покупают вместе. Классический пример - хот-доги и булочки для хот-догов.

**Доход (Revenue):** Сумма продаж в долларах или местной валюте, полученная от потребителей или других бизнес-организаций.

**Единица измерения (Unit of Measure):** Тип измерения размеров.

**Закупка у конкурентов (Comp Shop):** Способ, используемый розничными продавцами для определения цен конкурентов. Например, если у магазина Longs мыло Dove включено в "список закупки" у конкурентов, это значит, что сотрудники Longs регулярно проверяют магазин своего конкурента, чтобы убедиться, что их предложение по мылу Dove не уступает предложению конкурента или превосходит его. Это также называют **Аудит цен конкурентов**.

**Заменяющие товары (Substitute Products):** Товары, которые пользователи воспринимают, как имеющие ту же или сходную ценность. Заменяющий товар - это такой товар, который потребитель приобрел бы вместо другого товара без значительного ущерба для получаемой функциональной ценности.

**Зона цен (Price Zone):** Группа магазинов с единой ценой на товары.

**Зональные цены (Zone Prices):** Общие цены, применяемые во многих магазинах.

**Зоны магазинов (Store Zones):** Группы магазинов с общим набором цен. Могут называться также зонами, зонами цен магазинов или блоками.

**Изменения стоимости поставщика (Vendor Cost Change):** Изменение закупочной цены товара по инициативе производителя.

**Инкрементное значение (Incremental Value):** Дает прогноз изменения инкрементной прибыли и стоимости для товара спецпредложения путем рассмотрения ежедневных результатов бизнеса. Часто рассматривается как истинный показатель ценности спецпредложения.

**Категория (Category):** Собрание связанных товаров, заменяющих или дополняющих друг друга. Розничные продавцы используют категории для группировки товаров и управления ими (например, овощи, молочные товары и замороженные товары).

**Класс бренда (Brand Class):** Классификации брендов. Классы брендов позволяют создавать взаимосвязи брендов между товарами так, чтобы вы могли задать правила для оптимизаций. Например, можно поместить любую газированную воду в класс брендов собственной торговой марки, а кока-колу - в класс национального бренда.

**Класс размера (Size Class):** Атрибут, назначаемый товару для его помещения в определенную группу на основе размера, объема или веса. Классы размеров позволяют создавать взаимосвязи размеров между товарами так, чтобы вы могли задать правила для оптимизаций. Разрешенные классы размеров - от XXXS до XXXL.

**Клиент (Client):** Программа пользовательского интерфейса, установленная на площадке заказчика.

**Конкурентные цены (Competitive Prices):** Цены, которые обеспечивают хорошие результаты по сравнению с ценами, запрашиваемыми конкурентами.

**Коэффициент (Coefficient):** Число, характеризующее взаимосвязь между зависимой переменной (например, объемом продаж или долей на рынке) и независимой переменной (например, базовой ценой или скидкой).

**КПЭ (ключевой показатель эффективности - KPI, Key Performance Indicators):** Набор показателей для достижения predetermined целевых значений.

**Кратность (Multiples):** Форма выражения цен, когда за определенную цену предлагается несколько единиц товара, например, 2 за \$1,00.

**Кривая спроса (Demand Curve):** Спрос в зависимости от диапазона цен за период времени.

**Куб товара (Product Cube):** Размер пространства, занимаемого товаром, в единицах пространственного объема.

**Линейка ценообразования (Line Pricing):** Назначение группе подобных товаров одинаковой цены, обычно для товаров с разным вкусом или цветом (упаковки по 6 банок газировки или все коробки десерта Jello).

**Лояльность потребителя (Consumer Loyalty):** Приверженность потребителей к некоторому товару или розничному продавцу, которая делает более вероятной покупки определенного товара или в определенном магазине.

**Маржинальная прибыль (Contribution Margin):** Денежная сумма, остающаяся после вычитания из скорректированной валовой прибыли различных стоимостей. Точнее отражает выгоду, чем валовая прибыль.

**Маржинальная прибыль в процентах (Contribution Margin%):** Маржинальная прибыль, деленная на доход.

**Менеджер бренда (Brand Manager):** Менеджер бренда планирует стратегию и тактику в связи с планом бренда (например, какие новые товары разрабатываются и какие смешанные события ожидаются на рынке). Отдел исследования рынка поддерживает менеджеров брендов.

**Метод прямых поставок (Drop Ship Method):** Метод, при котором посредник избегает расходов на хранение запасов, отправляя заказы на отдельные товары производителям (или крупным дистрибьюторам, которые поставляют товары непосредственно заказчикам посредника).

**Модель потребительского отклика (Consumer Response Model):** Смотрите Модель потребительского спроса.

**Модель потребительского спроса (Consumer Demand Model):** Система уравнений, которая предсказывает, сколько товара будут покупать потребители в зависимости от таких факторов, как цена, сезонность и спецпредложения.

**Накладные расходы (Overhead):** Все операционные расходы, кроме стоимости в цепочке поставки.

**Неоперационная специальная скидка (Non-Performance Allowance):** Дополнительное финансирование производителем розничного продавца, не связанное со спецпредложением. Некоторые примеры - специальная скидка перевозки, скидка на самовывоз, скидка на испорченные товары и специальная скидка при покупке.

