

hard_kvi

Товары с очень высокой чувствительностью к цене. Требуют самой низкой цены на рынке, иначе резко падает спрос.

soft_kvi_1 и soft_kvi_2

KVI с менее эластичным спросом. Цена может быть выше минимальной, сохраняя спрос и повышая прибыль.

BackBasket

Популярные товары, которые покупают вместе с KVI. Их цена в определённых рамках не сильно влияет на спрос.

дополнитель

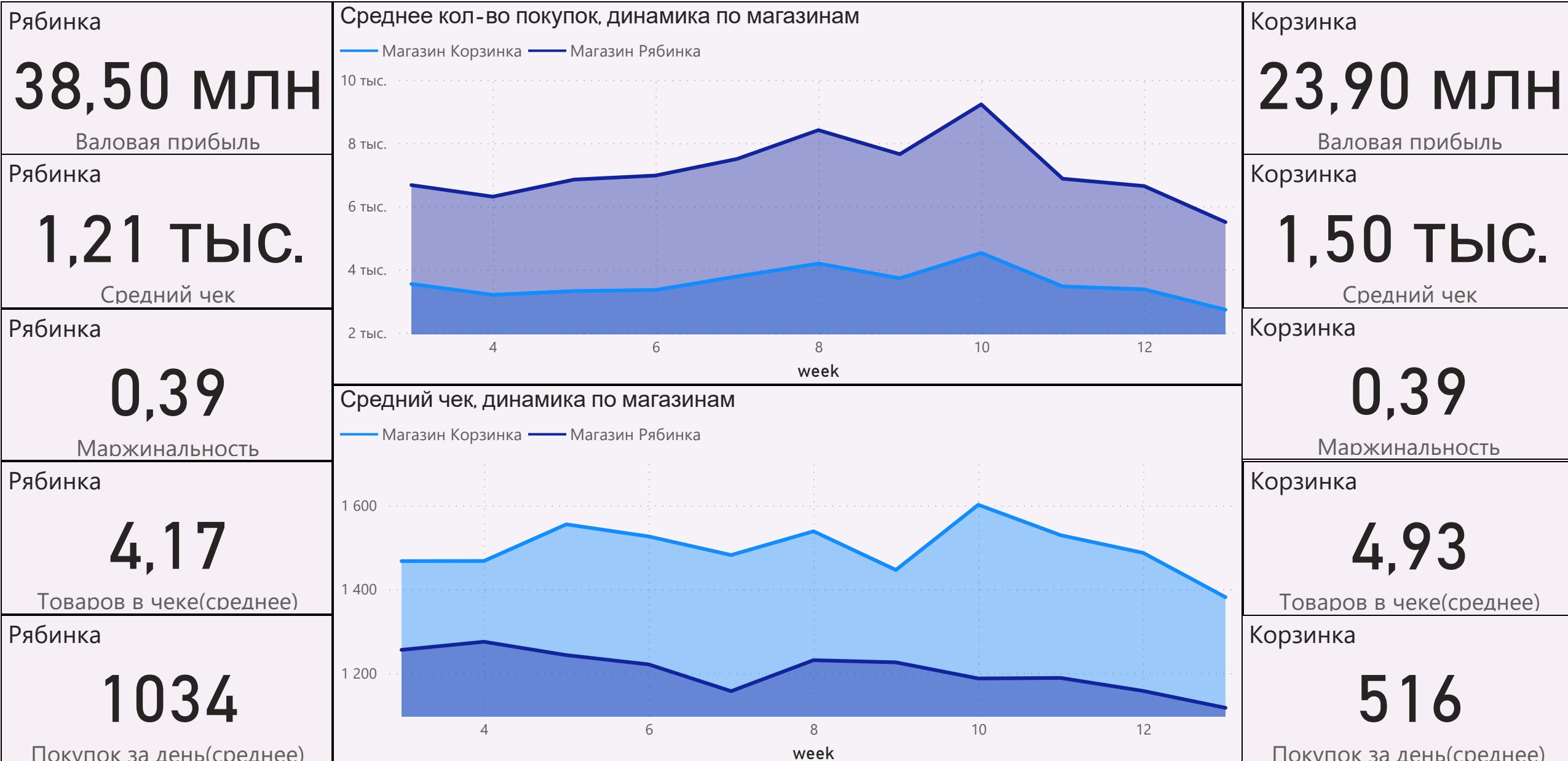
Товары, покупаемые "заодно" с KVI или BackBasket, поддерживают рост их продаж.

