



Оптимизация ценообразования

в Kosmo

competera

Оптимизация ценообразования в Космо

Европейский FMCG-ритейлер использует искусственный интеллект, чтобы увеличить выручку и продажи для 100 ценовых зон



Клиент

Офлайн-ритейлер FMCG.

География

Восточная Европа.

Проблема

Запускались глубокие и частые промо: более 60% товаров продаются со скидкой; вендоры значительно влияют на промо; цены сильно «привязаны» к ценам конкурентов; более 100 ценовых зон с разной ценовой эластичностью.

Решение

Около 2-3 тысяч еженедельных ценовых рекомендаций основанных на краткосрочном алгоритмическом прогнозировании реакции спроса в зависимости от изменения цен в портфолио.

Результаты



15.9%

Рост продаж в штуках



8.1%

Рост выручки



9.8%

Рост фронт-прибыли

Ритейлеры и вендоры стимулируют финансовые показатели с помощью промо. Мы постоянно играем на понижение: промо становятся все глубже. Но всему есть предел. Мы хотим наладить взаимоотношения с потребителем так, чтобы и ему было интересно, и бизнес не нес убытки. Выход: переход от промо-воен к последовательному ценообразованию.

Георгий Шейко
СЕО КОМПАНИИ «КОСМО»



О клиенте

Ведущий восточно-европейский ритейлер, управляющий более 100 офлайн-магазинами в 41 регионе. «Космо» работает на рынке с 1994 года. Клуб покупателей ритейлера насчитывает более миллиона человек.

Среди партнеров «Космо» такие глобальные бренды, как L'Oreal, Max Factor, Colgate & Palmolive, Natural Sea Beauty, Gillette, Nina Ricci, Calvin Klein, Garnier, Nivea, Vichy, Lierac и Schwarzkopf & Henkel. Ритейлер также продает товары собственных торговых марок.

Цель

Компания хотела максимизировать выручку и получить контроль над ценовыми и промо-стратегиями для различных ценовых зон. Ритейлер также искал способ смягчить эффект глубоких и частых промо на рынке, «отвязаться» от цен конкурентов и получить больше свободы от вендоров при расчете размера и частоты скидок.

Проблема

До сотрудничества с Competera ритейлер выставлял цены автоматически, опираясь на бизнес-правила и цены конкурентов для более 2,000 товаров KVI (из 10,000 товаров в портфолио) и для более 100 точек продаж в разных ценовых зонах. Все данные собирались в файлы Excel и внутреннюю систему ERP. При этом за ценообразование отвечали менеджеры. Так как конкуренция и скорость рынка FMCG очень высоки, как и велика доля промо-продаж, менеджеры перестали справляться с обработкой огромных объемов данных и ценовых/неценовых факторов. Выставлять цены в реальном времени стало проблематично. В результате компания упускала возможности по увеличению выручки и роста с нужной скоростью. Команда ценообразования ритейлера начал поиск технологического решения.

Узнав о том, что технология Искусственного Интеллекта может помочь ритейлеру улучшить финансовые показатели, «Космо» обратился к Competera. Компании необходимо было проверить эффективность решений для оптимизации ценообразования на основе ИИ.

Решение

Competera предложила перейти от экспертного ценообразования к ценовым рекомендациям алгоритма на основе мощной нейронной сети. Такая сеть способна определять влияние изменения цен на продажи с точностью до 98% в краткосрочном прогнозе.

Девятинедельный пилот должен был проверить эффективность решения Competera. Перед запуском пилотного проекта ритейлер предоставил необходимые данные, в том числе:

- Исторические данные
- Конкурентные данные
- Данные о бизнес-целях и ограничениях

Пилот включал две категории:

- Тестовая категория (зубная паста) из 160 товаров для которой алгоритм машинного обучения Competera рекомендовал оптимальные полочные цены;
- Контрольная категория (туалетная бумага), где менеджеры ритейлера устанавливали цены для всех товаров.