**Низкие цены каждый день (EDLP):** Низкие цены каждый день. Вол-Март является лидером в EDLP, завоевывая доверие потребителей тем, что предлагает низкие цены каждый день. Другие компании предлагают более высокие каждодневные цены, но более широко используют спецпредложения и скидки.

**Норма валового дохода в %:** См. Норму валовой прибыли в %.

**Норма валовой прибыли в % (Gross Margin %):** Валовая прибыль, деленная на чистый объем продаж, выраженная в процентах.

**Норма чистой маржи в %:** См. Норма чистого дохода в %.

**Образ цены (Price Image):** Потребительское восприятие цен и товара у розничного продавца.

**Объем (Volume):** Число проданных единиц для определенного артикула.

**Объем продаж (Sales Volume):** Число единиц товара, проданных потребителю или другим бизнес-организациям.

**Объем продаж в единицах (Unit Sales):** Смотрите Объем продаж.

**Ограничение (Constraint):** Правило, которое указывает генерировать при оптимизации результаты, попадающие в определенный диапазон.

**Операционная специальная скидка (Performance Allowance):** Скидка, которую розничный продавец учитывает после проведения спецпредложения. Есть два главных типа операционных специальных скидок: специальная скидка на упаковку (основана на объеме товара, доставляемого производителем розничному продавцу, на основе доставки); и специальная скидка по сканированию дистрибьютора (основана на количестве товара, купленного потребителем у розничного продавца, на основе потребления).

**Оптимизация (Optimization):** Процесс поиска наилучшей формулы (цены, набора товаров, плана спецпредложения) для достижения заданной цели торгового предприятия.

**Пары товаров (Product Pairs):** Набор из двух товаров с ограничением спецпредложения на их цены. Например, цена на мыло White Bar должна составлять 90% от цены на мыло Gold Bar.

**Перекрестная эластичность (Cross-Elasticity):** Взаимосвязь между приобретением одного товара и приобретением другого. Если продукты абсолютно независимы, перекрестная эластичность считается нулевой. Если товар дополняет другой товар, поперечная эластичность считается положительной. Если один товар заменяет другой товар, поперечная эластичность считается отрицательной.

**Перекрестная эластичность спроса (Cross-Elasticity of Demand):** Смотрите Перекрестная эластичность.

**Переменная стоимость (Variable Cost):** Расходы, связанные с производством, хранением или приобретением артикула.

**Пересчет на эквивалентные единицы (Equalization):** Назначение стандартизированной единицы измерения товару на основе описания товара и размера/количества, относящегося к этому описанию. Это позволяет непосредственно сравнивать товары в широком диапазоне размеров. Например, одна коробка кока-колы и две упаковки по 12 бутылок = 1 эквивалентная коробка.

**Период выполнения (Performance Period):** Период времени, в течение которого действует спецпредложение. Это время выполнения спецпредложения, например, когда товар находится в экспозиции, рекламной кампании или в условиях временного снижения цен.

**План категории (Category Plan)** Все продвижения для одной категории, пересекающиеся во времени с указанным диапазоном дат. Они составляют основу для предсказаний и прогнозов в категории и позволяют выполнять вариантный анализ ("что-если") различных планов спецпредложений.

**Плата за выделение места (Slotting Fees):** Плата, получаемая розничным торговцем от производителя за размещение нового товара на полках магазина.

**Поглощение (Cannibalization):** Эффект, отрицательно действующий на объем продаж товара, когда потребитель покупает один товар вместо другого (часто из-за расценок, спецпредложений или других желательных характеристик). Например, если вводится йогурт с новым вкусом, он может поглотить часть продаж других йогуртов. Потребители не захотят приобретать больше йогуртов в сумме (расширение категории), они просто выбирают новый товар вместо своего обычного товара.

**Покупка "про запас" (Forward Buy):** Покупка товара в количестве, превышающем немедленные потребности, благодаря его выгодной цене.

**Покупка про запас (Pantry Loading):** Действие приобретения товара, потому что он есть в продаже или подан как спецпредложение. Другое название - покупка в кладовку.

**Последние цифры (Last Digits):** Цифры в цене товара после разделителя целой и дробной частей.

**Поставщик/производитель (Vendor/Manufacturer):** Компания, производящая товары, которые закупает розничный продавец. Поставщик, принимая решение о том, как

спланировать календари спецпредложений и построить предложения, учитывает три основных составляющих представления товара: экспозиции, рекламные объявления и временное снижение цен.

**Потребитель (Consumer):** Тот, кто покупает товары в магазине.

**Правила двух товаров (Two Product Rules):** Ограничение или правило, связывающее вместе два товара.

**Правила одного товара (Single Product Rules):** Ограничения оптимизации, применяемые к одному товару или артикулу.

**Правило валовой прибыли (Gross Margin Rule):** Ограничение, требующее, чтобы результаты оптимизации давали валовую прибыль в заданном диапазоне.

**Правило классов брендов (Brand Class Rule):** Ограничение, применяемое между брендами и определяющее взаимосвязь их цен. Например, премиальные бренды всегда должны стоить дороже бюджетных.

**Правило объема (Volume Rule):** Ограничение на диапазон объемов для данного товара или группы товаров при оптимизации.

**Правило размера (Size Rule):** Предопределенная взаимосвязь между двумя подобными товарами на основе их относительных объемов, веса или количества.

