

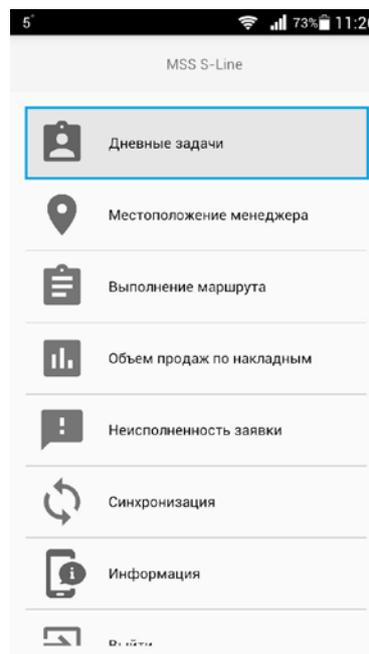
# Инструкция по работе с документом Аудита в MSS

## 1. Описание

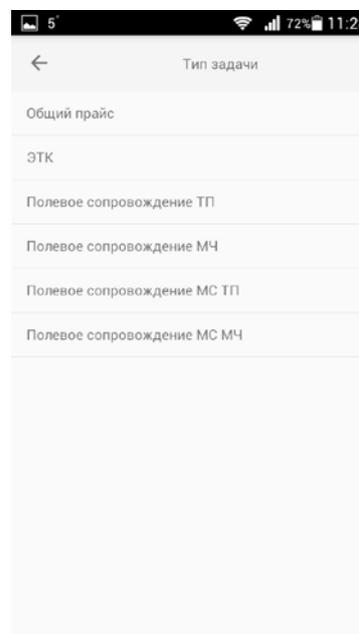
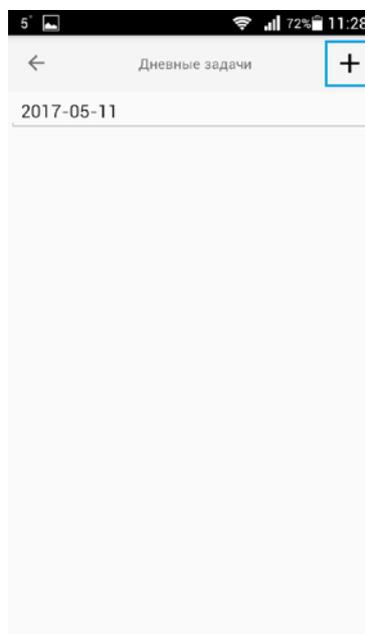
Документ аудита заполняется супервайзерами на торговых точках. С целью разгрузить интерфейс анкеты store check из неё будут удалены вопросы по брендам(SKU и Фейсы), а также вычисляемые вопросы по общему фейсингу различных категорий номенклатуры(ЛВИ, Настоянки, Коньяки и т.д.). Вместо вопросов в анкете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

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

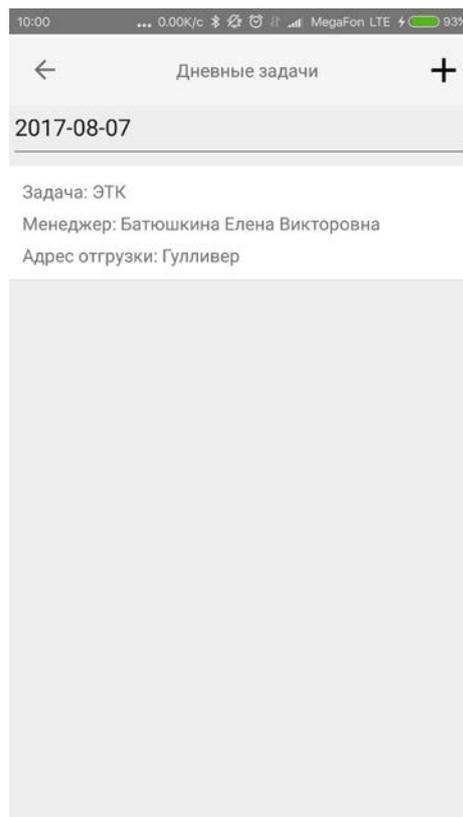
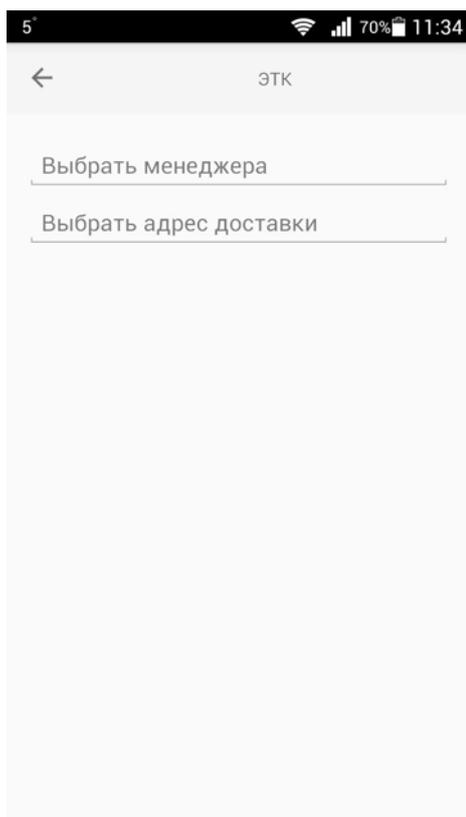
**1 Шаг.** Открываем «Дневные задачи» из главного меню MSS



