

# FOXROT

## Максимизация прибыли без потери маржинальности

Ведущий ритейлер электроники Фокстрот использовал решение Compepera, чтобы оптимизировать цены



Фокстрот — крупный восточноевропейский омниканальный ритейлер. С 1994 года является членом Euronics International, международной ассоциации независимых электронных ритейлеров, в которую входит более **14,000 компаний из 36 стран.**

Клиентская база ритейлера насчитывает **27,8 млн человек.**



Фокстрот использовал  
**решение Competera,**  
чтобы достигнуть  
**трех целей** в рамках  
шестинедельного  
пилотного проекта:

1

Максимизировать прибыль  
без потери маржинальности

2

Прекратить копировать  
действия конкурентов

3

Продемонстрировать  
эффективность решения  
Competera

## Проблема

Ритейлер **исчерпал все традиционные возможности** масштабирования на рынке

**Компания копировала ценовые и промо-решения конкурентов** (так же, как и остальные игроки рынка), не анализируя их эффект

## Решение

**Основанные на данных и спросе ценовые рекомендации** для обеспечения роста финансовых показателей

Гарантия того, что только **истинные конкуренты влияют на ценовые решения**

## Результаты: Фокстрот достиг всех своих целей



**+13.6%**

Выручка



**+51.5%\***

Маржа



**+5.8%**

Продажи в штуках



**+7.8%**

Среднее значение  
транзакции

Менеджеры смогли переключиться с рутины на стратегические задачи.

При этом, **финансовые показатели ритейлера выросли**

\*разница между тестовой и контрольной группой

Погоня за ценами не прекращается. **Формирование оптимальных цен — ключевой инструмент эффективного управления доходами.** Основной вопрос: какими должны быть ценовой диапазон и корректировка цен, чтобы прибыль и маржинальность росли.



**Татьяна Моисеенко**

Коммерческий директор Фокстрот

# Проблема

1

## **Потеря маржи**

Категорийным менеджерам не хватает времени и данных, чтобы учитывать показатели эластичности спроса при выставлении цен для каждого товара.

2

## **Громоздкий и медленный процесс ценообразования**

Внутренней ERP-системе и ценовой системе, основанной на Excel, не хватает технической мощности, чтобы хранить и обрабатывать ценовые данные.

3

## **Отсутствие единой базы данных о результатах предыдущих решений**

Категорийные менеджеры не имеют возможности анализировать и повторять успех предыдущих ценовых и промо-решений.

## **Решение:**

Регулярные ценовые  
и промо-рекомендации,  
основанные на данных  
о спросе



## В пилотном проекте участвовали две группы:



Competera **учла все бизнес-ограничения ритейлера, проанализировала миллионы единиц исторических данных, приняла во внимание эластичность спроса каждого товара, чтобы** регулярно предлагать оптимальные ценовые и промо-рекомендации на уровне портфеля.

# Как это работает — простыми словами

В основе вычисления и рекомендаций оптимальной цены для каждого товара лежат показатели ценовой эластичности.

## Шаг 1: Определить коэффициент эластичности спроса

Алгоритмы Competera сохраняют информацию о коэффициентах эластичности товаров, полученную на подготовительной стадии перед запуском пилотного проекта.

### Ценовая эластичность больше -1

[ближе к 0, чем к -1] — неэластичные товары

### Ценовая эластичность меньше -1

[ближе к  $-\infty$  чем к 0] — эластичные товары



**Эластичные товары:** изменения цены приводят к значительным изменениям спроса; % изменения спроса < % изменения цены.



**Неэластичные товары:** изменения цены не приводят к значительным изменениям спроса; % изменения спроса > % изменения цены.



**Кросс-эластичность:** изменения цены на товар А приводят к изменениям спроса на товар Б.

## Шаг 2: Формирование оптимальных ценовых рекомендаций

Повышение цен на неэластичные товары приводит к небольшому спаду продаж в штуках (спрос) — менее значительному, чем рост цен в процентном соотношении. В результате, **выручка растет**.

