

INTERTOP

Оптимизация сезонной распродажи: сохранение маржи в Intertop

Ритейлер обуви и одежды, компания Intertop, использовала платформу Compepera для сохранения маржи



Под управлением Intertop находится **114 офлайн-магазинов**, а также **14 монобрендовых и мультибрендовых сетей одежды и обуви в 25 городах Восточной Европы**. Основанная в 1994 году, сегодня компания предлагает более пяти миллионов SKU. С 2014 года Intertop вышел и на рынок электронной коммерции.



adidas

ECCO



GEOX

Clarks

CONVERSE®



STEVE
MADDEN



Timberland

Marc O'Polo

Reebok

TOMMY HILFIGER

GUESS



Более **60 брендов**, предлагаемых ритейлером,
управляются **шестнадцатью бренд-менеджерами**.

Для тестирования платформы ценообразования **Intertop** **выбрал летнюю распродажу 2019 года**. В течение шестинедельного пилота Competera должна была выполнить **три основные цели**:

1

избавиться от стока до начала следующего сезона, сохраняя валовую прибыль и маржу

2

проверить эффективность платформы Competera

3

ускорить переоценку

Проблема

Необходимо **очень быстро** распродавать сток при **сохранении** маржи и валовой прибыли

Переоценка занимает **слишком много времени**

Решение

Регулярные предложения по **уценке товаров**, основанные на эластичности спроса

Аналитика для принятия обоснованных ценовых решений **в один клик**

Результаты: компания Intertop достигла всех заявленных целей



200 б.п.

Сохранение
маржи



10.3%

Сохранение
валовой прибыли



15 мин

Время
переоценки

Компания планирует **масштабировать решение от Competera для оптимизации торгового предложения** для предстоящей коллекции.

“При работе с машинным обучением ваша задача – понимать, что делать с ценовыми рекомендациями, устанавливать ограничения и при необходимости корректировать алгоритмы.

Технология действительно **повышает**
финансовые показатели вашей компании.

Вы устанавливаете правила игры, а машина выполняет все грязную работу. Поэтому менеджеры ценообразования должны развивать свои аналитические навыки и бизнес-мышление. Мы должны научиться смотреть на картинку в целом, принимать стратегические, а не тактические решения.”
Илона Баскова, бренд-менеджер Intertop.

Илона Баскова

Бренд-менеджер в Интертоп

Карта сотрудничества Intertop и Competera

Наиболее точные рекомендации по цене, основанные на автоматическом сборе товарных особенностей из текстов и изображений.



Оптимизация
уценки



Регулярная оптимизация
цен + Проблема вывода
новых позиций



Масштабирование
на весь ассортимент



Единый подход к
ценообразованию
в масштабах всей
географии присутствия

Проблема: Intertop использовал "ковровый" метод уценки

1

Потеря валовой прибыли и маржи

При расчете цен менеджеры не учитывают эластичность спроса и не создают оптимальное ценовое предложение для каждого товара.

2

Менеджеры перегружены данными

При переоценке они должны анализировать и учитывать множество факторов, включая бизнес-цели и KPIs.

3

Переоценка занимает несколько часов

Менеджеры должны вручную отслеживать динамику продаж и другие показатели

Решение:

кастомизированные цены

и скидки позволили

повысить валовую

прибыль и маржу

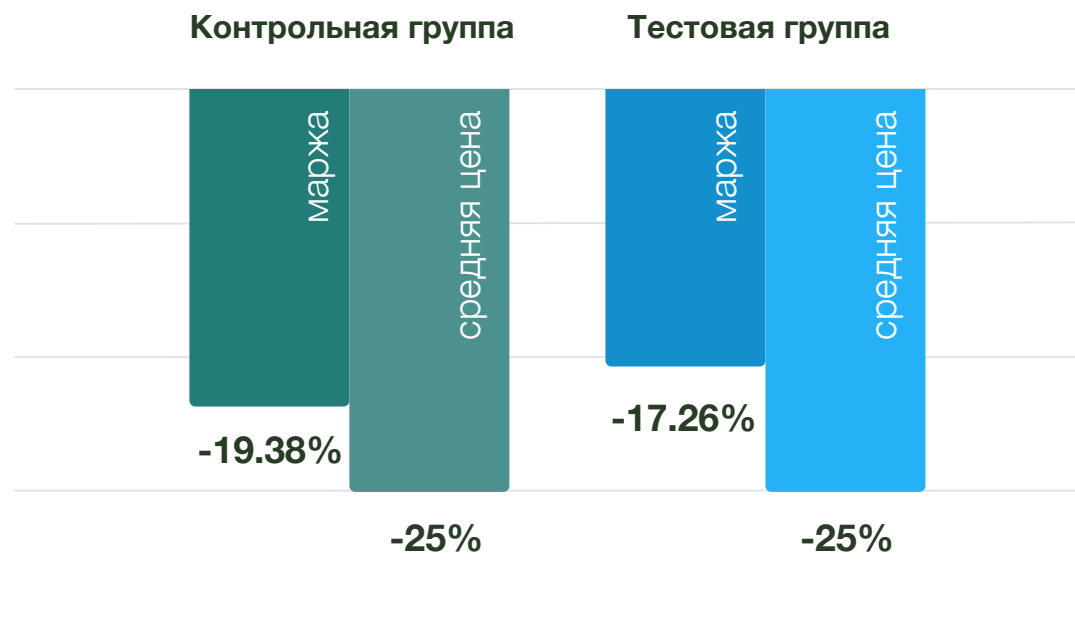
В тестировании приняли участие **420 линеек**
4 обувных брендов: Timberland, Clarks, Geox, Tommy Hilfiger



