

ИНСТРУМЕНТ ПРОДАВЦА

Команда Core Wild Analytics

Задача

- Улучшению поведенческих факторов на странице товара
- Увеличение продаж
- Увеличение оборачиваемости
- Контролю финансовых показателей

Данные и инструменты

- Датасет с есом действиями и Датасет с данными о продажах и возвратах
- Визуализация в PowerBI



Боли поставщиков:

- Не понятно, как увеличить продажи своих товаров
- Нет критериев для сравнения себя с другими брендами в той же категории
- Отсутствие воронки продаж и понимания, как ее улучшить
- Не понятны факторы, которые повлияли на подъем/спад продаж

Что мы добавим?

- Возможность сравнивать себя с другими по эффективности ключевых этапов покупки
- Явный расчет маржинальности на платформе
- Визуализация изменений в виде тайм-лайна
- Контроль качества товара/бренда через процент возвратов

Что это даст?

Глобально:

- Рост GVM
- Рост ликвидности поставщиков

Локально:

- Рост удовлетворенности поставщиков
- Увеличение lifetime поставщика

Воронка продаж с многоуровневой фильтрацией

Бренд

All

Город

Москва

Производитель

All

Select all

16fc82dceacc87c

360

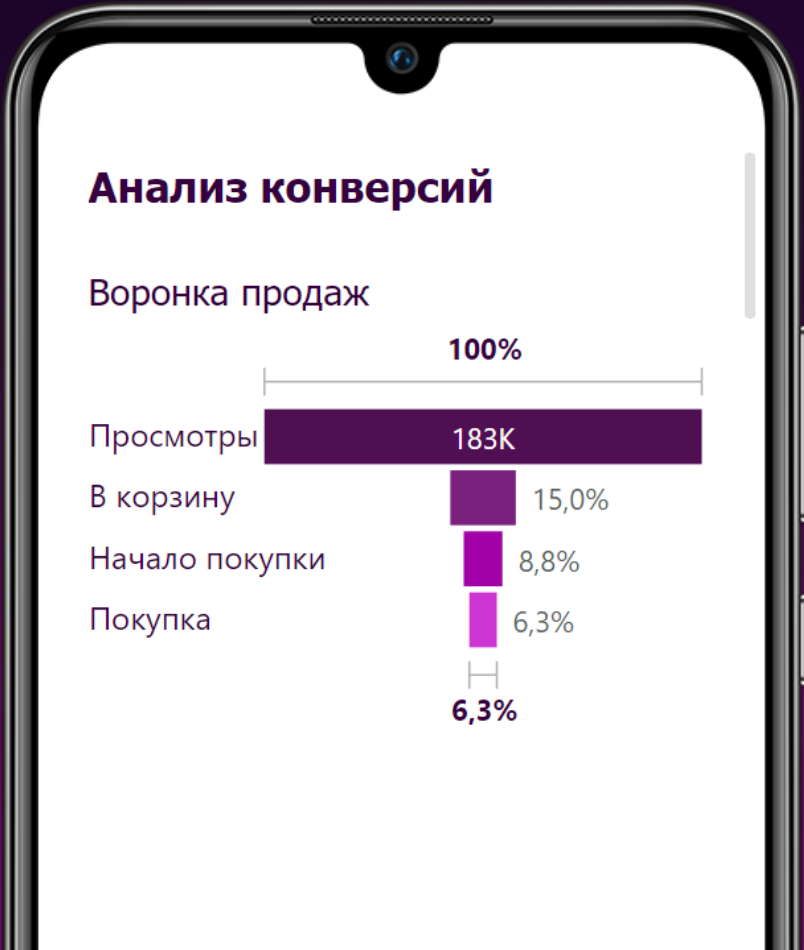
39a0230cef18913f

A1

AGM

A-gold

Alldocube

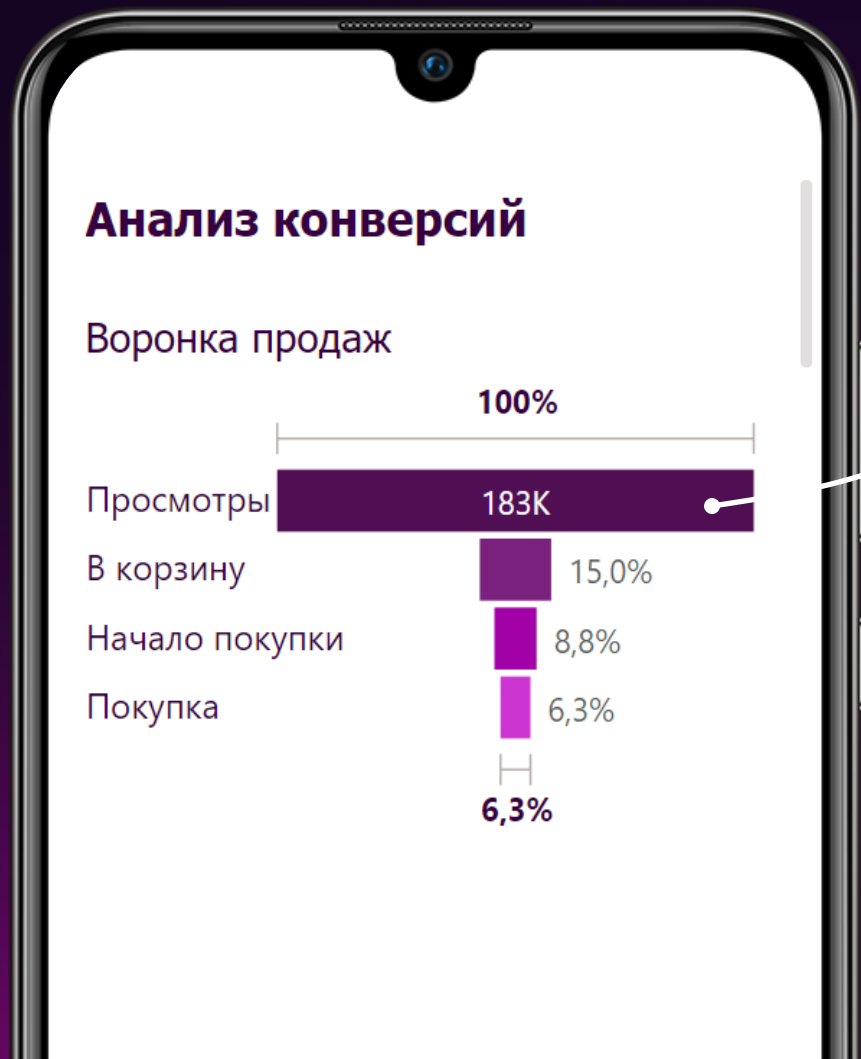


Средние показатели по брендам

182653
Просмотры
15,0%
В корзину
8,8%
Начало покупки
6,3%
Покупка

Циклы
6,3%

Рекомендации по заниженным показателям



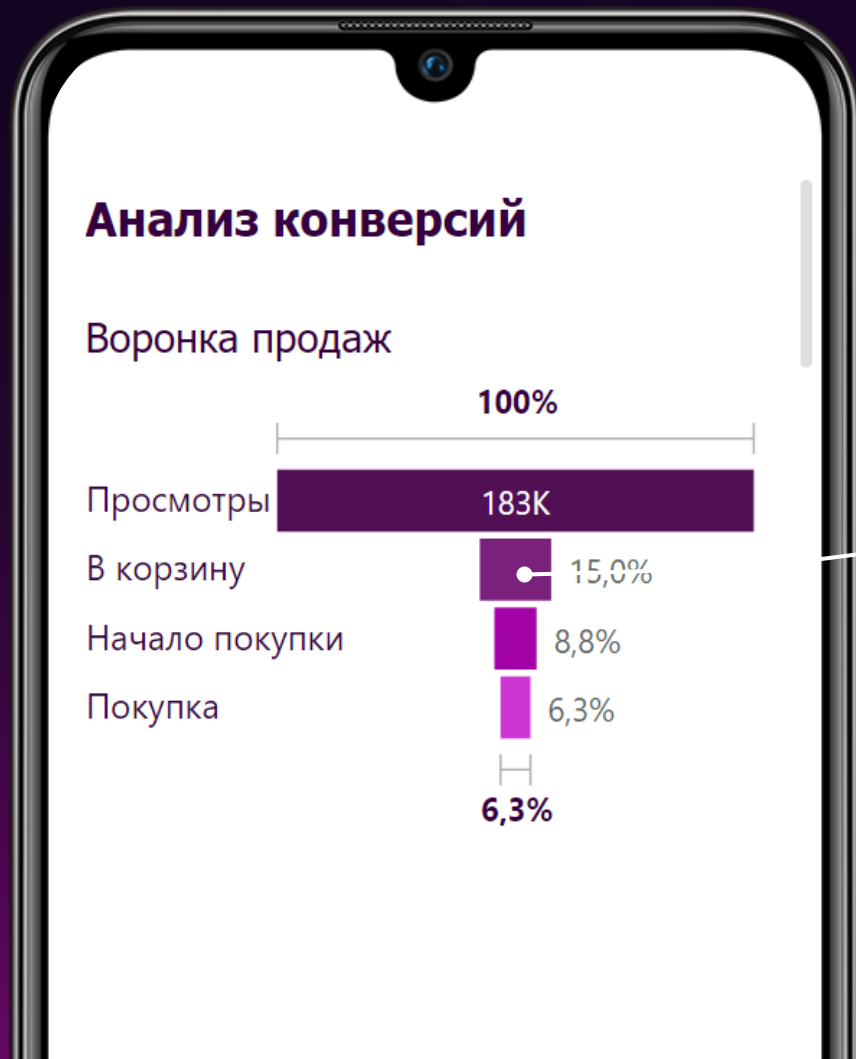
Трафик на товары вашего бренда в среднем ниже в несколько раз, чем у брендов похожей категории.