**Правило цен конкурентов (Competitor Price Rule):** Пример бизнес-правила; пользователи могут определить правила, которые обеспечивают конкурентоспособность цен. Например, вы можете определить правило, утверждающее, что цены на кукурузные хлопья должны находиться в диапазоне 5% от цен конкурента.

**Предварительно назначенная цена (Pre-Price):** Цена товара, указанная производителем на упаковке.

**Предложение (Offer):** Предложение, которое производитель делает розничному продавцу по поводу продвигаемых товаров, включая способ продвижения (реклама, выкладка или временное снижение цен), время продвижения и денежную сумму, которую розничный продавец получает от производителя (в виде крупной разовой наличной выплаты или же в виде экономии в стоимости товара как условие сделки).

**Представление товара (Merchandising):** Продвижение товаров, включая координацию производства и маркетинга и разработка стратегий рекламы, выкладки и продаж.

**Прибыль (Profit):** Доход минус переменная стоимость, постоянная стоимость, и стоимость по операциям.

**Проверка цен (Price Check):** Подтверждение цены продажи или розничной цены для товара.

**Программа карточек лояльности (Loyalty Card Program):** Система, в которой потребители подписываются на участие в программе скидок или возврата средств в обмен на отслеживание шаблонов поведения потребителя. Используется также название программы Частый покупатель.

**Продажи (Sales):** Смотрите Доход.

**Продажи по одинаковым магазинам (Store-For-Store Sales):** Смотрите Продажи по тем же магазинам.

**Продажи по тем же магазинам (Same-Store Sales):** Сравнение продаж по тем же магазинами отражает рост продаж без учета влияния вновь открытых магазинов.

**Процент чистой прибыли (Net Profit%):** Чистая прибыль, деленная на доход.

**Прямая поставка в магазин (DSD):** Прямая поставка в магазин. Поставка от производителя в розничный магазин, минуя посредников, таких как дистрибьюторы или оптовые продавцы.

**Размещение в торце (End Cap)** Выкладка в конце прохода.

**Расчет стоимости по операциям (Activity-Based Costing, ABC):** Система бухгалтерского учета, при которой разнесение затрат на все операции осуществляется индивидуально для каждого элемента (в противоположность более простым методам, таким как традиционная система учета, где затраты равномерно распределяются по элементам), что дает точную информацию о затратах на реализацию каждого элемента после учета всех затрат в системе снабжения - на транспорт, оплату труда и накладные расходы.

**Реклама (Ad)** Продвижение товаров в различных медиа, включая печать, радио и телевидение.

**Рекламная зона (Ad Zone):** Совокупность магазинов, в которых предлагаются одинаковые условия рекламного продвижения.

**Розничная цена (Retail Price):** Цена продажи, которую потребитель платит за товар.

**Самовывоз (Backhaul):** Термин, используемый в логистике, когда грузовик забирает груз в обратный рейс после разгрузки доставляемого товара.

**Сделка (Deal)** Цены на товар в рамках его продвижения.

**Сезонность (Seasonality):** Базовая тенденция поведения потребителей на основе времени года (например, влияние Пасхи на приобретение куличей).

**Семейство брендов (Brand Family):** Семейства брендов позволяют точнее определять поднаборы внутри класса брендов. Например, кока-кола и пепси-кола могут входить в класс брендов национальной торговой марки, а любая газированная вода А и В - в класс брендов собственной торговой марки. Чтобы задать ценовое правило, связывающее кока-колу с любой газированной водой А, необходимо поместить кока-колу в семейство брендов Кока-кола, а газированную воду - в семейство брендов А без марочного обозначения.

**Семейство размеров (Size Family):** Семейства размеров позволяют точнее определять поднаборы внутри класса размеров. Например, у вас может быть банка колы 330 мл (Класс малого размера) и банка кока-колы 500 мл (класс среднего размера). Чтобы создать правило между двумя этими товарами, гласящее, что банка 500 мл всегда стоит больше, чем банка 330 мл, но не более чем вдвое, вы создаете семейство размеров под название Кола. Если не создать такое семейство, это правило применялось бы ко всем товарам в классах размеров 330 мл и 500 мл.

**Скидка (Markdown):** Величина уменьшения цены для оживления продаж.

**Скидка на самовывоз (Backhaul Allowance):** Производитель предоставляет розничному продавцу скидку на самовывоз из расчета на каждую упаковку товара, которую продавец вывозит со склада производителя при помощи нанятых грузовиков.

**Скидочная цена (Discount Price):** Продажная цена товара (также известна как Временное снижение цены).

**Событие (Event):** Группа мероприятий по продвижению, объединенных вокруг конкретной темы. Используются для группирования мероприятий по продвижению в целях долгосрочного планирования, подготовки средств, таких как проспекты, рекламные вставки, буклеты, обложки, а также организационных совещаний по конкретным событиям.

**Специальная скидка (Allowance):** Размер скидки, получаемой розничным торговцем от производителя. Существует два типа специальных скидок: операционная специальная скидка и неоперационная специальная скидка.

**Специальная скидка на рекламу (Ad Allowance):** Денежная сумма, которую розничный продавец получает за каждую упаковку, приобретенную у производителя (уплачивается после того, как запускается реклама).

**Спецпредложение (Promotion):** Временная корректировка цены товара и/или выгодное предложение потребителю, непосредственно связанное с покупкой товара.

