

## 1) Раздел мониторинг цен

Для процедуры переоценки поставляем данные с сопоставленными ценами в формате

```
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE PRICE_CHANGES_COUNT  LAST_CHANGE_DATE
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE PRICE_CHANGES_COUNT  LAST_CHANGE_DATE
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE PRICE_CHANGES_COUNT  LAST_CHANGE_DATE
```

где:

SKU\_ID - код товара Рандеву  
COMPETITOR\_PRICE - цена конкурента  
PRICE\_CHANGES\_COUNT - кол-во изменений цен  
LAST\_CHANGE\_DATE - дата последнего зафиксированного изменения цены

Для товаров, к которым не был найден ни один дубликат, поставляем данные в формате

```
SKU_ID      DATE_LAST_CHECK
```

где:

SKU\_ID - код товара Рандеву  
DATE\_LAST\_CHECK - дата последней проверки

Для процедуры назначения цены на новый товар получаем от Рандеву данные в формате

```
SKU_ID      SKU_LINK
SKU_ID      SKU_LINK
SKU_ID      SKU_LINK
```

и отдаем через 4 дня в формате

```
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE
SKU_ID      COMPETITOR_PRICE
```

где:

SKU\_ID - код товара Рандеву  
COMPETITOR\_PRICE - цена конкурента

Для сохранения конкурентноспособных цен предлагаем бизнес-процесс 'Контроль отличия цен', где поставляем ТОП-200 товаров с самой большой ценовой разницей на найденные дубликаты (и аналоги) в формате

```
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE PRICE_DIFF
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE PRICE_DIFF
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE PRICE_DIFF
```

где:

SKU\_ID - код товара Рандеву  
RVZ\_PRICE - цена Рандеву с сайта  
COMPETITOR\_PRICE - цена конкурента с наибольшей (или единственной) разницей  
PRICE\_DIFF - разница в цене, абсолютное значение

Для максимизации актуальности базы товаров с найденными пересечениями предлагаем бизнес-процесс 'новые дубликаты/аналоги' - поставляем данные о том, что нового нашли у конкурентов из того, что есть у Вас в продаже в формате:

```
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE DATE
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE DATE
SKU_ID      RVZ_PRICE COMPETITOR_PRICE DATE
где:
```

SKU\_ID - код товара Рандеву  
RVZ\_PRICE - цена Рандеву с сайта  
COMPETITOR\_PRICE - цена конкурента  
DATE - дата последнего поиска

Для понимания "распространенности" торгующейся в Рандеву модели/цветомодели у конкурентов предлагаем бизнес-процесс 'У кого еще продается', в рамках которого поставляем данные о том, какие конкуренты еще продают товары из Вашего ассортимента, сортируем по убыванию кол-ва конкурентов, у которых был найден дубликат, в формате:

```
SKU_ID      RVZ_PRICE CCT_COUNT COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
SKU_ID      RVZ_PRICE CCT_COUNT COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
SKU_ID      RVZ_PRICE CCT_COUNT COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
где:
```

SKU\_ID - код товара Рандеву  
RVZ\_PRICE - цена Рандеву с сайта  
CCT\_COUNT - кол-во конкурентов, где еще продается  
COMPETITOR\_AVG\_PRICE - средняя цена без учета цены Рандеву  
COMPETITOR\_LIST - перечисление Конкурент1, Конкурент2, КонкурентN,...

Для среднесрочного анализа введем синтетический коэффициент 'накопленная успешность товара', который считается кумулятивно раз в неделю, складывается из:  $(\text{Цена Рандеву} - \text{Минимальная Цена Конкурента}) * (\text{кол-во дней})$ , читается как 'сколько рублей-дней торговали по конкурентной цене', предоставляется для каждого sku в формате

```
SKU_ID      HISTORY_DAYS_COUNT      RD_COEFF
SKU_ID      HISTORY_DAYS_COUNT      RD_COEFF
SKU_ID      HISTORY_DAYS_COUNT      RD_COEFF
где:
```

SKU\_ID - код товара Рандеву  
HISTORY\_DAYS\_COUNT - сколько дней такое было  
RD\_COEFF - перемноженная разница в цене на кол-во дней.

## 2) Раздел маркетинг

Здесь большой блок, напишу вкратце: обычно классификации товаров используется для создания маркетинговых преимуществ на узкие товарные категории/разделы. Например, "Лучшее предложение на {} мужские ботинки бренда {} в Москве", а что туда вписывать - указано в price points.