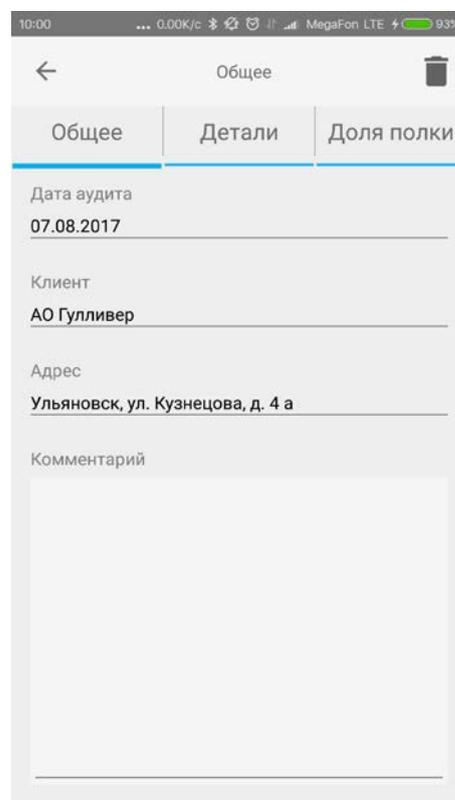
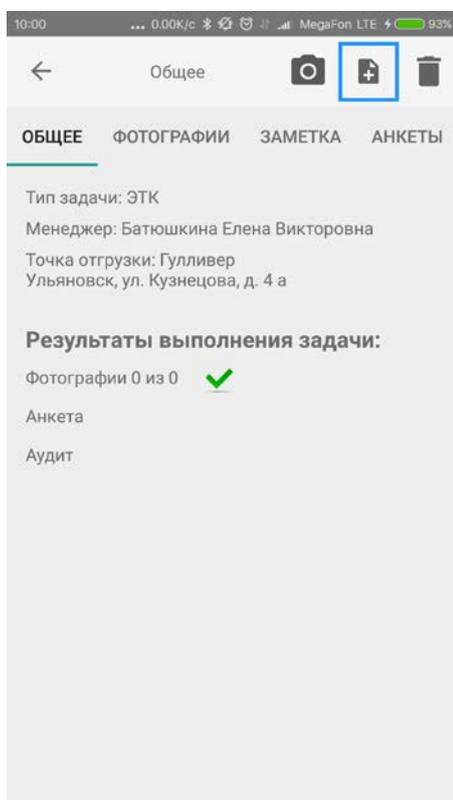
**2 Шаг.** Нажимаем на + для создания новой задачи. Из списка выбираем необходимый тип задачи(ЭТК или Общий прайс).