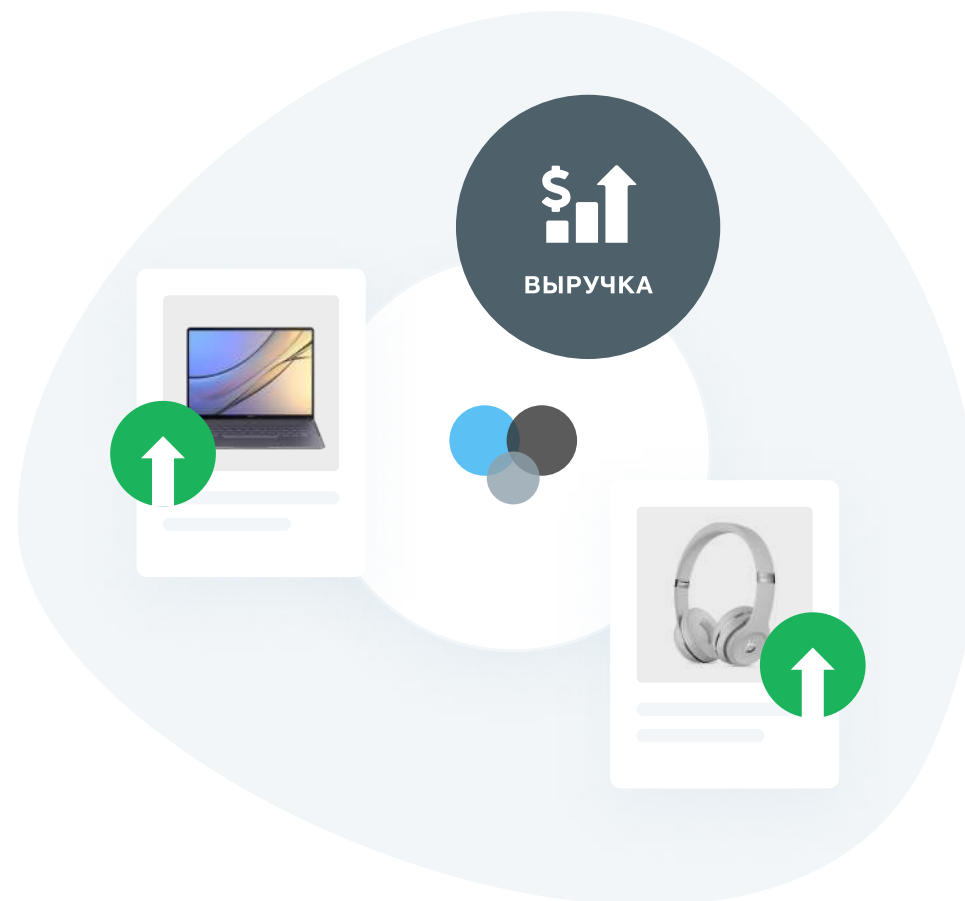
Снижение цен на эластичные товары приводит к значительному росту продаж в штуках (спрос), который, в свою очередь, компенсирует уменьшение цены. В результате, **выручка растет**.

Таким образом, если коэффициенты эластичности **рассчитаны правильно, то выручка растет как при снижении, так и при росте цен**.



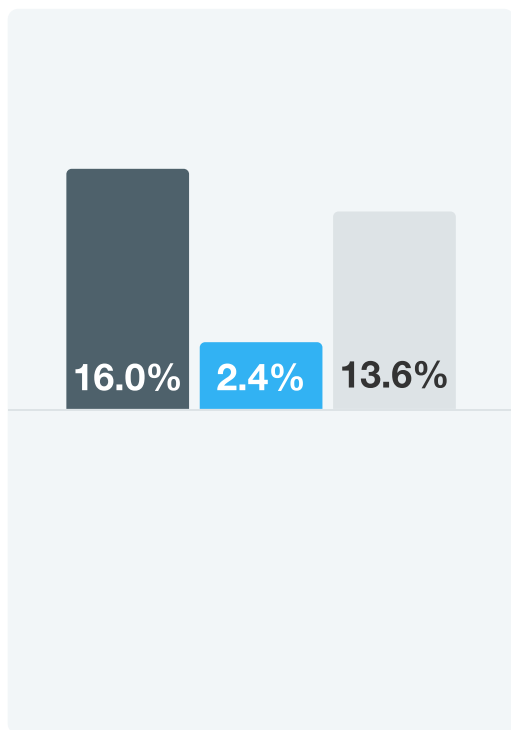
Более того, алгоритмы Competera рассчитывают не только эластичность отдельного товара, но и кросс-эластичность с другими товарами в портфолио. Например, кросс-эластичность между товаром А и товаром Б высока. Тогда алгоритмы Competera могут предложить поднять цены на товар А, чтобы достигнуть двух целей:

- **увеличить продажи в штуках товара А** и, таким образом, увеличить общую выручку ритейлера;
- **увеличить продажи в штуках товара Б.** Когда цена на товар А вырастет, а цена на товар Б останется той же, продажи в штуках товара Б все равно увеличатся из-за кросс-эластичности с товаром А.