Competera учла все бизнес-правила Intertop при расчете ценовых рекомендаций:
ценовой порог, шаги переоценки и правила округления. Платформа проанализировала **миллионы единиц исторических данных.**

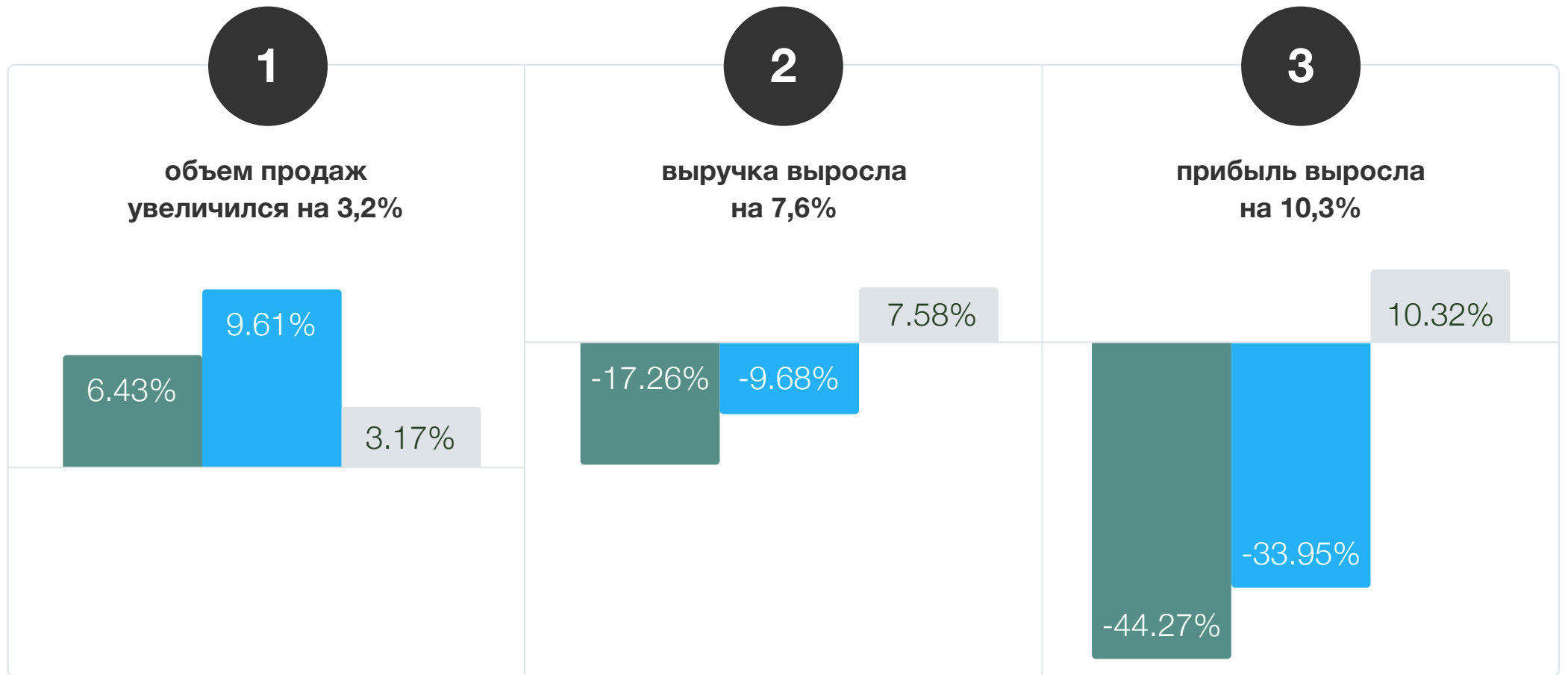
Результаты: сохранение маржи — 200 б.п.