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

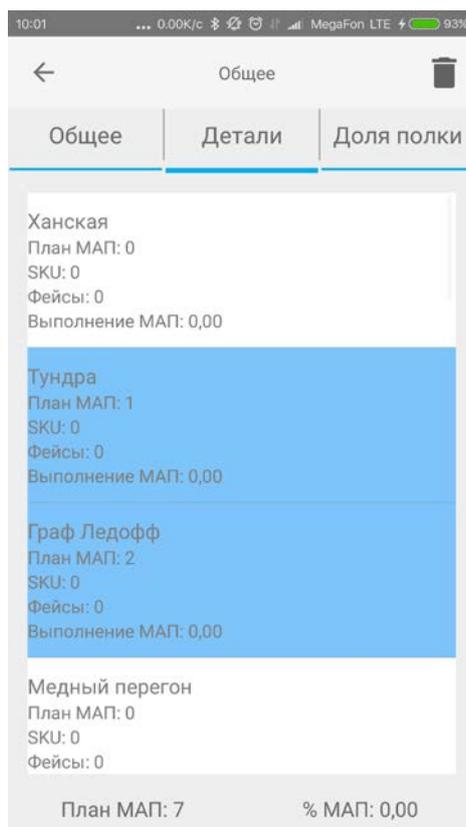


**4 Шаг.** В созданной задаче необходимо нажать на иконку создания нового аудита.



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

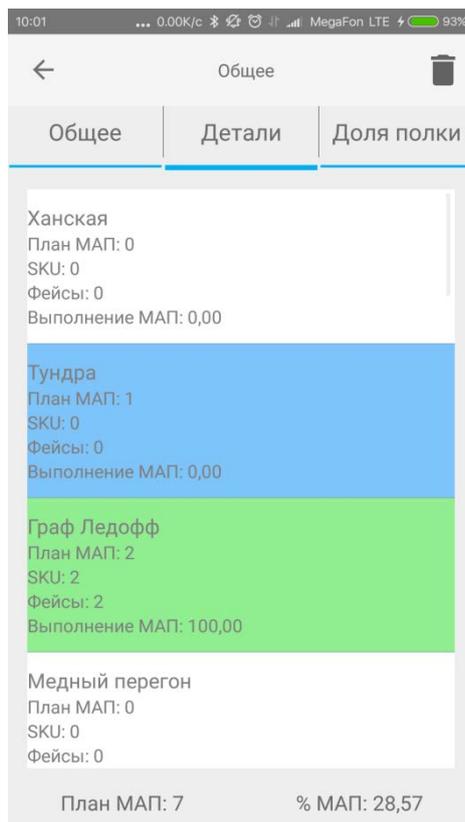
Во вкладке «Детали» мы видим список брендов компании. У каждого из них имеются показатели Плана МАП, SKU и Фейсы, Регулярная и Акционная цена. Бренды на которых установлен показатель «Плана МАП» выделяются синим цветом. Общий показатель «Плана МАП» обозначен в нижней части экрана. Выбираем бренд для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



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

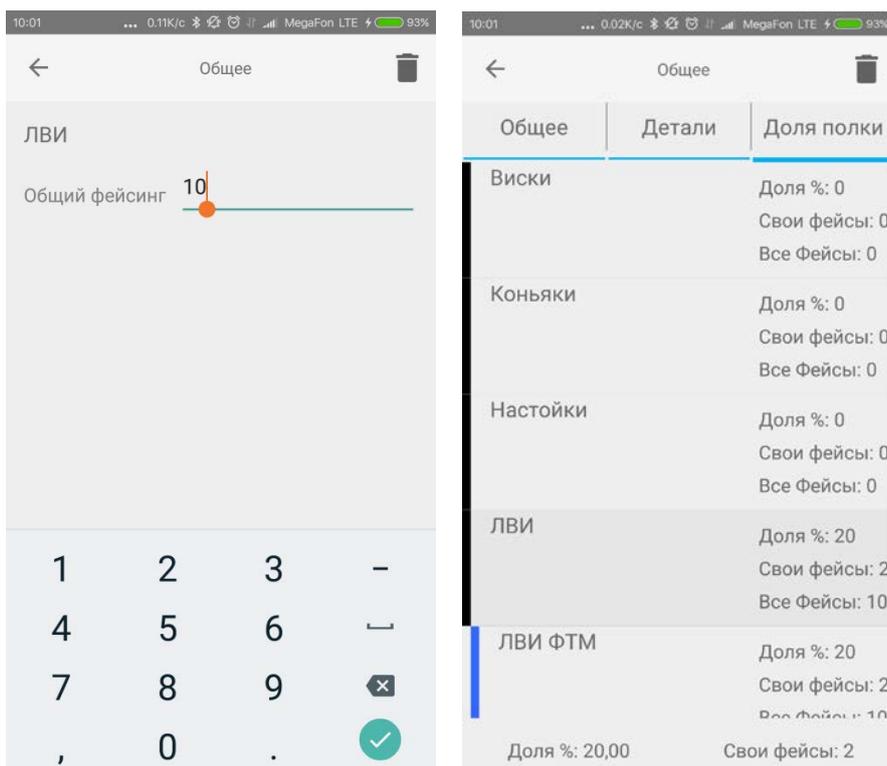


**7 Шаг.** Таким образом вводим данные по всем брендам компании, которые присутствуют на полке. Бренды, по которым данные уже ввели выделяются зеленым цветом.



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

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



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

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

**Текущее дерево категорий номенклатуры:**

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

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

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

**11 Шаг.** Для отправки на сервер делаем синхронизацию.

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