мелочевка

Небольшие недорогие товары, дополняющие чек.

LongTail

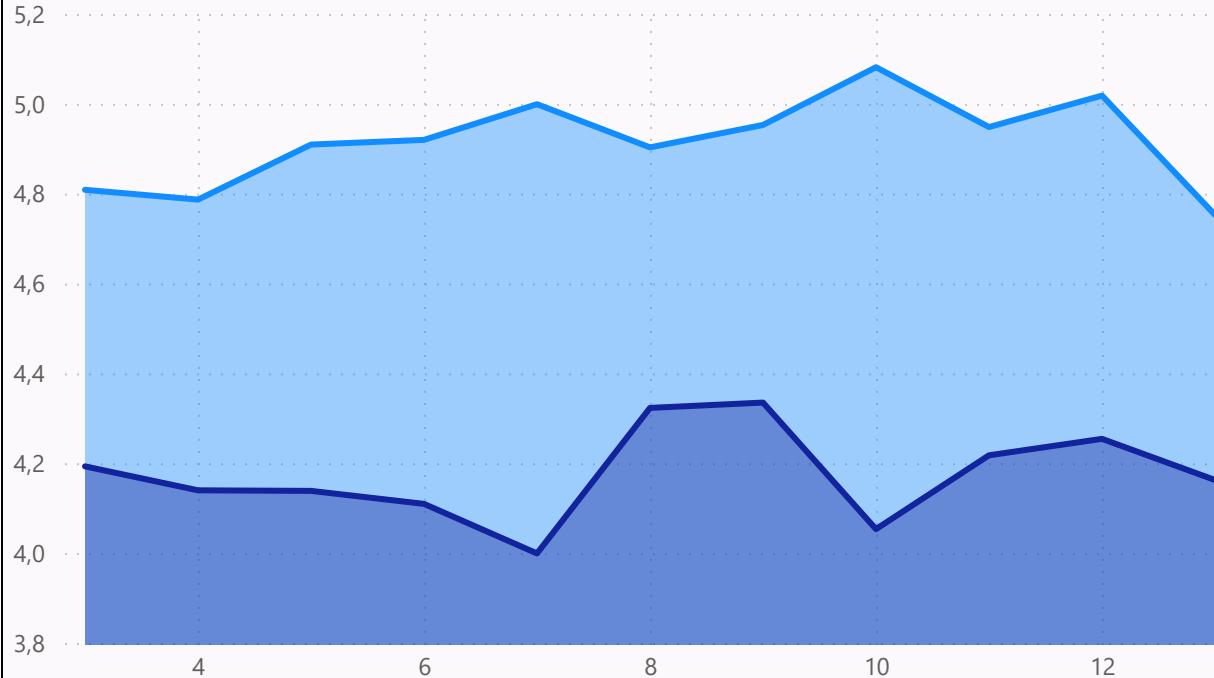
Товары с низкой ценовой эластичностью, на которые ставят высокую цену для компенсации падения маржи по KVI.



Количество покупок Число уникальных чеков за период
Средний чек Средняя сумма на одну транзакцию
Валовая прибыль Разница между выручкой и себестоимостью товаров
Маржинальность Процентное отношение прибыли к выручке
Товаров в чеке Среднее количество позиций в одной покупке

