

Что в тренинге:

1. Общее устройство принципа мониторинга цен в интернете:

- Введение: как это работает и что стоит за мониторингом и его результатами;

(парсеры и их работа, скорость, защиты, поломки, контроль результатов, демонстрация работы парсинга)

- Обзор: какие компании отрасли используют интернет-мониторинг и как это делают и что лучше подойдет Вашей компании;

1.1 Общее устройство принципа мониторинга цен в интернете - Терминология

о товарах

«Ассортимент интернет»

«Основная цена/Price\_1»

«Перечекнутая цена/Price\_old»

«Дубликат»

«Аналог/Идентичный товар»

«SKU КОД»

«аттрибут»

«классификатор»

«Операция (Онлайн)»

о событиях

"Появление товара"

"Обнаружение товара"

"Временное отсутствие товара"

"Выбытие товара из продажи"

"Переподмена артикула"

"Ошибка в описании товара"

технические и программные термины

«Ценовой кластер»

«Результативная проверка цен»

«Актуальность/свежесть цен»

«История цен»

«xlsx»

«API»

«xml, yml, json, txt, lc, erp, sap, oracle»

«парсинг, парсер»

«отчет о парсинге»

«price point»

«сводная таблица»

«скриншот»

«пример»

«расследование»

термины регулирования взаимодействия

«Рабочий день»

«Контактное лицо»

## 2. Планирование и запуск мониторинга цен на Ваши товары по сайтам конкурентов.

Планирование и запуск мониторинга цен на Ваши товары по сайтам конкурентов - Как определиться с:

- площадками/конкурентам для мониторинга;
- товары (описания, фото, наличие, назначение кодов);
- определить частоту (в том числе о мгновенном мониторинге);
- установить принцип подбора дубликатов и аналогов;
- длина хранения история цен;
- ценовые кластеры/города/регионы для мониторинга;

Итог: какие варианты выигрышных стратегий мониторинга можно использовать сейчас;

## 3. Как организовать доставку информации с результатами мониторинга цен.

Как организовать доставку информации с результатами мониторинга цен - По каким отчетам ориентироваться в ценообразовании и как это делать:

3.1 Простой и удобный отчет "сопоставленные товары" в личном кабинете;

3.2 Выделенные отчеты в файлах `xlsx` или `json` - для роботов/переоценок;

3.2.1 Какие бывают отчеты `xlsx`:

- отчет "выгрузка ассортимента";
- отчет "выгрузка ассортимента по городам";
- отчет "все у всех";
- отчет с фильтрацией по брендам;
- отчет с историей цен;
- отчет с фокусом на историю наличия товаров;
- отчет с фокусом на соблюдение РРЦ;

3.2.2 [ПОВЕРХНОСТНЫЙ ОБЗОР] Какие бывают отчеты `Json/xml`:

- XML, зачем он нужен;
- JSON, зачем он нужен, вида `http://joxi.ru/YmEMXnYC0BQO7m`;
- Структура файлового пакета для выгрузки типа JSON:

- `categories.json`
- `items.json`
- `prices.json`
- `sources.json`
- `cities.json`

## 4. [ПОВЕРХНОСТНЫЙ ОБЗОР] Использование среды Geteralprice для удобства управления данными.

Использование среды Geteralprice для удобства управления данными - Что может делать контактное лицо по мониторингу цен на стороне Клиента:

- добавлять товары в мониторинг;
- группировать товары по корзинам, конкурентам и по назначению;
- редактировать и удалять установленные связи;
- устанавливать новые связи;
- загружать найденные ранее связи;
- комментировать установленные связи;
- опционально: промышленный поиск дубликатов на стороне Клиента.

## 5. Анализ ассортимента конкурентов.

Анализ ассортимента конкурентов – Классификация и упорядочивание данных в одну систему отсчета

- Что такое классификатор и какие они бывают;
- Атрибуты и их значения, как выбрать и назначить;
- Примеры атрибутов для одежды и спортивных товаров;
- Что дает атрибутивный анализ:
  - упрощенно о срезах и фильтрах;
  - о ценовых интервалах;
  - о категорийной истории движения цен;
- как это использовать в работе компании.

## 6. Бизнес-процесс начал работать.

Бизнес-процесс начал работать – Отчеты настроены, что дальше?

- назначение ответственного контактного лица за мониторинг
- регулярное взаимодействие по направлению деятельности контактного лица:
- коммуникация по итогам парсинга;
- коммуникация по загрузке новых товаров и другое;
- реагировать на изменения цен конкурентов и сообщать коллегам