
TEDDY FOOD

Проект по ценообразованию

Работа Филатова Александра

План презентации

→ Исследовательский анализ данных

Исследование товара

Исследование покупателей

→ Выводы и рекомендации

Подведение итогов

План мероприятий

Исследование товара

Кормление животных условно
примем за товар,
пожертвование представим как
оплату этого товара

Условно товар можно разбить на 6
категорий.

1. Всего существует 2 типа животных (Кошки и Собаки)
2. На данный момент существует 3 периода который мы можем оплатить (День, Неделя, Месяц)

Исследования будем
проводить именно по этим
разрезам

—

Структура выручки КОШКИ

Посмотрим на структуру выручки у Кошек.

54% выручки приходится на оплату
Дней

39% выручки приходится на оплату
Недель

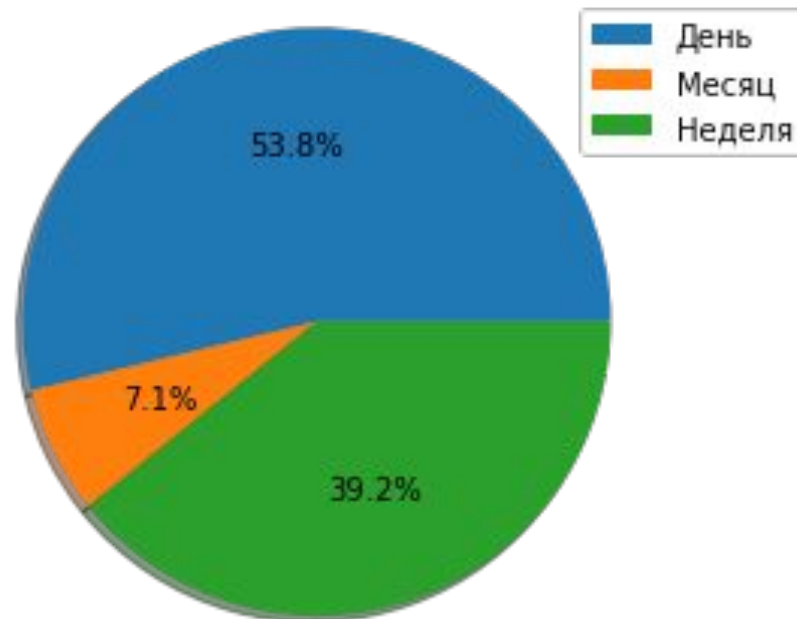
7% выручки приходится на оплату
Месяцев

Период	Сумма	% от общей суммы
День	450,340	53,8%
Неделя	328,203	39,2%
Месяц	59,082	7,1%
Итого	837,625	100%

— Структура выручки наглядно

Несмотря, на то что дневное кормление стоит дешевле всего, приносит оно более половины всей выручки .