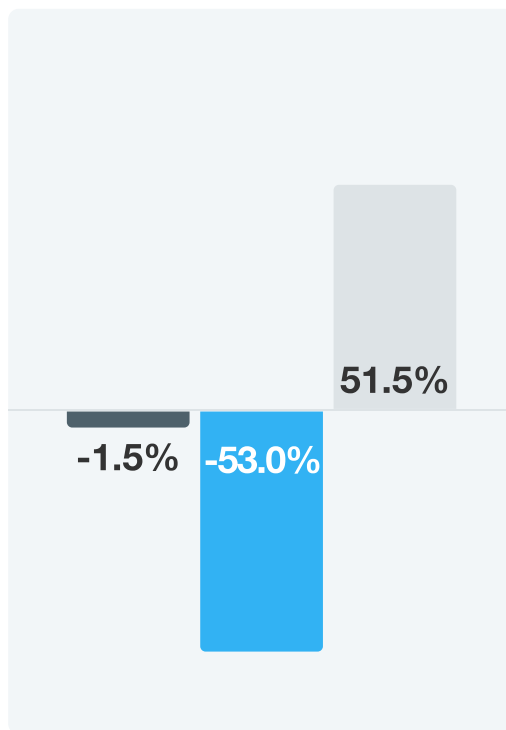


# Результаты: Фокстрот достиг всех своих целей

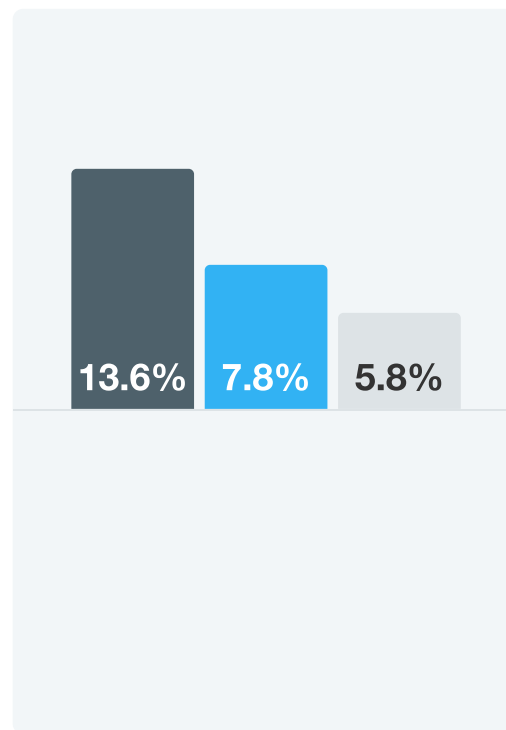
## Выручка



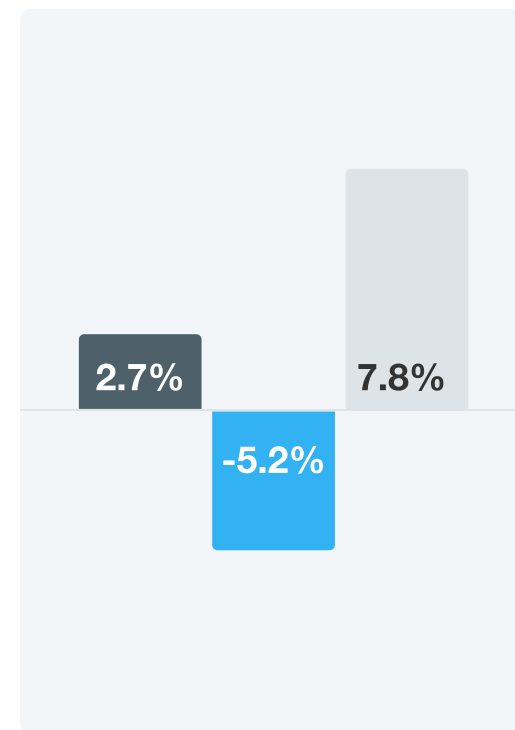
## Маржа



## Продажи в штуках



## Среднее значение транзакции



● Тестовая группа    ● Контрольная группа    ● Показатель роста

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

Узнайте, как Competera помогала другим ритейлерам процветать

ИСТОРИЯ УСПЕХА

## Электроника

Как достичь роста валовой прибыли на 4,5%



ИСТОРИЯ УСПЕХА

## Intertop

Оптимизация сезонной распродажи



ИСТОРИЯ УСПЕХА

## Wiggle

Скорость переоценки x2 в пяти регионах



Хотите узнать больше или прокомментировать? **Пишите нам [info@competera.net](mailto:info@competera.net)**