И в тестовой, и в контрольной группах предлагались одинаковые средние цены со скидкой, а это означает, что и бренд-, и ценовое позиционирование оставались неизменными.



Clarks

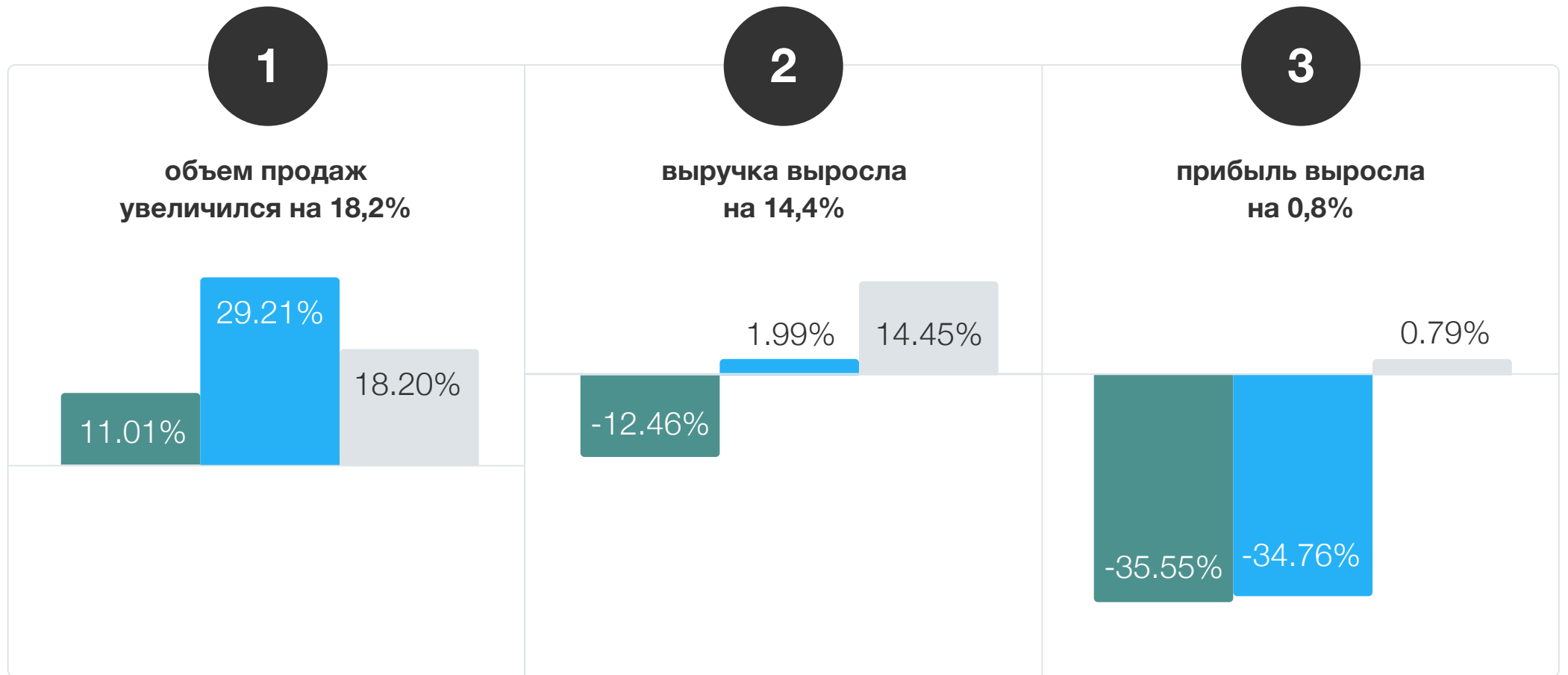
Тестовая группа превзошла контрольную группу по трем параметрам:



● Контрольная группа ● Тестовая группа ● Рост

T O M M Y H I L F I G E R

Тестовая группа превзошла контрольную группу по трем параметрам:



● Контрольная группа ● Тестовая группа ● Рост

Competera Pricing Platform **помогает ритейлерам создавать оптимальное ценовое предложение** с помощью **проактивного ценообразования** для всех каналов продаж.

Узнайте, как ритейлеры FMCG, подарков и потребительской электроники используют Competera, чтобы зарабатывать больше

CASE STUDY

Find Me A Gift

Как увеличить выручку на 9% с помощью ИИ

CASE STUDY

Космо

Рост выручки и продаж для 100 ценовых зон

CASE STUDY

Фокстрот

Рост выручки на 16% без потери маржинальности

Хотите узнать больше или прокомментировать? **Пишите нам на info@competera.net**