Распределение выручки по продуктам у Кошек



—

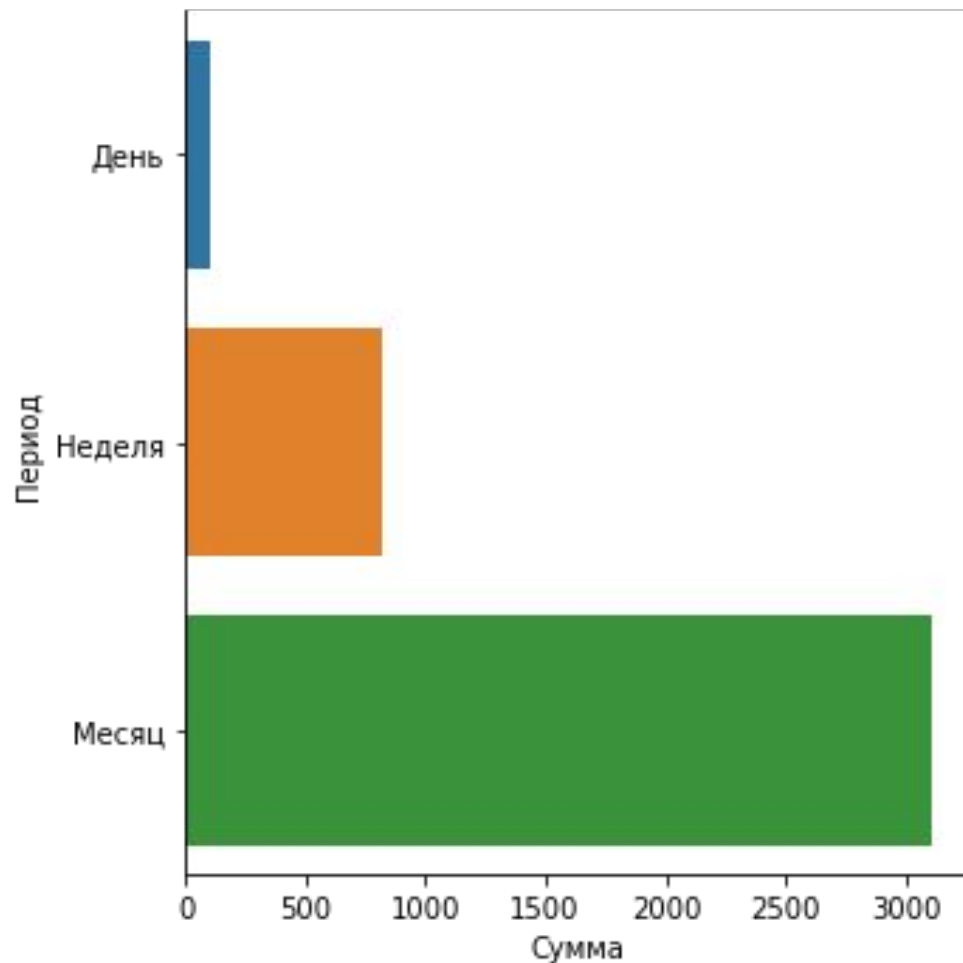
Средние чеки Кошки

Посмотрим на средние чеки по группам (День, Неделя, Месяц) для Кошек. Мы видим большие разрывы в средних чеках между периодами, но давайте оценим их визуально

Период	Сумма	Кол-во продаж	Средний чек
День	450,340	4,422	102
Неделя	328,203	401	818
Месяц	59,082	19	3,110

Средние чеки наглядно

Теперь у нас есть возможность
увидеть разрыв в стоимости между
группами товаров.



В 8 раз

Средний чек недельной продажи больше среднего чека дневной продажи. Т.е. если клиент решится перейти от самого недорогого товара к следующей позиции психологически это будет трудное решение. Тоже самое относится и к переходу от недельной покупки к месячной.



Посмотрим на распределение покупок Котодней по их суммам. Оплату котодня иногда используют для того чтобы подогнать какую-то круглую сумму (пики на значениях 500, 1000 и пр)

1%

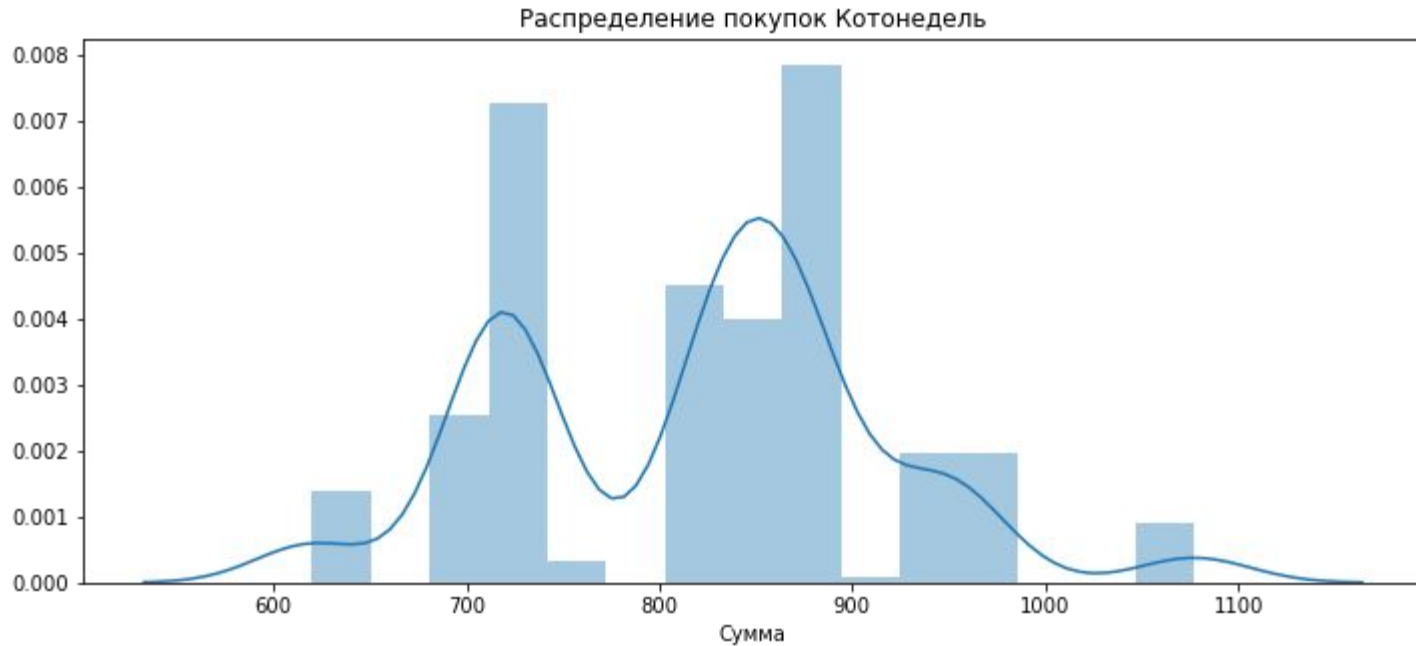
Клиентов покупают более 1 Котодня сразу. Перцентиль 98 = 118 рублей, перцентиль 99 = 200 рублей

Средние чеки и выручка по организациям 1 Котодня

Средние чеки в каждом приюте разные, минимально - 76,1, затем достаточно резкий переход - 87 и плавно растёт до 117, затем снова резкий переход до 148.