## 3) Раздел категорийного анализа

Доля присутствия брендов - для каждого бренда указываем, у кого он еще продается и сколько моделей (по всем категориям). Выводим среднее кол-во моделей, указываем Вашу долю в среднем, поставляем в формате:

```
BRAND CCT_COUNT RVZ_PRESENCE COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
BRAND CCT_COUNT RVZ_PRESENCE COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
BRAND CCT_COUNT RVZ_PRESENCE COMPETITOR_AVG_PRICE COMPETITOR_LIST
```

где:

BRAND: Название бренда

CST\_COUNT: среднее кол-во моделей по всем конкурентам (кроме Рандеву)

RVZ\_PRESENCE: кол-во моделей у Рандеву делить на среднее кол-во по всем (>1 - превосходит, =1 - одинаково, <1 - меньше ассортимент)

COMPETITOR\_AVG\_PRICE - средняя цена Рандеву делить на средняя цена конкурентов

COMPETITOR\_LIST - перечисление Конкурент1, Конкурент2, КонкурентN,..

#### 4) Розничный отдел

Розница - цена на такой же товар в интернете. Получаем от Рандеву данные в формате:

SKU\_ID  
SKU\_ID  
SKU\_ID

Для отчета 'Преимущество Розницы' дополняем цены на данные товары из интернет-магазина Рандеву, кол-во найденных дубликатов, минимальную цену, конкурента, который торгует по минимальной цене, отдаем в формате

SKU\_ID        DUP\_COUNT    MIN\_COMPETITOR\_PRICE    COMPETITOR  
SKU\_ID        DUP\_COUNT    MIN\_COMPETITOR\_PRICE    COMPETITOR  
SKU\_ID        DUP\_COUNT    MIN\_COMPETITOR\_PRICE    COMPETITOR

где:

SKU\_ID - код товара Рандеву

DUP\_COUNT - кол-во найденных дубликатов

MIN\_COMPETITOR\_PRICE - минимальная найденная цена на дубликат (или единственная)

COMPETITOR - у кого была найдена минимальная цена

Розница/Еком - price points

По каждой категории и по каждому бренду разносим кол-во предложений Рандеву vs Конкурентов в формате Price Points:

PP1    BRAND    CATEG        OFFERS\_COUNT  
PP2    BRAND    CATEG        OFFERS\_COUNT  
PP3    BRAND    CATEG        OFFERS\_COUNT  
PPN    BRAND    CATEG        OFFERS\_COUNT

где:

PP1-PPN - прайс поинты от 100 до 150000 рублей с логарифмическим интервалом

BRAND - название бренда

CATEG - название Вашей категории

OFFERS\_COUNT - кол-во предложений Рандеву делить на кол-во предложений конкурентов

#### 5) Коммерческий отдел:

Категорийный анализ:

По каждой категории (и/или по каждому бренду) считаем среднюю цену Рандеву, среднюю цену конкурентов, кол-во позиций Рандеву, кол-во позиций всего на рынке, поставляем:

CATEG\_ID CATEG RVZ\_PRICE\_SHARE RVZ\_OFFER\_SHARE  
CATEG\_ID CATEG RVZ\_PRICE\_SHARE RVZ\_OFFER\_SHARE  
CATEG\_ID CATEG RVZ\_PRICE\_SHARE RVZ\_OFFER\_SHARE

где:

CATEG\_ID - код категории

CATEG - название категории

RVZ\_PRICE\_SHARE - средняя цена Рандеву делить на среднюю цену конкурентов

RVZ\_OFFER\_SHARE - кол-во sku Рандеву делить на среднее кол-во sku по категории по всем конкурентам

Так же мы можем забирать у Вас какие-то обезличенные цифры по состоянию LFL категорий и структурировать информацию по нашей градации - для подготовки совещаний по

Если категория ключевая и растет:

набор действий по отделам:

- маркетинг
- розница
- сервис
- интернет магазин

Если категория базовая и растет:

набор действий по отделам:

- маркетинг
- розница
- сервис
- интернет магазин

Если категория ключевая и падает:

набор действий по отделам:

- маркетинг
- розница
- сервис
- интернет магазин

Если категория базовая и падает:

набор действий по отделам:

- маркетинг
- розница
- сервис
- интернет магазин

\*рост и падение - к установленным целям по abs/LFL