**Спрос (Demand):** Количество товара, которое будет приобретено по определенной цене.

**Ставка рабочей силы (Labor Rate)** Часовая ставка рабочей силы, считая зарплату и премии.

**Стоимости товаров (Product Costs):** Стоимость оптового продавца или поставщика, которую розничный продавец платит производителю.

**Стоимость капитала (Cost of Capital):** Затраты, связанные с торговым оборудованием.

**Стоимость на одну единицу приращения (Cost Per Incremental Unit):** Исходная цена минус цена спецпредложения плюс торговые фонды.

**Стоимость товара (Cost of Goods):** Сумма денег, выплаченная розничным продавцом производителю товара. Она может быть указана, например, в пересчете на упаковку, килограмм или штуку.

**Стратегия (Strategy):** Набор инициатив или операций ценообразования или спецпредложений, дополняющих друг друга для достижения определенной бизнес-цели.

**Сценарий (Scenario):** Набор ограничений и правил, применяемых к данным о товарах, магазинах, ценах и стоимостях, оптимизируемых для достижения определенных бизнес-целей в терминах прибыли, дохода и объема. Термин "сценарий" может использоваться как синоним "продвижению".

**Тенденция (Trend):** Внутренняя взаимосвязь в группе точек данных.

**Тип хранения товаров (Product Storage Type):** Положение в магазине, где хранится товар. Значения IBM Omni-Channel Merchandising представляют собой полки (с замороженными или охлажденными товарами).

**Торговые фонды (Trade Funds):** Фонды, предлагаемые производителем розничному продавцу для спецпредложения набора товаров, их называют также торговыми расходами. Эти фонды обычно выделяются для оплаты операций спецпредложений со стороны розничного продавца, включая рекламные объявления, экспозиции и временное снижение цен.

**Трафик магазина (Store Traffic):** Число покупателей на единицу времени.

**Фиксированная стоимость (Fixed Cost):** Стоимость, которая не меняется в зависимости от объема производства или продажи.

**Фиксированные выплаты (Flat Fee):** Единовременная денежная плата производителем розничному продавцу для обеспечения демонстрации или рекламы. Ее можно рассматривать как платеж за аренду демонстрационного или рекламного пространства, хотя это и не прямой платеж.

**Финансовое моделирование (Financial Modeling):** Процесс, позволяющий розничным продавцам понять факторы стоимости своего бизнеса, включая фиксированные и переменные стоимости в цепочке поставки. Смотрите Определение стоимости на основе операций.

**Фонд начислений (Accrual Fund):** Метод специальных скидок или финансирования для выделения торговых фондов по счетам. Если он применяется как специальная скидка, производитель соглашается платить розничному продавцу определенную сумму за каждый случай покупки в течение года (сюда может входить весь базовый объем и весь объем спецпредложений). Взамен продавец обязуется в течение года запустить определенное количество спецпредложений. Разница между фондом начислений и скидкой на упаковку товара состоит в том, что в случае фонда начислений на всю стоимость спецпредложений заключается одна сделка, а при скидке на упаковку товара для каждого события оговариваются отдельные условия. Если фонд начислений используется для выделения торгового фонда, он служит для определения сумм торгового фонда, выделяемых конкретным счетам. Розничные продавцы, как правило, используют фонды начисления отдельно, для финансирования только спецпредложений.

**Ценовая эластичность спроса (Price Elasticity of Demand):** Скорость, с которой спрос меняется при изменении цены. Изменение спроса, деленное на изменение цены.

**Ценовой разрыв (Price Gap):** Разность цен между двумя сходными товарами.

**Цены конкурентов (Competitor Prices):** Цены, которые запрашивают конкуренты (другие магазины, которые потребители могут выбрать вместо вашего) за те же товары.

**Цепочка (Chain):** Несколько магазинов с единым владельцем и общим названием (например, Longs или Winn-Dixie).

**Частота пополнения (Replenishment Frequency):** Число раз, когда запасы магазина или центра распределения пополняются, в заданный период времени.

**Чистая маржа (Net Margin):** Смотрите Чистая прибыль

**Чистая прибыль (Net Profit):** Общий объем продаж минус стоимость продаваемых товаров, стоимость операций, налоги, проценты и амортизация.

**Ширина полок (Shelf Width):** Размер полок по горизонтали.

**Эквивалентная единица (Equivalent Unit):** Стандартная единица объема, используемая при пересчете.

**Эквивалентная розничная цена (Equivalent Retail Price):** Цена за эквивалентную единицу, рассчитанная как цена продажи, деленная на число стандартных единиц измерения.

**Эластичность товара (Product Elasticity):** Эластичность цены для спроса на конкретный товар.



---

## Глава 11. Краткое справочное руководство

Этот раздел содержит сводку по всем ключевым командам и функциям в IBM OpenLink.

Этот раздел содержит сводку по всем ключевым командам и функциям в IBM OpenLink.

### Темы, связанные с данной

“Процесс атрибутирования”

Процесс атрибутирования может быть разложен на 11 основных шагов.

“PIF или графический интерфейс OpenLink” на стр. 205

Используйте эту процедуру, чтобы знать, когда использовать функции PIF, а когда функции Редактировать контент.

“Советы по группам спроса” на стр. 205

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о группах спроса.

“Полезная информация по размерам и единицам измерения” на стр. 206

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о размерах/единицах измерения.

“Исключение (запрет на включение в модель)” на стр. 206

Используйте эту процедуру, чтобы исключить товар из PIF.