Максимальный средний чек в 2 раза больше минимального среднего чека

Организация	Выручка	Количество	Средний чек
Кошачий приют "ДОМИК"	34,172.0	449.0	76.1
Котофей	50,547.0	581.0	87.0
Приют для кошек "ЯрКот"	31,943.0	366.0	87.3
Кот и Пёс	15,053.0	161.0	93.5
ФлагманВет	2,610.0	27.0	96.7
Матроскин	22,540.0	230.0	98.0
Центральный приют Спб для бездомных кошек!	29,307.0	292.0	100.4
Люськин дом	44,238.0	432.0	102.4
Приют для кошек "Потеряшка"	27,560.0	265.0	104.0
Самарский приют для животных "Надежда"	58,093.0	555.0	104.7
Добрые сердца	37,846.0	324.0	116.8
Убежище	50,688.0	432.0	117.3
Лёхин дом	45,743.0	308.0	148.5

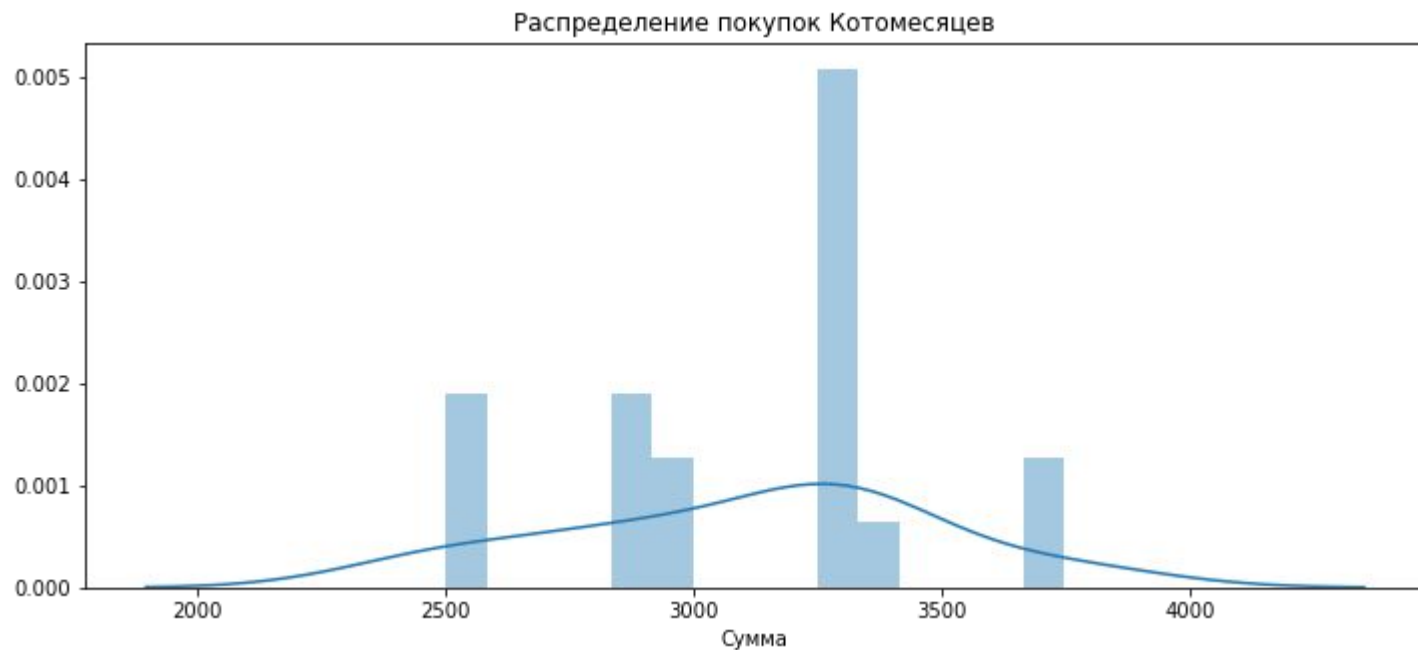


Посмотрим на распределение покупок Котонедель по их суммам. Каждый пик это средний чек отдельно взятой организации.

Средние чеки и выручка по организациям 1 Котонедели

Здесь различия не столь велики,
условно можно выделить 4 группы
цен. В районе 700 рублей, 830
рублей, 870-900, более тысячи

Организация	Выручка	Кол-во	Средний чек
Кошачий приют "ДОМИК"	36,595.0	53.0	690.5
Кот и Пёс	19,170.0	27.0	710.0
Котофей	39,042.0	54.0	723.0
Матроскин	19,800.0	24.0	825.0
Люськин дом	43,893.0	53.0	828.2
Приют для кошек "ЯрКот"	25,792.0	31.0	832.0
Приют для кошек "Потеряшка"	15,660.0	18.0	870.0
Самарский приют для животных "Надежда"	46,110.0	53.0	870.0
Центральный приют Спб для бездомных кошек!	18,270.0	21.0	870.0
ФлагманВет	3,544.0	4.0	886.0
Добрые сердца	25,992.0	28.0	928.3
Убежище	22,488.0	24.0	937.0
Лёхин дом	11,847.0	11.0	1,077.0



Посмотрим на распределение покупок Котомесяцев по их суммам. Каждый пик это средний чек отдельно взятой организации. Аналогично продажам котонедель.