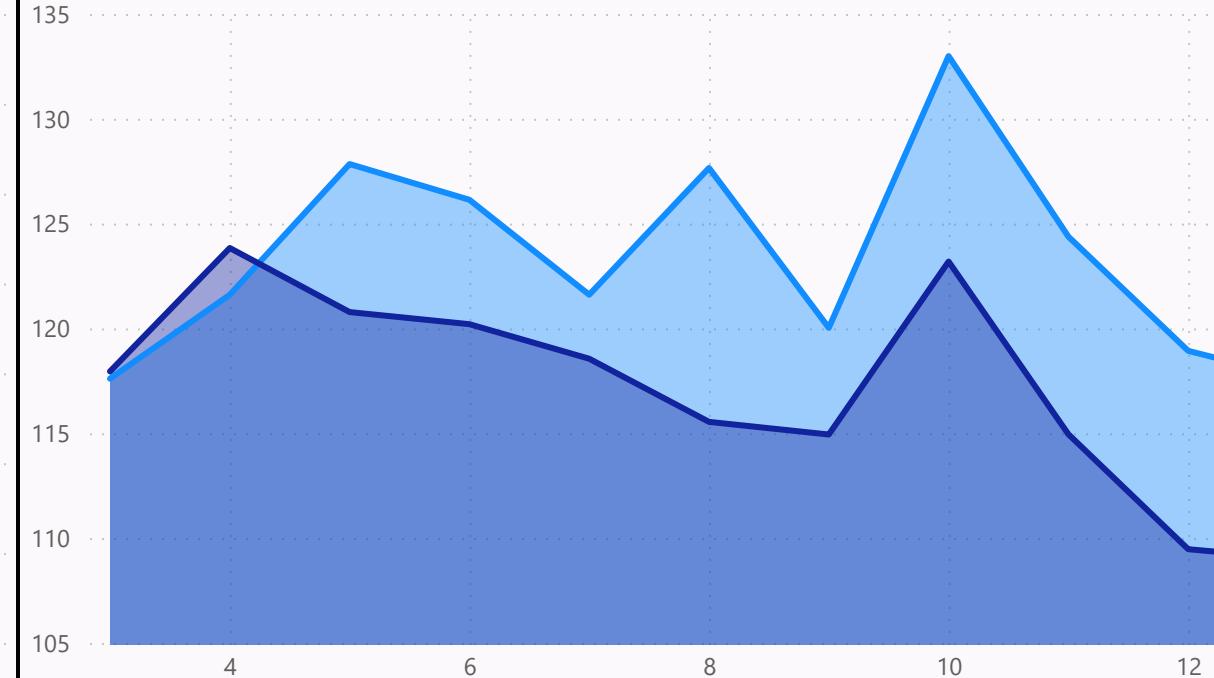
Среднее кол-во товаров в чеке по неделям

Магазин Корзинка — Магазин Рябинка



Средний валовый доход с товара по неделям

Магазин Корзинка — Магазин Рябинка



algoritm

0
1

pricing_group

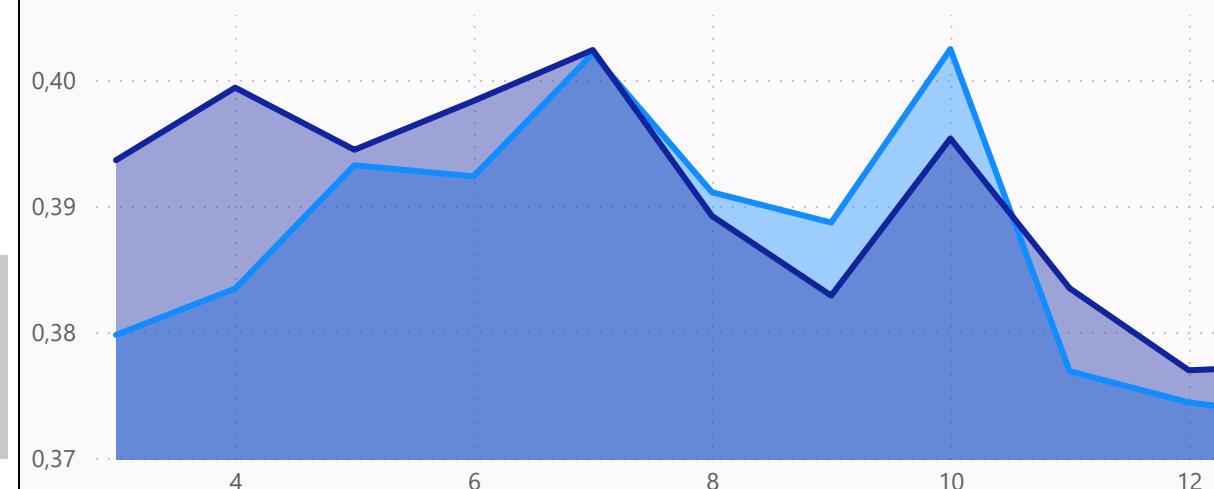
ИИ цена	Цена по стандартному правилу
По цене клиента	Цена под конкурента

