



**ВИМОС**

# Оптимизация цен на основе искусственного интеллекта для розничных продавцов DIY

Торговый Дом “Вимос” – российская сеть, специализирующаяся на торговле строительными материалами и хозяйственными товарами на рынке Северо-Западного региона РФ. На сегодняшний день этот DIY ритейлер имеет 43 торговые базы с ассортиментом более 25 тысяч товаров в каждой и годовым оборотом более \$160 миллионов.

# Ключевые результаты



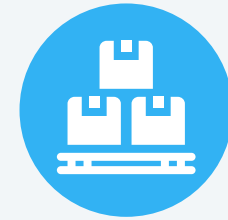
**12.3%**

Выручки



**8.45%**

Валовой прибыли



**6.31%**

Продаж в шутках

# Клиент

В 2020 году ТД “Вимос” начал проект по оптимизации ценообразования и обратился к консультационному партнеру – ГК «КОРУС Консалтинг». С 2000 года эта группа IT-компаний консультирует игроков рынка розничной торговли по стратегиям ценообразования, увеличению прибыли и товарооборота бизнеса.



**Ситуация.** Специалисты ГК «КОРУС Консалтинг» предложили выстроить решение для клиента на базе автоматизированного ценообразования с использованием искусственного интеллекта. Требовался инструмент, который мог обеспечить быстрый измеримый результат и был бы гибким в плане интеграции и настройки под процессы клиента. Competera одновременно удовлетворяла и главные требования клиента, и позволяла провести пилотный запуск на ограниченном количестве магазинов для подтверждения своей эффективности.

## Вызовы

- Сезонные спады и скачки спроса.
- Интеграция с существующей легаси ERP-системой.
- Решение должно быть простым и понятным для каждого члена команды категорийных менеджеров.

## Цели

- ✓ Максимизация прибыли и выручки без оттока трафика в кратко- и долгосрочной перспективе.
- ✓ Ускорение процесса переоценки благодаря централизованному инструменту по управлению ценообразованием.
- ✓ Предоставление комплексного решения для управления тактикой и стратегией ценообразования
- ✓ Сохранение прибыли в период сезонного “затишья”.