—

Средние чеки и выручка по организациям 1 Котомесяца

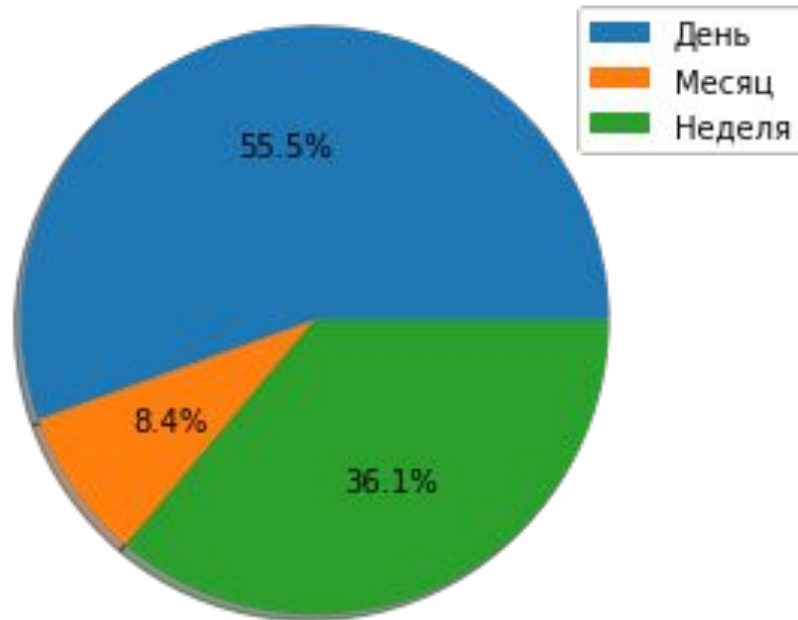
В целом продажа 1 котомесяца это редкость, самое большое количество продаж за период - 4. Средний чек варьируется от 2500 до 3745, достаточно равномерно

Организация	Выручка	Кол-во	Средний чек
Котофей	7,500.0	3.0	2,500.0
Приют для кошек "ЯрКот"	8,505.0	3.0	2,835.0
Люськин дом	5,936.0	2.0	2,968.0
Добрые сердца	6,498.0	2.0	3,249.0
Матроскин	3,280.0	1.0	3,280.0
Приют для кошек "Потеряшка"	13,200.0	4.0	3,300.0
Самарский приют для животных "Надежда"	3,300.0	1.0	3,300.0
Убежище	3,373.0	1.0	3,373.0
Лёхин дом	7,490.0	2.0	3,745.0

— Структура выручки наглядно

Доля выручки по периодам у Собак
схожа с долей выручки по периодам у
Кошек. Продажи 1 Песодня занимают
55,5% выручки, продажи 1
Песонедели занимают 36,1%, 1
Песомесяц - 8,4%