1. Запустите рекламу товаров бренда внутри площадки WildBerries
2. Визуально улучшите карточки товаров вашего бренда, чтобы увеличить переходы на них

Чем больше данных используем, тем точнее рекомендации. В датасете не было данных по рейтингу товаров, скорости доставки, категории бренда.

Данные по средним должны считаться от схожих параметров: город, категория, похожие бренды.

Рекомендации по заниженным показателям

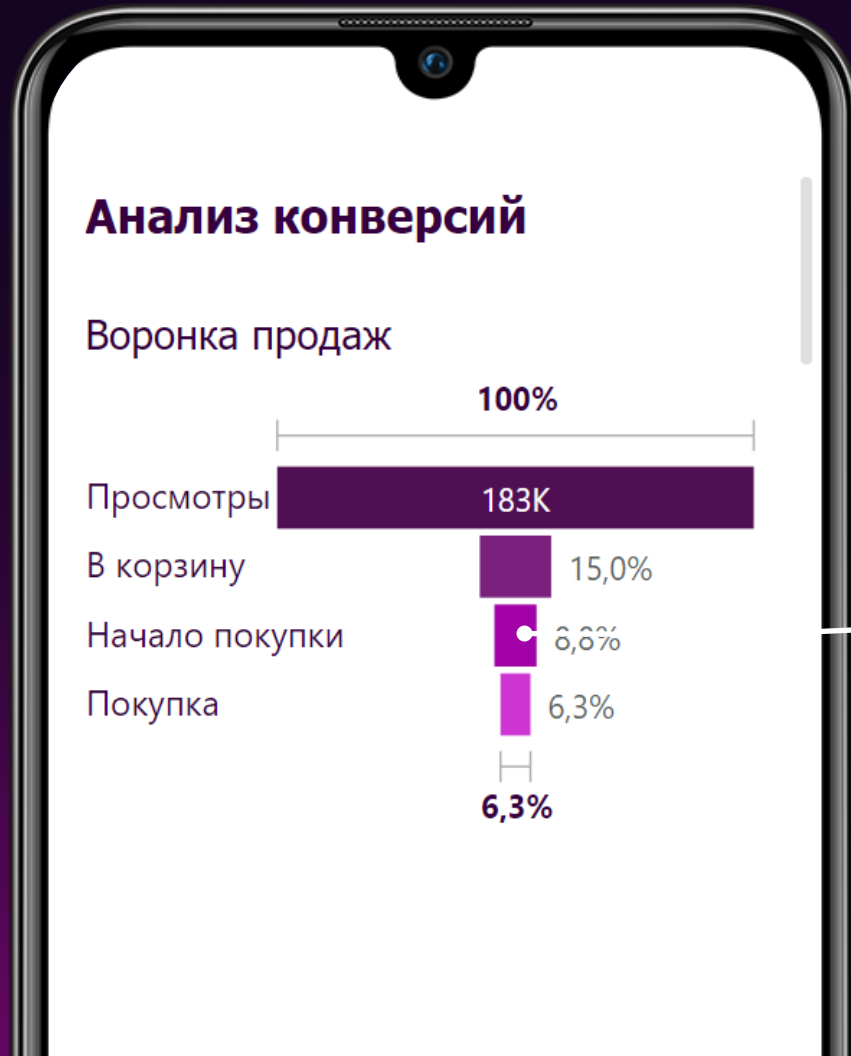


Конверсия в добавление товара в корзину по вашему бренду на 5% хуже, чем у в среднем по брендам вашей категории.