- В случае применения ИИ-цены и аналогичных гибких стратегий виден рост и маржинальности, и средней цены — это демонстрирует потенциал динамического ценообразования для повышения рентабельности.

При выборе «Цены под конкурента» маржинальность остаётся стабильной или незначительно меняется. При жёсткой ориентации на уровень конкурента магазин вынужден удерживать маржу ради конкурентоспособности

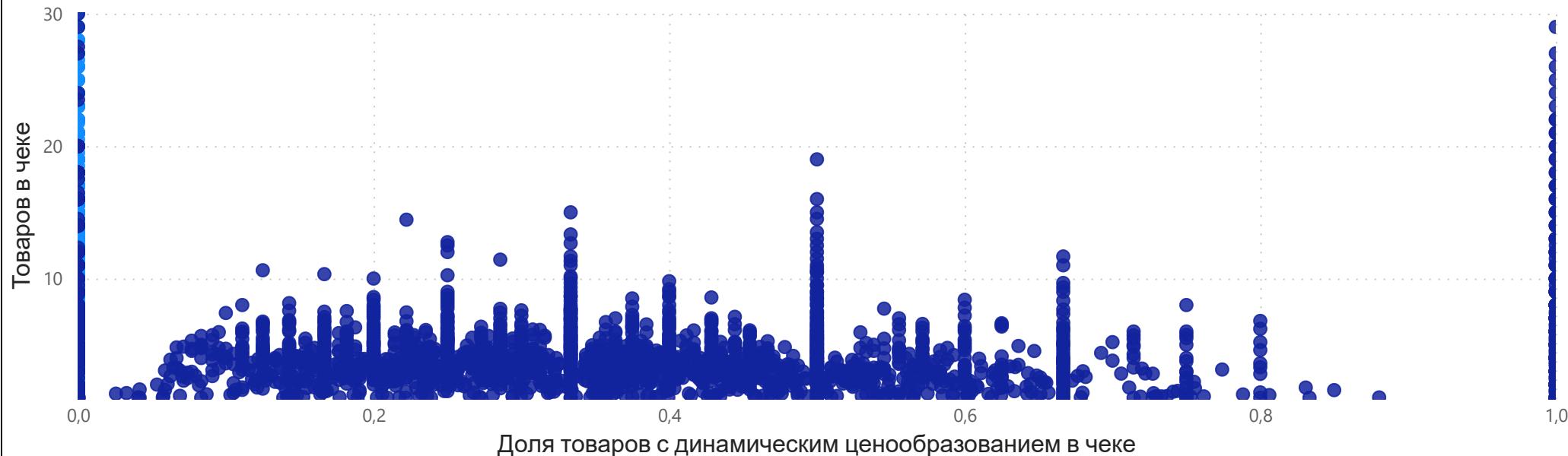
Средняя маржинальность с товара по неделям

Магазин Корзинка — Магазин Рябинка



Как % товаров с динамическим ЦО влияет на кол-во товаров в чеке?

shop_name ● Магазин Корзинка ● Магазин Рябинка



- Нет явной тенденции к росту или снижению среднего чека при увеличении доли товаров с ДЦО.