Обе категории обладали одинаковой сезонностью, а также структурой прибыли и выручки. Плюс, это были категории с низкой со-встречаемостью в чеках (т.е. изменения в тестовой группе не могли существенно повлиять на изменения в контрольной, и наоборот).

Competera еженедельно рекомендовала цены для каждой из 100 точек продаж «Космо» с разной ценовой эластичностью и схожим ассортиментом (в данном случае они соответствовали ценовым зонам). Общее количество ценовых рекомендаций — около 2-3 тысяч в неделю.

В то же время, ритейлер запустил промо для всего ассортимента, включая тестовую группу. При этом, Competera не участвовала в расчете оптимальных промо-цен. Тем не менее, благодаря ценовым рекомендациям алгоритма Competera для группы товаров тестовой категории, ритейлер значительно смягчил влияние глубоких и интенсивных промо на выручку.

Результаты

Менеджеры «Космо» получили решение, которое позволило перейти к проактивному ценообразованию, оптимизировать цены и сделать их более привлекательными для покупателей. Несмотря на большую долю промо-продаж, ритейлер смог удержать маржинальность благодаря ценовым рекомендациям Competera. Маржинальность в тестовой категории упала на 1.8%, в контрольной категории — на 2.8%.

Другие результаты пилота в тестовой категории в сравнении с контрольной:



15.9%

Рост продаж
в штуках



8.1%

Рост
выручки



9.8%

Рост
фронт-
прибыли

Средняя полочная цена в контрольной группе выросла на 6.7%, в тестовой снизилась на 1.5%. Средневзвешенная цена продажи в контрольной группе выросла на 2.7%, в тестовой она снизилась на 1.3%.

Таких показателей ритейлер смог добиться благодаря возможности алгоритма рассчитывать ценовую и кросс-эластичность для каждого цикла переоценки основываясь на внутренних и внешних данных ритейлера, а также высокой точности прогнозирования спроса.

Competera не имела доступа к базе карт лояльности «Космо», поскольку не имеет права работать с подобными данными. Из-за этого факторы роста продаж в штуках не были проанализированы. Можем лишь предположить, что благодаря более эффективной работе с полочными (регулярными) ценами и снижению промо-давления, Competera работала, в первую очередь, над ростом количества покупателей и частотой покупки (если предположить, что промо, в основном, влияет на размер средней покупки и не влияет на пенетрацию).

Компания «Космо» готова масштабировать решение для всего ассортимента.

О Competera

Competera — это стандарт ценообразования в ритейле. Компания помогает клиентам увеличивать прибыль, оставаться конкурентными и расти с помощью двух собственных продуктов: “Мониторинг рынка” и “Оптимизация ценообразования.”

“Оптимизация ценообразования”

“Оптимизация ценообразования” — решение для роста маржинальности и продаж до 15% с помощью ценовых рекомендаций на основе машинного обучения.

Сотрудничая с Competera, ритейлеры любого размера могут устанавливать оптимальные цены на любом уровне — от портфеля и магазинов, до стран и регионов.

“Мониторинг рынка”

“Мониторинг рынка” предоставляет крупным онлайн-ритейлерам данные премиального качества о товарах и ценах. Мы собираем данные с тысяч сайтов и разных рынков с помощью настраиваемого краулинга, многоуровневых алгоритмов проверки качества данных, а также предлагаем гибкое соглашение об уровне услуг. Мы помогаем ритейлерам легко принимать сложные решения и быстро расти.

Правильные цены. На все товары. Ежедневно



Competera UA

+38 044 392 8056 | sales@competera.net
Київ, Україна



Competera RU

+7 499 703 0223 | ek@competera.net
198412, г. Ломоносов ул. Сафронова, дом 4 А
Санкт-Петербург, Россия



Competera UK

+44 207 971 1479 | emea@competera.net
Project House, 9 Marsh street, BS1 4AA
Bristol, United Kingdom



Competera US

+1 332 331 8669 | us@competera.net
8805, Santa Monica Blvd, LA
West Hollywood, California 90069-4109, United States



Competera SG

+65 9177 3635 | apac@competera.net
018936, 7 Straits View, Marina One East Tower,
#05-01, Singapore