1. Обратите внимание на рейтинг товаров бренда, он ниже 4,7.

2. Скорость доставки по вашему бренду ниже, чем у брендов схожей категории.

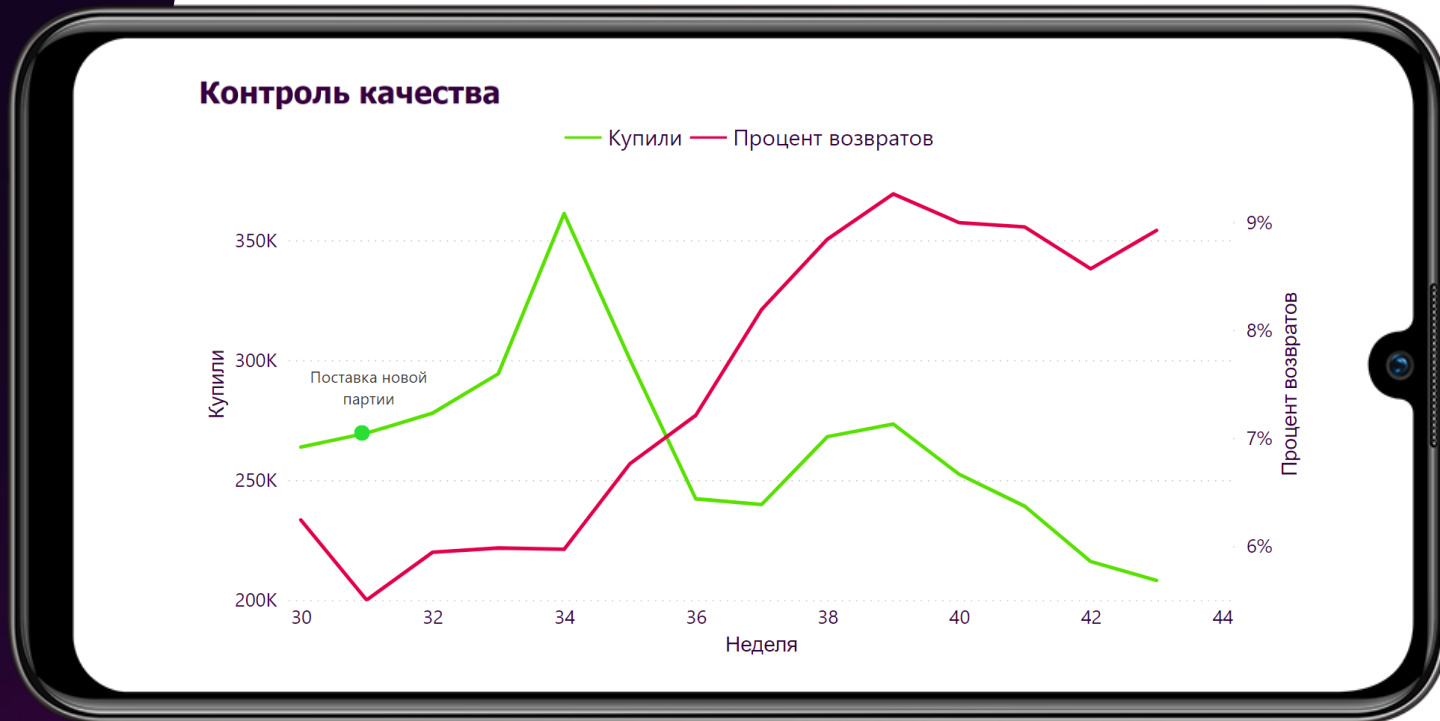
Рекомендации по заниженным показателям



Конверсия в начало покупки товара по вашему бренду ниже, чем у 70% брендов вашей категории. Их на 30% чаще удаляют из корзины.

Стоит скорректировать ценовую политику или предложить скидки. Товары вашего бренда проигрывают другим на этапе корзины.