Распределение выручки по продуктам у Собак



—

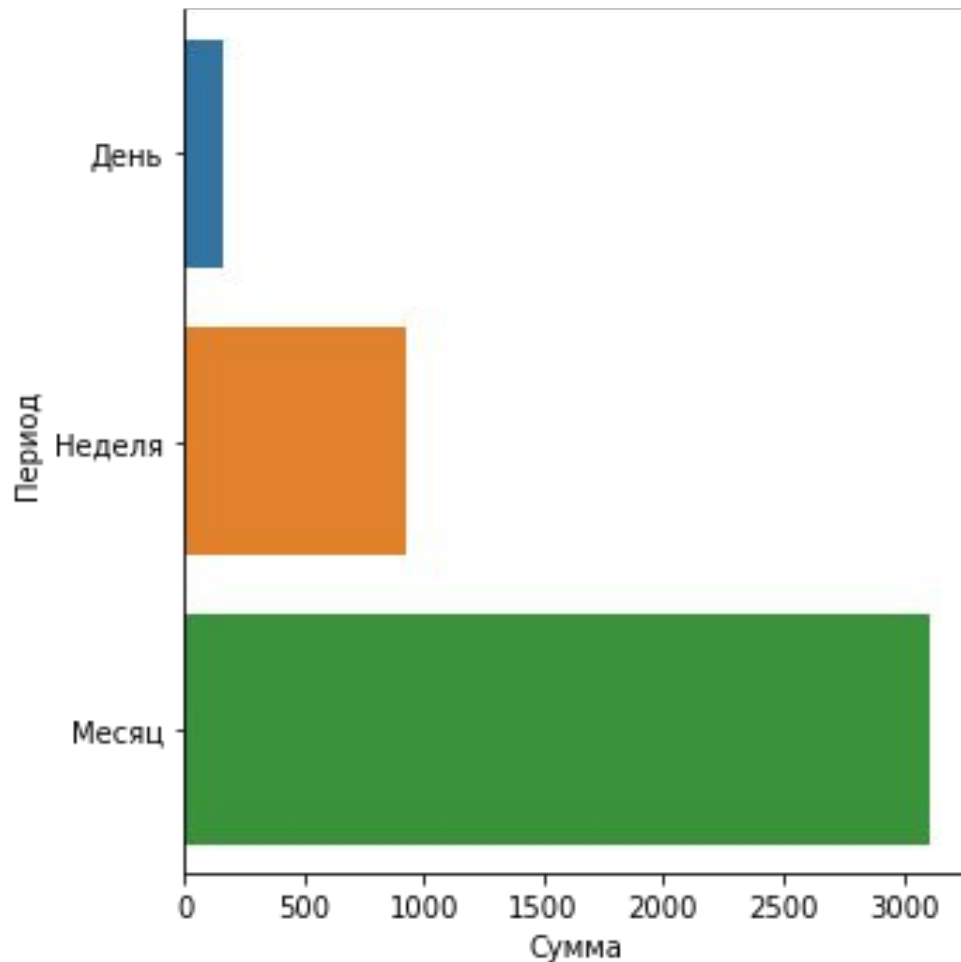
Средние чеки Собаки

Посмотрим на средние чеки по группам (День, Неделя, Месяц) для Собак. Мы видим большие разрывы в средних чеках между периодами, но давайте оценим их визуально

Период	Сумма	Кол-во продаж	Средний чек
day	248,333.0	1,499.0	165.7
week	161,626.0	175.0	923.6
month	37,370.0	12.0	3,114.2

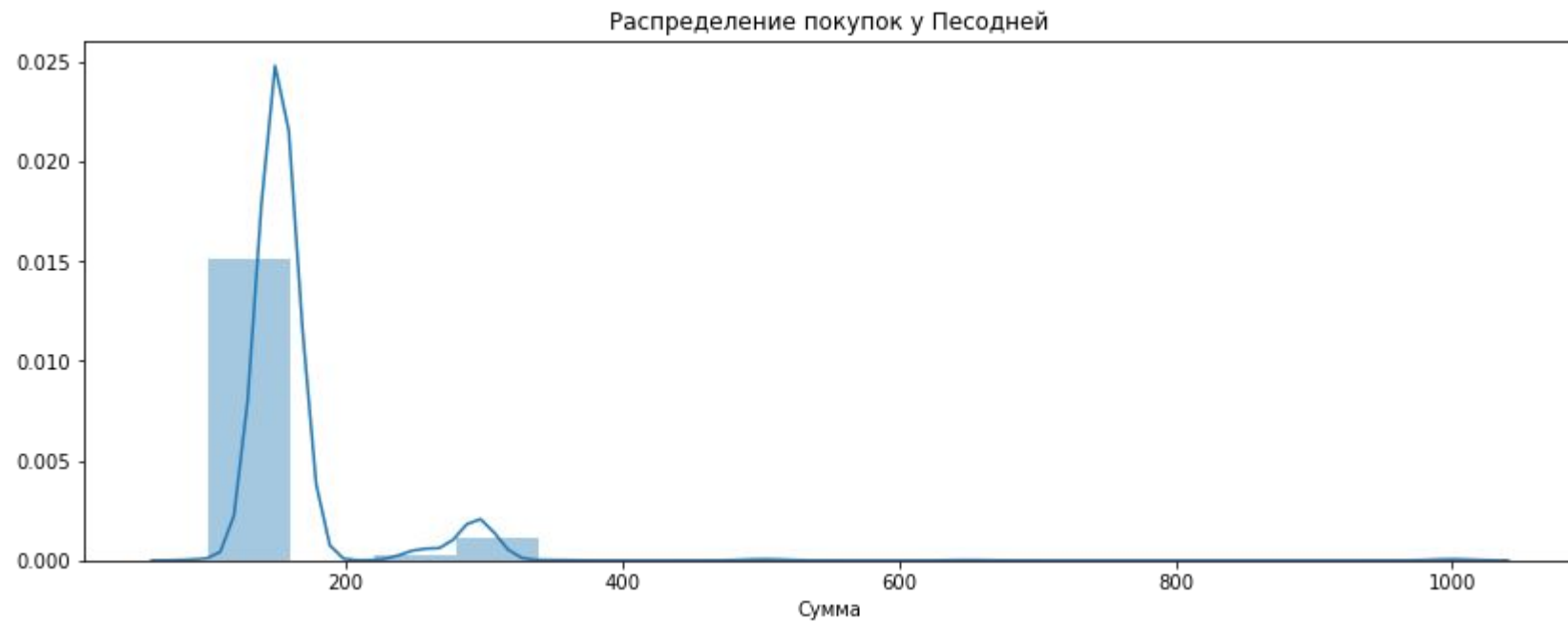
Средние чеки наглядно

Теперь у нас есть возможность
увидеть разрыв в стоимости между
группами товаров.



В 5.5 раз

Средний чек недельной продажи больше среднего чека дневной продажи. Т.е. если клиент решится перейти от самого недорогого товара к следующей позиции психологически это будет трудное решение. Тоже самое относится и к переходу от недельной покупки к месячной.



