

Динамическое ценообразование с помощью электронных ценников

РЭУ им. Г.В.Плеханова



Факторы, влияющие на цену

- Затраты на продукт
- Конкуренция-изменение цен конкурентов
- Цели компании
- Потребности покупателей и их характеристики
- Состояние экономики



Цены постоянно изменяются

Процесс переоснащения ценников

- Ручное переоснащение ценников трудоемко:
 -  печать новых ценников, их ручная замена на каждом ценнике ➔ временные затраты;
 -  человеческий фактор ➔ некорректные цены на ценниках.
-

Результаты исследования по использованию бумажных ценников

- 7% ценников не указывают актуальную цену на товар, а 3% ценников вообще отсутствует;
- около 13% ценников находятся не на «правильном» товаре;
- из-за неправильно расположенных ценников или неразборчиво написанной на них стоимости клиенты отказываются от 16% приобретений;
- клиенты ежегодно подают свыше 1400 требований компенсации стоимости товара вследствие неправильного ценника;
- среднее время решения конфликта с покупателем относительно неверного ценника 10-15 минут, которые консультант магазина не может уделить другим клиентам;
- среднее время замены бумажного ценника 1,5 минуты, соответственно, для замены 1000 ценников потребуется 25 человеко-часов.

Технология электронных ценников

- Электронный ценник – электронный аналог бумажного ценника, который позволяет менять информацию максимально оперативно без использования низкоквалифицированной механической работы сотрудников.



Цели использования ESL и связанных с ними новых маркетинговых возможностей

Повышение эффективности функционирования торговой точки за счет следующих факторов:

- Уменьшения издержек за счет:
 - снижения затрат на расходных материалах для напечатания ценников;
 - уменьшение времени смены цены без затрат человеко-часов;
 - снижения количества претензий, жалоб, возврата товара.
 - Увеличения прибыли за счет:
 - определения оптимальной цены на товары;
 - проведении акций - «счастливых дней для покупки», «марафонов смартфонов», «Tele-недели» и т.д.
-

Гипотезы

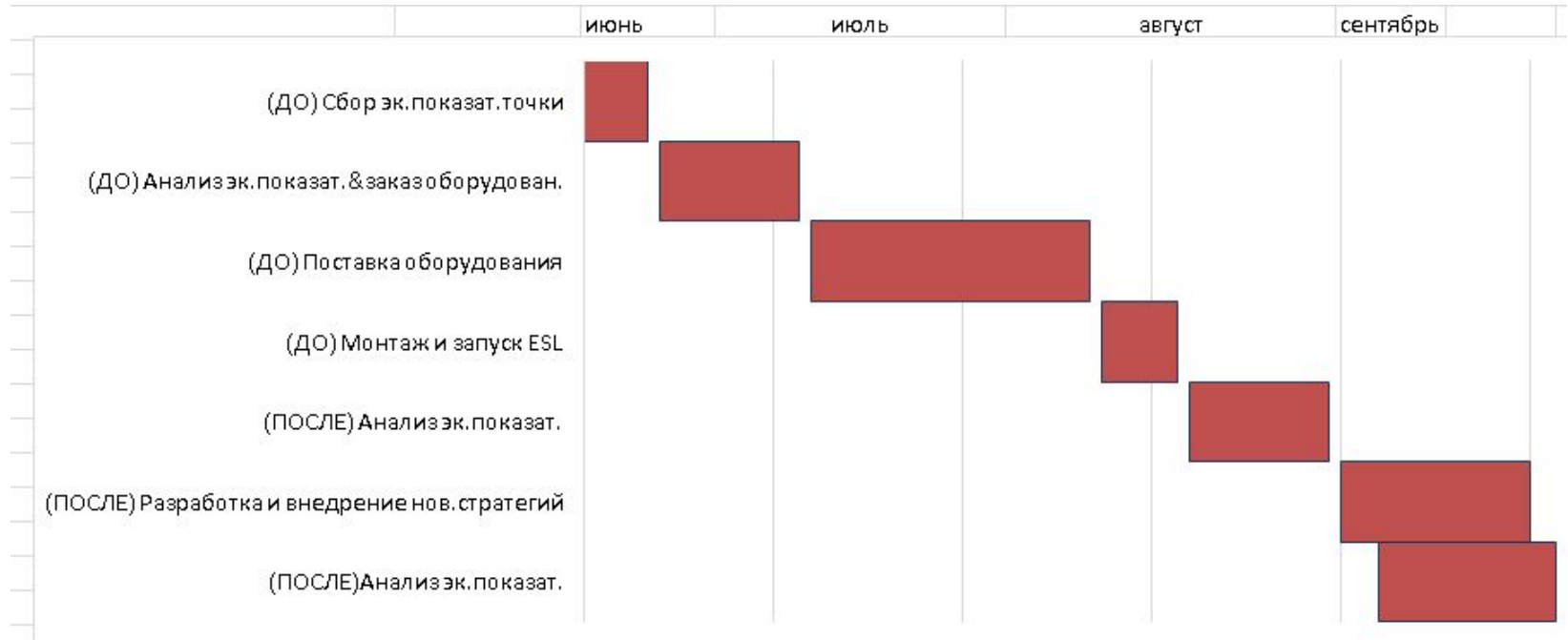
- Гипотеза 1: Использование электронных ценников снижает издержки на обслуживающий персонал
 - Гипотеза 2: Использование электронных ценников приводит к увеличению спроса за счет динамического изменения цены
-

Необходимые данные (от компании)

ЭКСПЕРИМЕНТ

ДО	ПОСЛЕ
Затраты на расходные материалы	--/--
Трудозатраты (чел-часы) на замену ценников	--/--
Количество возвратов из-за цен	--/--
Статистика закупок товара (разбивка по периодам с ценой закупки и наценкой) и продаж ★Привязка к курсам валют	--/-- Детализация цен (внутри выбранного периода-день, неделя, месяц) и соответствующая динамика продаж
Цены конкурентов по периодам	--/--
Данные по промо и акционным кампаниям	Изменение цены в рамках диапазон
Загруженность салона	--/--
Описание БП, связанных с ручным переоснащением ценников (хронометраж, видеонаблюдение и т.д.)	Описание БП в салоне

Основные этапы работы



Результаты пилотного проекта

- Результаты будут сравнены «до» и «после»,
- Тестирование гипотез

ДО	ПОСЛЕ
Описание БП в торговой точке	--/--
Анализ экономических показателей	--/--
Предложения по маркетингу, программам лояльности и внедрению динамического ценообразования	
Анализ экономических показателей	--/--

⇒ Повышение эффективности торговой точки!

Сценарии использования ЭЦ

- Расчет оптимальных цен на основе анализа «больших данных» POS-системы (до и во время эксперимента),
- Проведение промо-акций на основании расчета
- Предложения на основе «локации» клиента или даже «добавленной реальности».
- Персонализированные предложения
- Рассылка на смартфон инфо об аксессуарах, пр. для этого смартфона