Визуализация изменений в виде тайм-лайна



- Возможность анализа причин роста возвратов
- Определение временных рамок проблемы

Неделя

30

43

Бренд

- ☒ Select all
- ☐ Бренд № 1
- ☒ Бренд № 3
- ☐ Бренд № 4
- ☐ Бренд № 5

Контроль процента возвратов по отдельным товарам

Бренд

- ☒ Select all
- ☐ Бренд № 1
- ☐ Бренд № 3
- ☐ Бренд № 4
- ☒ Бренд № 5

Неделя

42

45

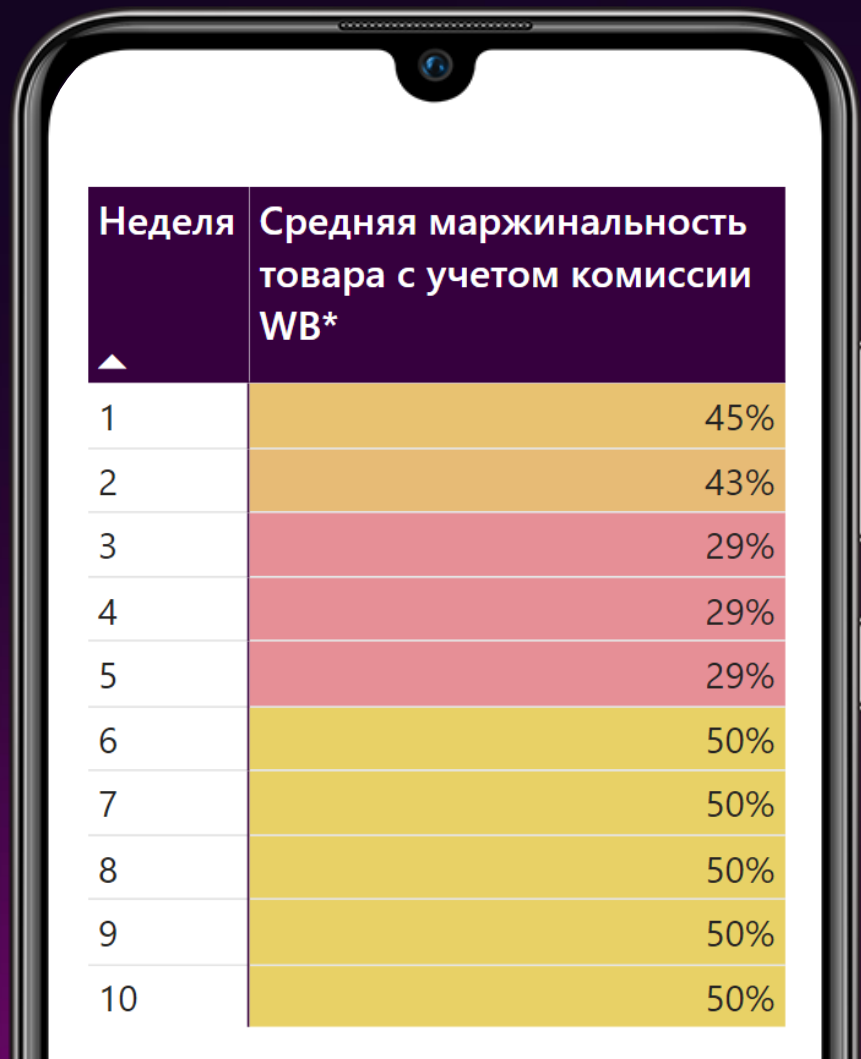
Контроль качества

Товар	Процент возвратов
49612	42,6%
7982	41,5%
29477	37,3%
47408	34,5%
49025	32,4%
35353	31,4%
49042	31,3%
7285	30,8%
10609	30,5%
61312	30,1%

Процент возвратов по товару 29477 увеличился на 20% за последнюю неделю.

Обратите внимание на качество последней партии товара. Увеличение возвратов в таком объеме по товару негативно скажется на вашем рейтинге.

Контроль маржинальности



A smartphone screen displays a table with two columns: 'Неделя' (Week) and 'Средняя маржинальность товара с учетом комиссии WB*' (Average gross margin of the product including WB commission*). The table lists data for 10 weeks. The first two weeks (1 and 2) have margins of 45% and 43% respectively, highlighted in yellow. Weeks 3, 4, and 5 have a margin of 29%, highlighted in pink. Weeks 6 through 10 have a margin of 50%, highlighted in yellow.

Неделя ▲	Средняя маржинальность товара с учетом комиссии WB*
1	45%
2	43%
3	29%
4	29%
5	29%
6	50%
7	50%
8	50%
9	50%
10	50%

Даем поставщику возможность
заполнить себестоимость по
каждой партии товара и
выводим для него
маржинальность

*Для примера комиссия WB с продажи взята 20%

Push уведомления

- Коммуникация с поставщиком по ключевым точкам роста позволит акцентировать его внимание на рекомендациях по росту выручки и конверсий