Посмотрим на распределение покупок Песодней, также как и у Котодней, Песодни иногда используют для оплаты нескольких дней сразу, но также не часто

—

Средние чеки и выручка по организациям 1 Песодня

Средние чеки в каждом приюте
достаточно схожи, сильно
выделяется средний чек в
Шереметьевском приюте

Организация	Выручка	Кол-во	Средний чек
Мокрый нос	83,520.0	576.0	145.0
4 лапы	31,930.0	206.0	155.0
Кот и Пёс	40,920.0	264.0	155.0
Лаюшки и Мяушки	54,143.0	321.0	169.0
Шереметьевский приют	37,820.0	132.0	287.0



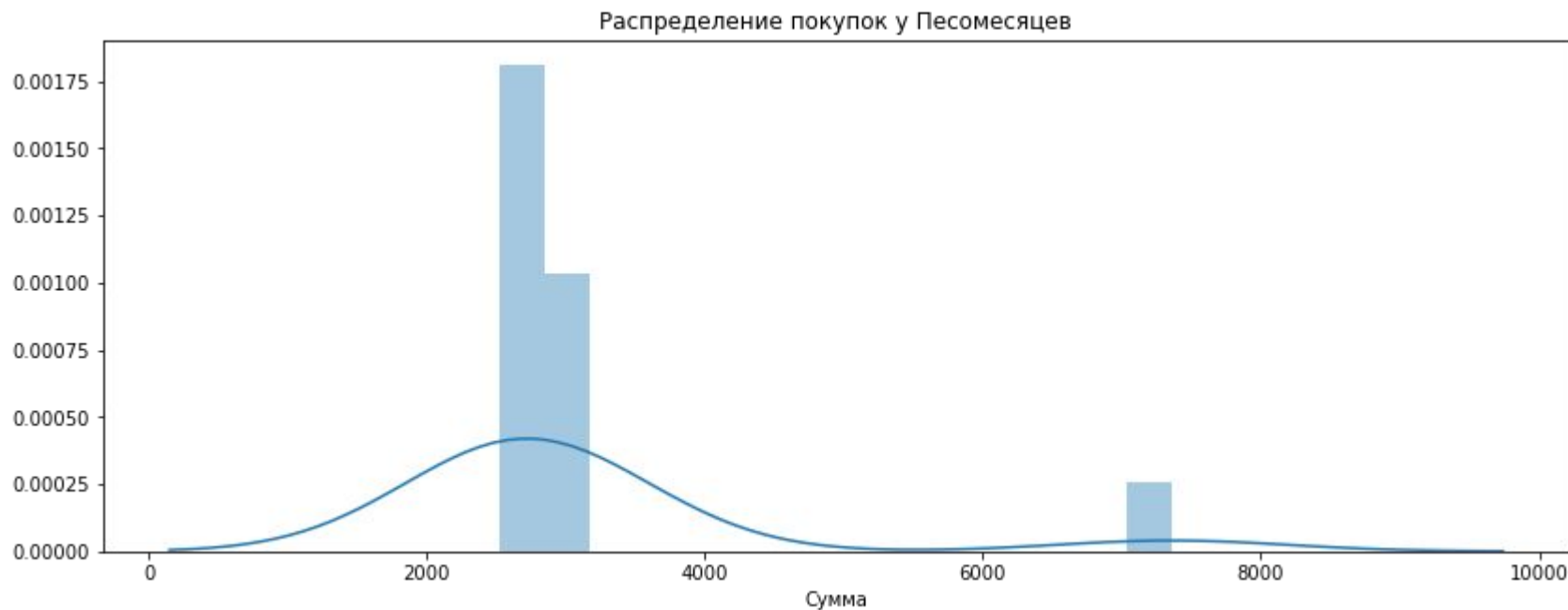
Посмотрим на распределение покупок Песонедель по их суммам. Каждый пик это средний чек отдельно взятой организации.

—

Средние чеки и выручка по организациям 1 Песнедели

По прежнему разница в средних чеках не столь велика, выделяется лишь Шереметьевский приют

Организация	Выручка	Кол-во	Средний чек
Кот и Пёс	34400	43	800
Лаюшки и Мяушки	33600	42	800
4 лапы	15480	18	860
Мокрый нос	51446	58	887
Шереметьевский приют	26700	14	1907



Посмотрим на распределение покупок Песомесяцев по их суммам. Каждый пик это средний чек отдельно взятой организации. Без сюрпризов

—

Средние чеки и выручка по организациям 1 Песомесяца

Средние чеки в каждом приюте достаточно схожи, сильно выделяется средний чек в Шереметьевском приюте. Песомесяц - редкая продажа, 1 приют даже не совершил не одной продажи.