“Общие замечания о файле информации о товаре (PIF)” на стр. 206  
используйте как ссылку на PIF.

“Подробности PIF” на стр. 207

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о подробностях PIF.

---

## Процесс атрибутирования

Процесс атрибутирования может быть разложен на 11 основных шагов.

Процесс атрибутирования может быть разложен на 11 основных шагов.

	Описание	Замечания	Инструмент
1	Утвердить/отклонить перемещения между категориями	Проверьте категорию Некатегоризировано на несвязанные товары.	OpenLink

	<b>Описание</b>	<b>Замечания</b>	<b>Инструмент</b>
2	Запустить состояние товара	Выполнять распознавание состояния товара НЕ НУЖНО, если компания отправляет файл состояния каждую неделю. Перед началом процесса обновления цен обязательно запускайте Распознаватель состояния товара (PSR), чтобы убедиться, что состояния товаров обновлены.	OpenLink
3	Экспорт PIF	Зайдите в файл PIF (файл информации о товаре) через автоматически сгенерированное сообщение в почтовом ящике или в разделе уведомлений приложения.	OpenLink

	Описание	Замечания	Инструмент
4	<p>Отредактируйте содержимое с помощью PIF</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Группа спроса</li> <li>• Размер</li> <li>• UOM</li> <li>• Бренд</li> <li>• Включено в модель</li> <li>• Семейство по размеру**</li> <li>• Класс по размеру**</li> <li>• Семейство бренда**</li> <li>• Класс бренда**</li> <li>• Предварительно установленная цена**</li> <li>• Группа линеек**</li> <li>• Другое семейство 1 &amp; 2**</li> <li>• Другой класс 1 &amp; 2**</li> </ul>	<p>Файл PIF является электронной таблицей Excel и должен рассматриваться как таковой. Любую формулу надо удалить прежде, чем импортировать файл PIF обратно в OpenLink. Не удаляйте строки из файла информации о товаре. Если товары не нужно включать в модель, исключите их в PIF.</p> <p><b>Примечание:</b> Значения группы линеек, предварительно установленной цены, семейства/класса по размеру, семейства/класса бренда и другого семейства/другого класса можно добавлять в конфигурируемый файл только для подготовки сценария; они не требуются в процессе моделирования.</p>	Excel PIF
5	Импорт PIF	<p>Удалите формулы прежде, чем импортировать файл PIF обратно в OpenLink. Ограничьте длину имени файла для импорта. Проверьте автоматически сгенерированное сообщение на предмет ошибок.</p>	OpenLink
6	Выполните расчет эквивалентных единиц	<p>Перед тем, как отправлять категорию на моделирование, убедитесь, что количество товаров с POS, требующих расчета эквивалентов, равно 0.</p>	OpenLink

	Описание	Замечания	Инструмент
7	Проведите проверки целостности	Используйте отчеты разбивки категорий: Агрегация брендов и групп спроса. Примите или исправьте ошибки нужным вам образом.	OpenLink
8	Изменить контент (если применимо)	Проверьте названия брендов и по необходимости устраните проблемы расчета эквивалентных единиц. Для завершения этого шага может понадобиться выполнить несколько описанных выше шагов.	OpenLink
9	Заполнить связи групп спроса	Если взаимосвязей между группами спроса нет, матрицу взаимосвязей между группами спроса заполнять не нужно. Находится на странице менеджера категорий.	OpenLink
10	Отметить товары как атрибутированные	Отметить товары как атрибутированные. Это также приведет к "сбросу" количества товаров без атрибутов в соответствующем столбце, благодаря чему пользователю будет легко определить новые товары после отправки результатов начального определения атрибутов специалисту по статистике IBM Omni-Channel Merchandising.	OpenLink

	Описание	Замечания	Инструмент
11	Задать состояния категории	Уведомляет специалиста по статистике IBM Omni-Channel Merchandising о том, что категория готова к моделированию. Статистик получает электронное письмо, если он подписан на подобные уведомления о предупреждении.	OpenLink

---

## PIF или графический интерфейс OpenLink

Используйте эту процедуру, чтобы знать, когда использовать функции PIF, а когда функции Редактировать контент.

PIF лучше использовать, когда:

- Нужно определить названия новых групп спроса, что, как правило, требуется в следующих случаях:
- Определение атрибутов категории выполняется впервые
- В категорию добавляется новая линейка товаров
- Со времени последнего определения атрибутов прошло более одного года
- Определение атрибутов лучше выполнить в режиме "офлайн" с помощью PIF
- Электронная таблица Excel (например, вне офиса, когда нет доступа к графическому интерфейсу и т.д.)

Используйте **Редактировать контент**, если:

- Нужно определить атрибуты новых товаров в рамках поддержания цен.

**Примечание:** В существующую группу спроса нужно добавить новые товары.

- Нужно исправить названия брендов (используется функция "Разбивки категории")
- Нужно определить атрибуты меньше, чем для 20 товаров

---

## Советы по группам спроса

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о группах спроса.

