

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»  
«Перечекрнутая 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);
- выбрать бренды;
- определить частоту (в том числе о мгновенном мониторинге);
- задать глубину;
- 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 "минимальной ценой"
- отчет только на значительные ценовые разницы;
- 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. 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;
- устанавливая 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

#### 7. [ПОВЕРХНОСТНЫЙ ОБЗОР] Автоматизация мониторинга на примерах решений.

Автоматизация мониторинга на примерах решений - что можно роботизировать и меньше контролировать:

- переоценка на основании правила назначения цены на уровне:
- уведомления нарушителям РРЦ
- работа с сайтом, блок 'нашли дешевле'
- работа с ассортиментом
- коммуникации для магазинов
- другое - торговля эксклюзивным брендом (без дубликатов);
- другое - решение задач по расширению сбыта в интернете;