Организация	Выручка	Кол-во	Средний чек
Мокрый нос	17710	7	2530
Кот и Пёс	6100	2	3050
4 лапы	6200	2	3100
Шереметьевский приют	7360	1	7360

Выводы

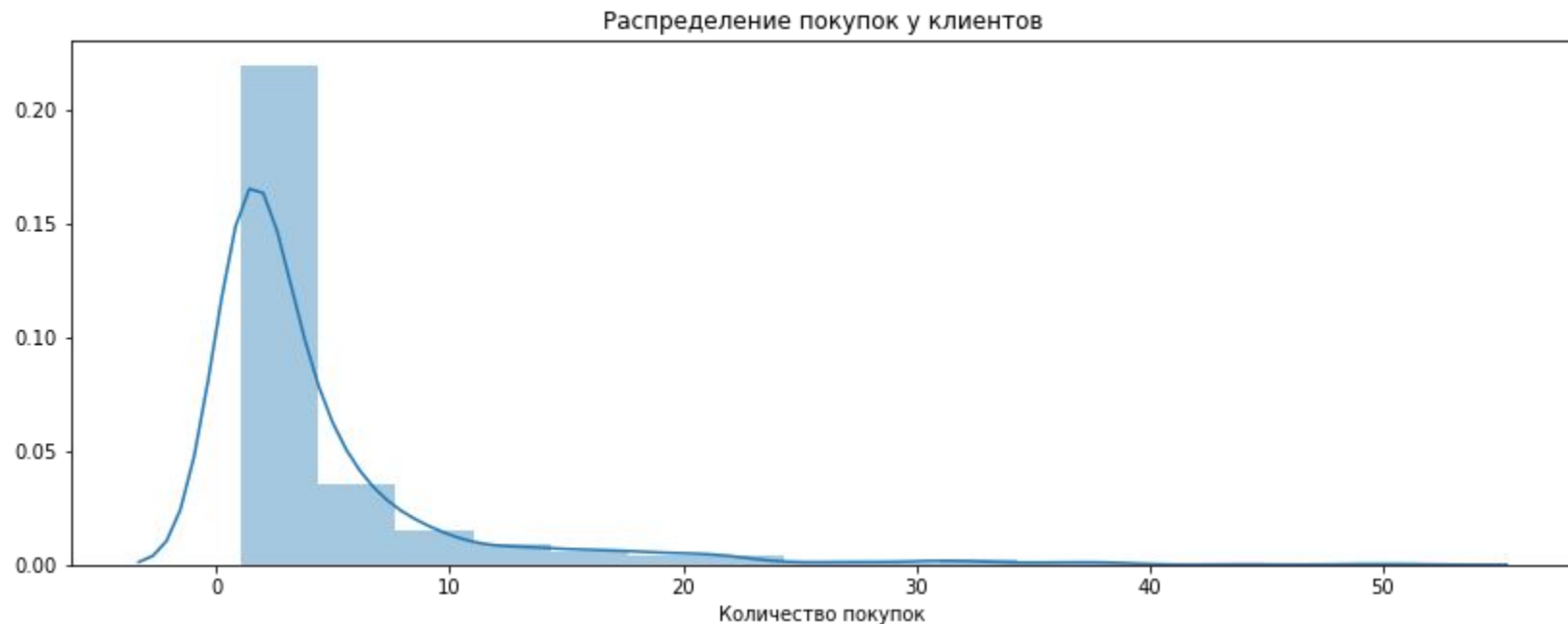
Рассмотрев 6 групп можно сделать следующие выводы:

- Между группами товаров разбитыми по периоду слишком большой разрыв (неделя стоит в 8 раз дороже дня, психологически большой шаг)
 - Цены не совсем верные визуально (например есть цена 2530, лучше бы 2490, еще лучше 1990)
-

Исследование покупателей

Посмотрим на покупки в
разрезе покупателей

- Посмотрим на среднее количество их покупок
- Посмотрим на то как часто клиенты возвращаются
- Посмотрим на средний чек покупателя



В целом можно сказать что пользователи достаточно часто совершают покупки, есть постоянная аудитория

2

Покупки совершает средний пользователь (медианное значение), а среднее значение - 4,82, такое различие объясняется тем что есть пользователи у которых большое кол-во покупок (до 249)

116 р.

медианное значение чека, средний чек - 219.

—

Пользователи сгруппированные

По сумме покупок. Задача скорее перевести из 1 группы во вторую, из второй в 3 и т.д. сокращая разрыв между группами (между днем и неделей компления, между неделей и месяцем кормления).

Группа (покупки от до)	Выручка	Кол-во
1 группа (0 - 300)	734,330	5,726
2 группа (300 - 600)	169,760	381
3 группа (600 - 2000)	345,794	409
4 группа (свыше 2000)	35,070	12

Месяц \ Месяц первой покупки	Сентябрь 2019	Октябрь 2019	Ноябрь 2019	Декабрь 2019	Январь 2020	Февраль 2020
Сентябрь 2019	1226	0	0	0	0	0
Октябрь 2019	635	822	0	0	0	0
Ноябрь 2019	569	268	579	0	0	0
Декабрь 2019	447	189	149	382	0	0
Январь 2020	272	98	82	62	244	0
Февраль 2020	157	53	44	36	55	159

Покупатели лояльны, большой retention rate. Но размер когорты снижается, нужно привлечь новую аудиторию на сайт

Выводы

Рассмотрев клиентов можно сделать следующие выводы:

- Аудитория часто возвращается и совершает новые покупки.
- Необходимо увеличить приток новой аудитории

Предложения

1. Добавить продукт 2 КотоНедели

Для того чтобы сократить разрыв между продуктами 1КотоНеделей и 1КотоМесяцем. В ТЗ написано что разовое кормление уходит, соответственно место освобождается. В целом мы увеличим общую ценность продуктов.