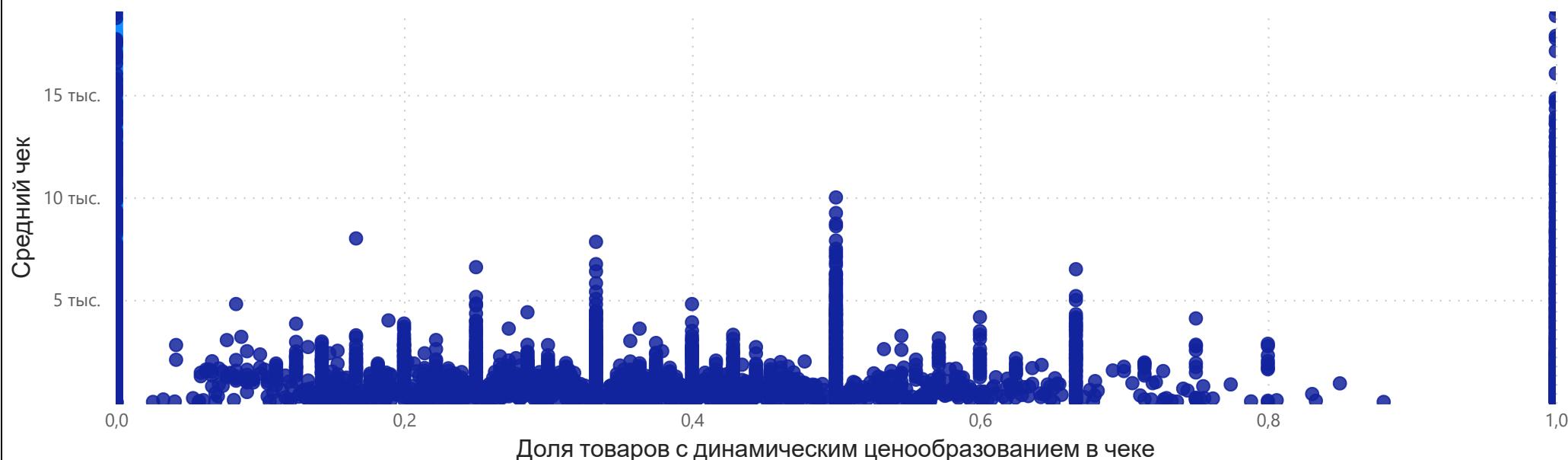
- текущий подход к внедрению динамических цен не вызывает нежелательных изменений в ключевых метриках поведения покупателей.

