

# Обзор таблицы «Unit-экономика»

# Цели

- ✓ Научиться считать юнит-экономику по товару
- ✓ Изучить частые ошибки в ценообразовании на маркетплейсах
- ✓ Научиться считать цену товара для продажи

# Цена товара

- На основании цены конкурентов
- На основании собственных затрат

# Рыночная цена

Устанавливается на основе цены на аналогичные товары на маркетплейсах.

Плюсы: цена в рынке, значит, будут продажи.

Минусы: низкая маржинальность; конкуренты будут снижать цену.

# Рыночная цена: пример

Продаёте настенное зеркало 30×30 см.

Конкуренты продают зеркала аналогичного размера в диапазоне от 300 до 500 рублей, значит, рыночная цена находится в этом диапазоне.

Вы должны установить цену не выше 500 рублей.

# Цена на основе затрат

Исходя из цепочки расходов вы определяете прибыль, которую хотите получить после продажи товара.

Плюсы: контролируете прибыль и зарабатываете.

Минусы: цена может быть не в рынке, нет продаж.

# Цена на основе затрат: пример

Например, все ваши расходы составляют 700 руб., а вы хотите получить после продажи товара прибыль в 300 руб., значит, устанавливайте цену в 1 000 руб.

# Как же определить цену?

Нужно использовать оба подхода: анализируйте конкурентов и их продажи, чтобы понимать, по какой цене идут максимальные продажи товара. Корректируйте цепочку расходов, ищите способы сэкономить, например, на упаковке, налогах, транспортных услугах, рекламе и т. д.



# Частые ошибки в ценообразовании

- «Накинули 100 % и точно отобьём расходы»
- Не учитываете скидки и акции
- Не учитываете мелкие расходы
- Копируете конкурентов
- Не обновляете расходы в юнит-экономике ежемесячно

# Вывод

Ценообразование на маркетплейсах кажется ошибочно простым. Перед стартом продаж необходимо рассчитать цену на основании реальных и прогнозируемых расходов и регулярно обновлять эти данные.