2. Солидарная покупка

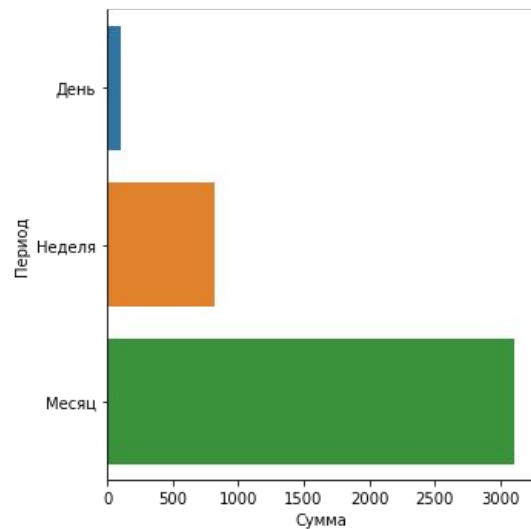
Найти спонсора, который будет оплачивать часть дней, если предметом покупки будет выступать Неделя, 2 Недели, Месяц кормления. Неделя, спонсор оплачивает 1 день, 2 недели, спонсор оплачивает 2 дня, Месяц, спонсор оплачивает 4 дня. Условная выгода покупателя вырастает. Но гипотетически кому-то это может не понравиться, должна быть возможность отключения данной функции по желанию клиента. Примеры цен есть в таблице - приложении

3. Изменение цен

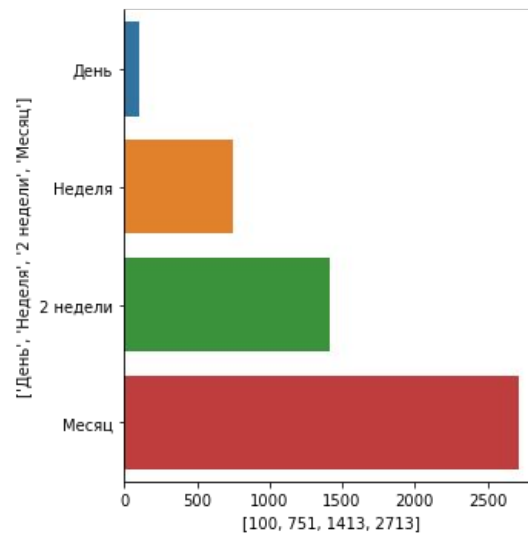
Необходимо увеличить цену Кото и Песо дней, одновременно уменьшая цену Кото и Песо недель и Месяцев. Но делать это необходимо в пару этапов, планомерно. В таблице есть цены для первого этапа (тестовый) и цены рекомендуемые, для постепенного перехода

Кошки

Средние чеки было

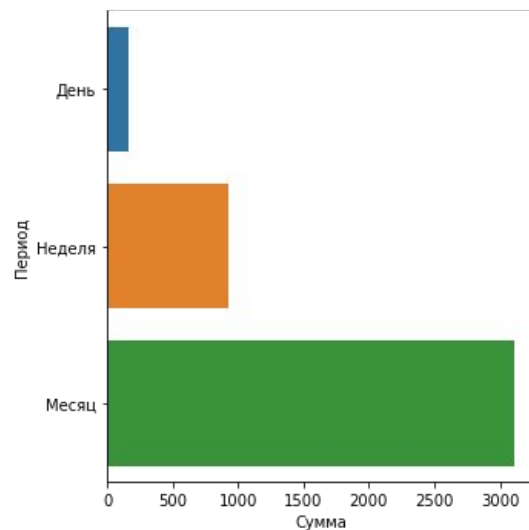


Средние чеки после изменений

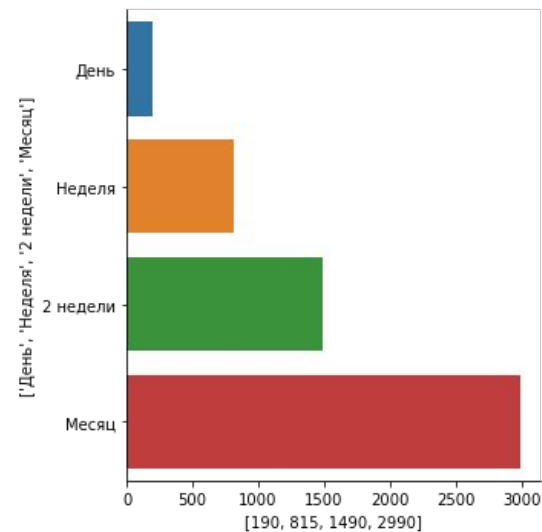


Собаки

Средние чеки было



Средние чеки после изменений



—

**Более плавные
переходы,
красивые цены**

Спасибо за внимание