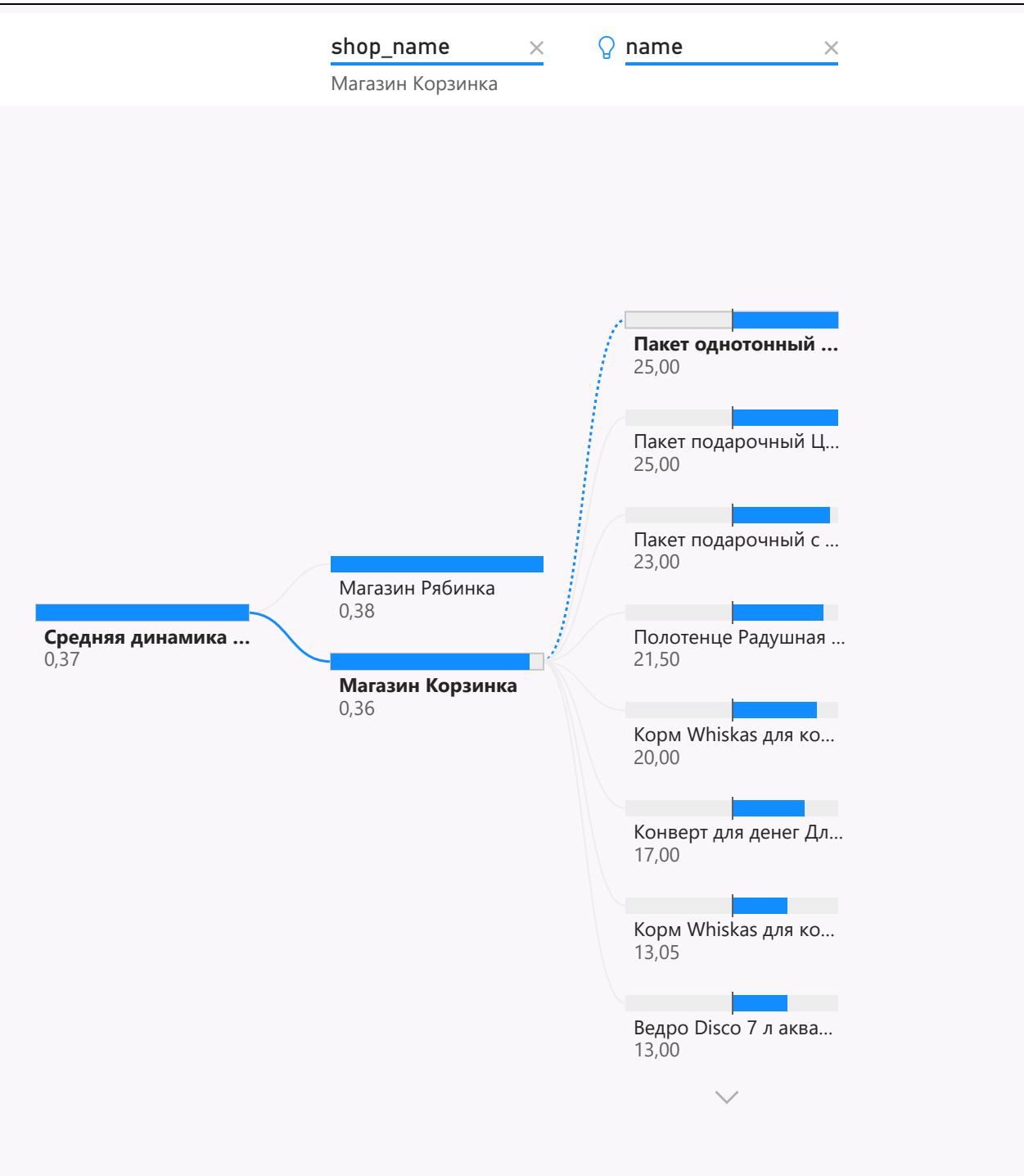
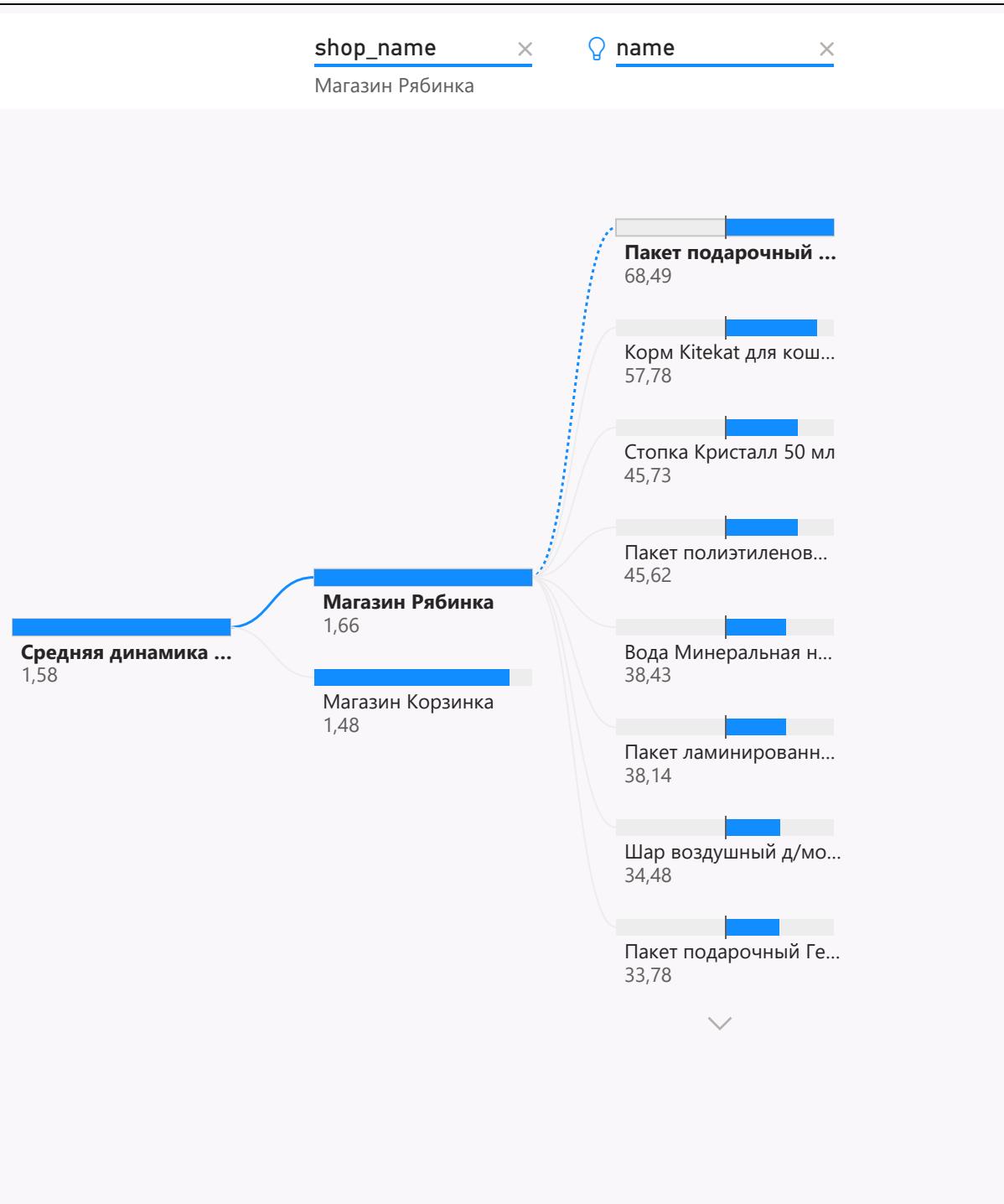
- Основная доля оборота проходит по чекам с низкой долей ДЦО