- Помните, что группы по спросу - группы товаров с **ВЫСОКОЙ** степенью взаимозаменяемости.
- Товары в группе спроса должны иметь относительно похожие цены и цены за единицу измерения.
- В группах спроса можно использовать суффиксы, чтобы выделиться товары, которые могли бы находиться в одной группе спроса, но их ценовые точки не соответствуют группе.
- PRM = Премиум (высшая ценовая точка, считается товаром высшего качества, оригинальными товарами)
- REG = Нормальные (Хорошие товары, средняя ценовая точка)

- ECON = Эконом (низшая ценовая точка, считаются товаром низшего, начального качества)
- TS = Пробник (обычно реализуется в отдельном отделе магазина)
- IND = Промышленный или оптовый размер (не являются взаимозаменяемыми с товарами обычного размера)
- Пробники и промышленные размеры товаров следует выделять в отдельную группу спроса.
- Группы спроса из 1 товара следует использовать только в исключительных ситуациях.
- Помните, что товары в группе спроса оказывают друг на друга симметричное вытесняющее воздействие. Если в группе спроса существуют асимметричные взаимосвязи, товары следует выделить в две группы спроса и определять взаимосвязи через матрицу взаимосвязей группы спроса.

---

## Полезная информация по размерам и единицам измерения

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о размерах/единицах измерения.

- Единицы измерения должны соответствовать принятым для группы спроса.
- Пробники или "бонусные" товары не должны добавляться во взаимосвязи семейств/классов по размеру.
- Иногда размеры нужно изменить, чтобы отобразить то, за что фактически платит покупатель (например, для средства для стирки поменять граммы на количество загрузок).

---

## Исключение (запрет на включение в модель)

Используйте эту процедуру, чтобы исключить товар из PIF.

НИКОГДА не следует удалять товары из PIF. Вместо этого пользователь может "исключить" товар из PIF, это означает, что товар не будет учитываться при моделировании.

Чтобы исключить товар в PIF:

- Измените значение столбца "Включать в модель" на "Нет".

Какие товары нужно исключать?

- Непродаваемые товары
- Устаревшие товары
- Статистически незначимые товары (должны удовлетворять всем трем критериям):
- Состояние заказчика = прервано
- Последнее сканирование > 90 дней до последнего сканирования в категории
- Средний еженедельный объем ОЧЕНЬ низкий
- Товары без данных POS – Товары без данных POS не включаются в модель. Данные товары следует "исключить" в PIF или привязать к существующим товарам, если это (новые/активные товары).

---

## Общие замечания о файле информации о товаре (PIF)

используйте как ссылку на PIF.

- Не удаляйте информацию в файле PIF. Если товары не нужно включать в модель, исключите их.
- Для успешного импорта в DT OpenLink файлы PIF не должны содержать формулы.
- В DT OpenLink импортируется только первая электронная таблица Excel. Перед импортом PIF удалите все дополнительные листы, которые содержат сводные таблицы или форматирование.
- Импортируемые PIF могут содержать дополнительные столбцы. Во время импорта осуществляется поиск заголовков столбцов, поэтому их удалять нельзя!
- Можно также изменять порядок столбцов в PIF. При импорте порядок не имеет значения, за исключением двух первых строк столбца (названия столбца).
- Помните, после импорта PIF изменения, внесенные в приложении OpenLink, НЕ БУДУТ отображаться в сохраненном PIF (электронной таблице Excel). После завершения действий над категорией рекомендуется полностью экспортировать PIF.

## Подробности PIF

Используйте эту ссылку, чтобы узнать дополнительную информацию о подробностях PIF.

Атрибуты PIF:

**Примечание:**

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Опорный UPC</b>	UPC розничного продавца	Не изменять.	UPC, определяемый розничным продавцом
<b>Опорный пользовательский ключ товара</b>	Система нумерации товаров розничного продавца. Если отсутствует, по умолчанию используется значение UPC.	Не изменять.	UPC или ID розничного продавца, как определено в отображении
<b>Включено в модель</b>	Здесь можно "исключить" товары, чтобы они не включались в модель. Данные товары также не учитываются в сценарии.	Измените значение на "Нет", если товар не нужно включать в модель	Значение по умолчанию: <b>Да</b>
<b>Описание</b>	Описание продукта, которое передается в Everyday Price Management	Обычно оно не изменяется	Описание розничного продавца. Если у розничного продавца предусмотрено больше одного описания, сверить с отображением.

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Группа спроса</b>	Собрание товаров с высокой степенью взаимозаменяемости	Буквенно-цифровой, максимум 50 символов, без пробелов (разделяйте слова символом подчеркивания). Должен начинаться с буквенного символа.	Значение по умолчанию - группа <b>DEFAULT_demand</b>
<b>Размер</b>	Размер (Объем измерения), который будет использоваться для моделирования на уровне розничного продавца/ подразделения/ категории. Данный размер можно вычислить.	Цифровой. В случае "бесплатного или бонусного" товара включите базовую стоимость + "бесплатный" объем.	Файл товара розничного продавца
<b>UOM</b>	Единица измерения, используемая для моделирования и оптимизации. Должна быть согласованной с группой спроса.	Буквенный CT, OZ, LOAD, SHEET, LB	Файл товара розничного продавца
<b>Бренд</b>	Скорректированный/ рассчитанный бренд, который будет использоваться при моделировании. Бренды можно оптимизировать в PIF или на странице разбивки категорий OpenLink.	Только буквенный, без пробелов и недопустимых символов (&, /, "", *)	Файл товара розничного продавца
<b>Опорное состояние DT</b>	Определяется путем объединения результатов применения правил Распознавателя состояния продуктов.	Не изменять.	На основе результатов Распознавателя состояния продуктов, если запущался.
<b>Опорное состояние клиента</b>	Состояние товара при отправке розничным продавцом.	Не изменять.	Файл состояния местоположения Розничного продавца; по умолчанию является АКТИВНЫМ, если не отправлено значение

