

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, 1c, 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/конкурендам 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;
- акции, старая/новая цена, купонная цена, промо, распродажи и прочие промохарактеристики широкого обобщения;
- переподмена артикулов;

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;
- отчет с мультипликатором для сопоставления товаров типа 3шт vs 5 шт;
- отчет для кассы розничного магазина при печати ценников;
- отчет для продавцов розничного магазина "проверенные лучшие цены сегодня";
- отчет для поставщиков "контрольный список для исправления цен";
- отчет с количественными показателями наличия товаров;
- отчет в разрезе городов и ценовых кластеров;
- отчет с плоскими данными для построения сводной таблицы;
- отчеты для разных отделов Вашей компании с непересекающимися данными;

3.2.2 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;
- 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

## 7. Автоматизация мониторинга (общий обзор) на примерах решений.

Автоматизация мониторинга (общий обзор) на примерах решений - что можно роботизировать и меньше контролировать:

- переоценка на основании правила назначения цены на уровне:
  - списка товаров;
  - категорийных правил;
  - правил назначения цены для ценовых интервалов;
  - правил назначения цены для брендов;
  - действия в контексте управления наличием: товара много/мало;
  - действия в контексте управления наличием: товара есть/нет;

- уведомления нарушителям РРЦ
  - внутренний отчет о нарушении РРЦ;
  - доказательства нарушения РРЦ;
  - уместные комментарии в договор реализации о соблюдении партнерами РРЦ;
  - внешний отчет о нарушении РРЦ (email уведомления партнерам);
  - отчет о повторном соблюдении после отправки уведомления;
- работа с сайтом, блок 'нашли дешевле'
  - обработка покупательского обращения;
  - сбор статистики и оптимизация затрат обработки запросов;
- работа с ассортиментом
  - подбор новых товаров для заведения в листинг
  - алерты на продажи популярных товаров
  - обоснование решения по заведению или отказу заведения нового товара
  - определение успешных товаров по косвенным признакам наличия
- коммуникации для магазинов
  - автоматические макеты для печати;
  - правила подбора товаров и составления макета;
- другое:
  - торговля эксклюзивным брендом (без дубликатов);
  - решение задач по расширению сбыта в интернете;