- Влияние динамического ценообразования на поведение покупателей опосредовано: при увеличении доли таких товаров резких изменений ни в структуре корзины, ни в средних чеках не наблюдается.

Как % товаров с динамическим ЦО влияет на средний чек?

shop_name ● Магазин Корзинка ● Магазин Рябинка







shop_name

Магазин Рябинка

category

Спальня, Одежда

subcategory

Валовая прибыль

62 393 335,33

Магазин Рябинка

38 497 757,45

Магазин Корзинка

23 895 577,88

Спальня, Одежда

7 367 103,12

Кухня

6 279 674,94

Хранение, Порядок

6 231 957,76

Интерьер, Праздник

5 068 350,58

Красота, Здоровье

3 835 700,89

Ванная

2 948 501,42

Постельные принадл...

2 421 470,42

Постельное белье

1 794 104,60

Текстиль для интерье...

1 719 428,87

Одежда и обувь для ...

816 778,44

Одежда и обувь для ...

615 320,79

name

Маржинальность % ценников с ДЦО Валовая прибыль Куплено товаров Себестоимость товара

Пакет Зеленый остров 450 x 550	0,57	0,00	106 189,30	26 551,00	3,00
Пакет Зеленый остров 600 x 670/57 x 70/1500 шт	0,41	0,00	64 838,07	17 622,00	5,32
Бумага туалетная Дивная 55,5 м	0,35	0,18	45 418,20	5 913,00	14,10
Шар воздушный разноцветный Ассорти 12"/30 см	0,71	0,00	70 712,34	5 324,00	5,51
Гелий для шаров до 50 см	0,63	0,00	452 512,56	4 425,00	60,40
Прищепка бельевая 1 шт	0,44	0,51	19 397,69	4 171,00	6,00
Шар воздушный с рисунком Ассорти 12"/30 см	0,75	0,00	61 543,58	3 306,00	6,09
Всего	0,39	0,21	62 393 335,33	682 483,64	154,54