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Опорная текущая розница</b>	Сводные статистические данные: Среднее значение текущих розничных цен по магазинам за последние 12 месяцев, если таковые загружались	Не изменять.	Файл цен розничного продавца
<b>Опорная средняя цена просмотра</b>	Сводные статистические данные: Средняя цена сканирования, взвешенная по объему, за последние 12 месяцев	Не изменять.	Из данных сканирования POS
<b>Опорная цена на единицу измерения</b>	Сводные статистические данные: Цена за единицу измерения, разделенная на значения в PIF	Не изменять.	Рассчитывается для PIF
<b>Опорный средний еженедельный объем</b>	Сводные статистические данные: Средний недельный объем по всем магазинам за последние 12 месяцев на уровне сети.  Если в приложении нет записи за неделю, объем не будет считаться нулевым.	Не изменять.	Из данных сканирования POS
<b>Опорная стоимость</b>	Сводные статистические данные: Невзвешенное среднее значение расходов по магазинам, отправленных в файле текущих расходов, если применимо.	Не изменять.	Из данных сканирования POS
<b>Опорная первая дата просмотра</b>	Дата первого сканирования товара (по всем магазинам)	Не изменять.	Из данных сканирования POS
<b>Опорная последняя дата просмотра</b>	Дата последнего сканирования товара (по всем магазинам)	Не изменять.	Из данных сканирования POS
<b>ID товара</b>	Присвоенный уникальный ID артикула IBM Omni-Channel Merchandising	Не изменять.	Назначается системой

Выделенные строки указывают на поля, которые должны быть заполнены в PIF.

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Класс размера</b>	Используется в IBM OpenLink или IBM Price Management. Каждому элементу в Семействе по размеру присваивается номер/уровень: 8 унций = МАЛЫЙ, 16 унций = СРЕДНИЙ, 24 унций = БОЛЬШОЙ	Допустимые форматы классов по размеру - классы по размеру, заданные для категории в IBM Price Management. Если классы по размеру еще не определены, используйте значения по умолчанию (XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL XXX-SMALL); позже их можно будет изменить в IBM Price Management. Максимум 50 символов.  В класс по размеру не следует включать бонусные продукты или пробные размеры или размер дорожной продукции.	Пусто
<b>Семейство размеров</b>	Используется в OpenLink или Price. Семейство по размерам используется для того, чтобы определить правила ценообразования для различных размеров одного продукта в абсолютном (например, Малый < Средний < Большой) и относительном измерении (например, приобретать большой размер должно быть выгоднее, чем средний).	Буквенный, Максимум 50 символов	Пусто
<b>Класс бренда</b>	Значение, помогающее различать два продукта в рамках семейства. В данном случае класс бренда служит для различения продуктов в семействе бренда.	НАЦИОНАЛЬНАЯ, ПРИВАТНАЯ МАРКА или определяется по необходимости, максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца, обычно пустой

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Семейство брендов</b>	Значение, соединяющее два товара в целях сравнения с помощью правил. Семейством бренда, как правило является типоразмер продукта, который служит для сравнения между брендами.	Буквенный, без недопустимых символов (&, /, *), максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца, обычно пустой
<b>С предустановленной ценой</b>	Указывает, или продукт имеет предварительно установленную цену, которая определяется розничным продавцом. Указывается 1, если продукт имеет предустановленную цену. Цена продуктов с предустановленной ценой НЕ БУДЕТ изменяться во время оптимизации.	Товар с предварительно заданной ценой = 1 Товар без предварительно заданной цены = 0	По умолчанию 0; если значение поступает от розничного продавца, 1 означает продукт с предустановленной ценой
<b>Группа линеек</b>	Группа линеек по цене, отправленная розничным продавцом.	Буквенно-цифровой, без пробелов и недопустимых символов (&, /, *), максимум 50 символов	Файл товара розничного продавца
<b>Другое семейство/ Другой класс 1&amp;2</b>	Позволяют установить дополнительные связи, когда семейство/класс бренда уже использованы.	Определите по необходимости	Пусто
<b>Учетные коды уровней 1-12 и описание</b>	Как правило, представляют собой поля, определяющие иерархию товаров в хост-системе. Могут быть полезны при определении структуры групп спроса.	Не изменять.	Из данных розничного продавца

Имя	Описание	Как выполнить	Источник
<b>Учетный атрибут</b>  <b>0-9</b>	Если значения атрибутов "местоположение" или SKU отправляются в файле товара (как правило, отправляется IT-отделом), пользователь может заполнить данные значения в PIF, используя поля атрибутов в таблице товара.	Не изменять.	Из данных розничного продавца

---

## Замечания

Эта информация разработана для продуктов и услуг, предлагаемых в США.

IBM может не предоставлять в других странах продукты, услуги и аппаратные средства, описанные в данном документе. За информацией о продуктах и услугах, предоставляемых в вашей стране, обращайтесь к местному представителю IBM. Никакие ссылки на продукты, программы или услуги IBM не означают и не подразумевают, что можно использовать только указанные продукты, программы или услуги IBM. Разрешается использовать любые функционально эквивалентные продукты, программы или услуги, если при этом не нарушаются права IBM на интеллектуальную собственность. Однако при этом пользователь сам несет ответственность за оценку и проверку работы продуктов, программ и услуг, которые получены не от IBM.

Фирма IBM может располагать патентами или рассматриваемыми заявками на патенты, относящимися к предмету данного документа. Получение вами данного документа не означает предоставления вам каких-либо лицензий на эти патенты. Вы можете послать запрос на лицензию в письменном виде по адресу:

IBM Director of Licensing IBM Corporation North Castle Drive Armonk, NY 10504-1785 U.S.A.

По поводу лицензий, касающихся работы с набором двухбайтных символов (DBCS), обращайтесь в отдел IBM Intellectual Property Department в вашей стране или пошлите запрос в письменном виде по адресу:

Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law IBM Japan Ltd. 1623-14, Shimotsuruma, Yamato-shi Kanagawa 242-8502 Japan

Следующий абзац не применяется в Великобритании или в любой другой стране, где подобные заявления противоречат местным законам: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION ПРЕДСТАВЛЯЕТ ДАННУЮ ПУБЛИКАЦИЮ "КАК ЕСТЬ" БЕЗО ВСЯКИХ ГАРАНТИЙ, КАК ЯВНЫХ, ТАК И ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ, ВКЛЮЧАЯ, НО НЕ ОГРАНИЧИВАЯСЬ ТАКОВЫМИ, ПОДРАЗУМЕВАЕМЫЕ ГАРАНТИИ СОБЛЮДЕНИЯ ЧЬИХ-ЛИБО АВТОРСКИХ ПРАВ, ВОЗМОЖНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЛИ ПРИГОДНОСТИ ДЛЯ КАКИХ-ЛИБО ЦЕЛЕЙ. В некоторых странах для ряда сделок не допускается отказ от явных или предполагаемых гарантий; в таком случае данное положение к вам не относится.

В приведенной здесь информации могут встретиться технические неточности или типографские опечатки. В публикацию время от времени вносятся изменения, которые будут отражены в следующих изданиях. IBM может в любой момент без какого-либо предварительного уведомления вносить изменения в продукты и/или программы, которые описаны в данной публикации.

Любые ссылки в этой публикации на веб-сайты, не принадлежащие IBM, приведены только для удобства и никоим образом не служат для их поддержки. Материалы этих веб-сайтов не входят в число материалов по данному продукту IBM, и всю ответственность за использование этих веб-сайтов вы принимаете на себя.

IBM оставляет за собой право на использование и распространение любой предоставленной вами информации любыми способами, какие сочтет приемлемыми, не принимая на себя никаких обязательств перед вами.

Если обладателю лицензии на данную программу понадобятся сведения о возможности: (i) обмена данными между независимо разработанными программами и другими программами (включая данную) и (ii) совместного использования таких данных, то он может обратиться по адресу:

IBM Corporation

1001 E Hillsdale Blvd.

Foster City, CA 94404

США

Такая информация может быть предоставлена на определенных условиях (в некоторых случаях к таким условиям может относиться оплата).

IBM предоставляет лицензионную программу, описанную в данном документе, и все прилагаемые к ней лицензионные материалы на основании положений Соглашения между IBM и Заказчиком, Международного Соглашения о Лицензиях на Программы IBM (IBM International Program License Agreement) или любого эквивалентного соглашения между IBM и заказчиком.

Все приводимые здесь данные о производительности были получены в контролируемой среде. Таким образом, результаты, полученные в других операционных средах, могут существенно отличаться от них. Возможно, что некоторые измерения были выполнены в разрабатываемых системах, и нет никакой гарантии, что в общедоступных системах результаты этих измерений будут такими же. Более того, некоторые результаты могут быть получены путем экстраполяции. Реальные результаты могут отличаться от них. Пользователи настоящего документа должны проверить соответствующие данные в своей конкретной среде.

Информация, касающаяся продуктов других компаний (не IBM) была получена от поставщиков этих продуктов, из опубликованных ими заявлений или из прочих общедоступных источников. Фирма IBM не проверяла эти продукты и не может подтвердить точность измерений, совместимость или прочие утверждения о продуктах других фирм. Вопросы о возможностях продуктов других фирм следует направлять поставщикам этих продуктов.

Все согласования о будущих планах и намерениях IBM могут быть изменены или отменены без уведомлений, и описывают исключительно цели фирмы.

Все приведенные здесь цены IBM - это розничные цены, установленные IBM; они действительны на текущий момент и могут быть изменены без предварительного уведомления. Цены дилеров могут отличаться от них.

Эта информация может содержать примеры данных и отчетов, иллюстрирующие типичные деловые операции. Чтобы проиллюстрировать их как можно полнее, в примеры включены имена физических лиц, названия компаний, брендов и продуктов. Все эти имена и названия вымышлены, и любое их сходство с реальными именами и адресами полностью случайно.

#### **Товарные знаки**

IBM, логотип IBM и [ibm.com](http://ibm.com) - товарные знаки или зарегистрированные товарные знаки International Business Machines Corporation во многих странах.

Прочие названия продуктов и услуг могут быть товарными знаками IBM или других компаний.

С текущим списком товарных знаков IBM можно ознакомиться на Web-странице "Copyright and trademark information" (Информация об авторских правах и товарных знаках) [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml).







Напечатано в Дании