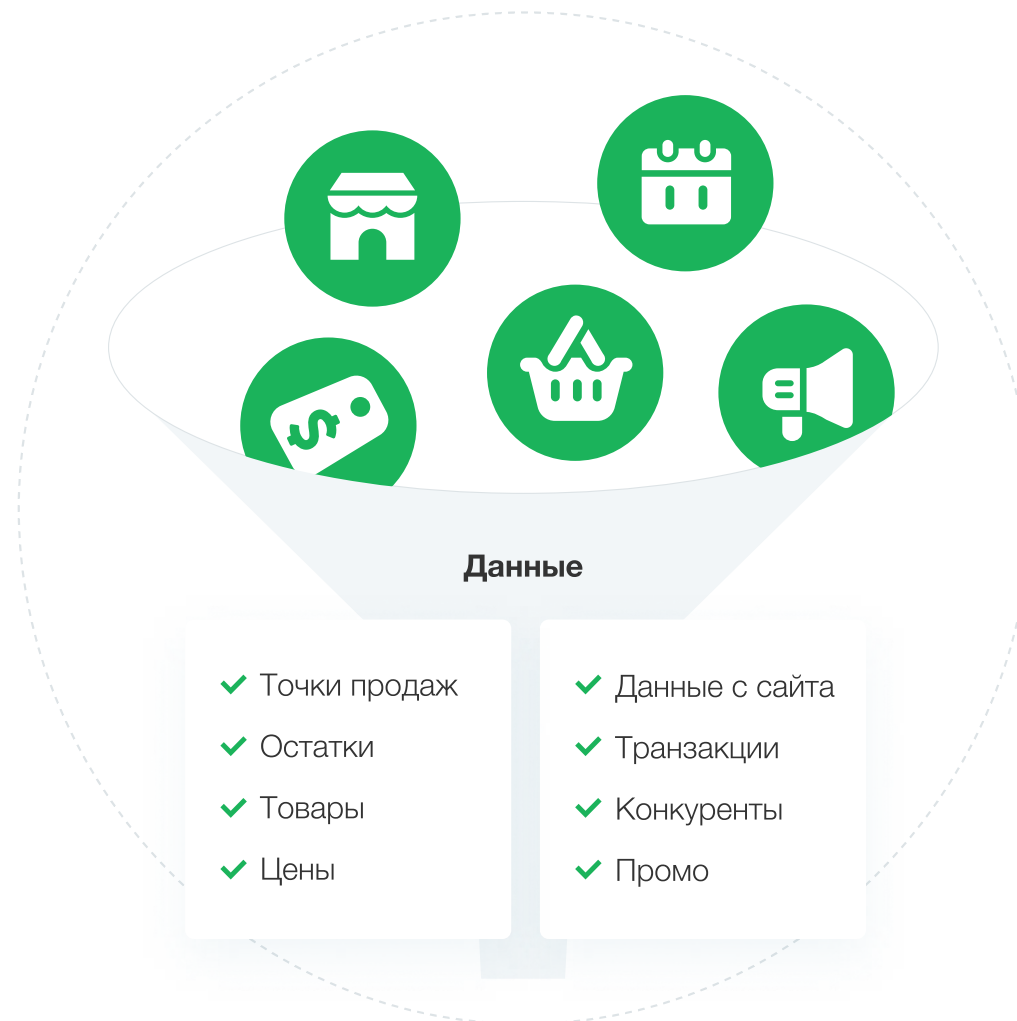
## **Решение**

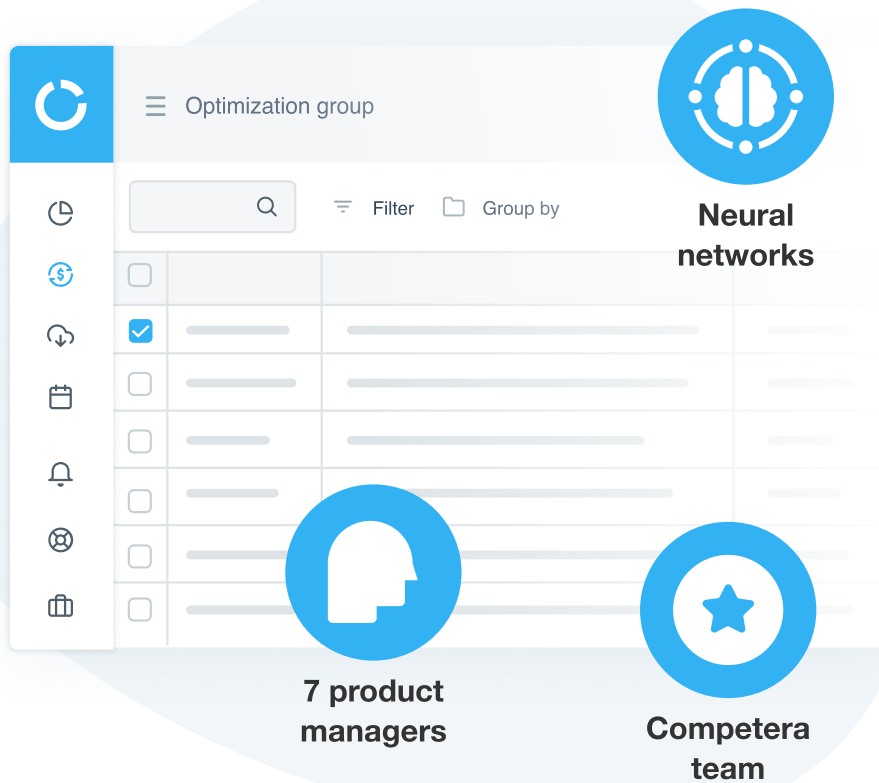
Решение проекта основано на одном из продуктов Competera – Price Optimization – ценообразовании на эластичности спроса, анализе продуктовых кросс-зависимостей и более 20 ценовых и неценовых факторов. Условно реализацию этого проекта можно разделить на несколько этапов.

# Интеграция

Бесшовной интеграция таких решений как Competera в структуру компании напрямую зависит от качества данных клиента. Их массив должен быть полным, непротиворечивым и регулярно обновляемым. Чтобы обеспечить эти критерии, на старте пилотного запуска команда структурировала и вычистила исторические данные ТД “Вимос”. Основой для будущей оптимизации стали.

Так как клиент использует ERP собственной разработки, вторым этапом интеграции стала отладка интеграции платформы ценообразования в учетную систему сети. Вместе с командой клиента был настроен процесс обмена данными, включая их ежедневную автоматическую валидацию.





## Знакомство с платформой

После проведения интеграции с функционалом платформы были ознакомлены основные участники процесса переоценки. Ими стали 7 руководителей товарных направлений компании. В это же время, команда Competera начала обучение нейросетей на данных клиента.

# Пилотный запуск

Чтобы измерить эффективность Competera, пилотный запуск решения проходил на сформированной тестовой группе. Детали:



## Тестовая группа:

5 гипермаркетов сети или 10% от географии ритейлера



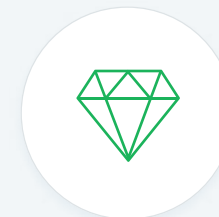
## Контрольная группа:

5 гипермаркетов сети со стандартным процессом переоценки



## Переоценка

проводилась для всего ассортимента в каждой точке продаж (25 тысяч SKU)



## KVI и товары в промо

**были исключены** для переоценки с помощью Competera

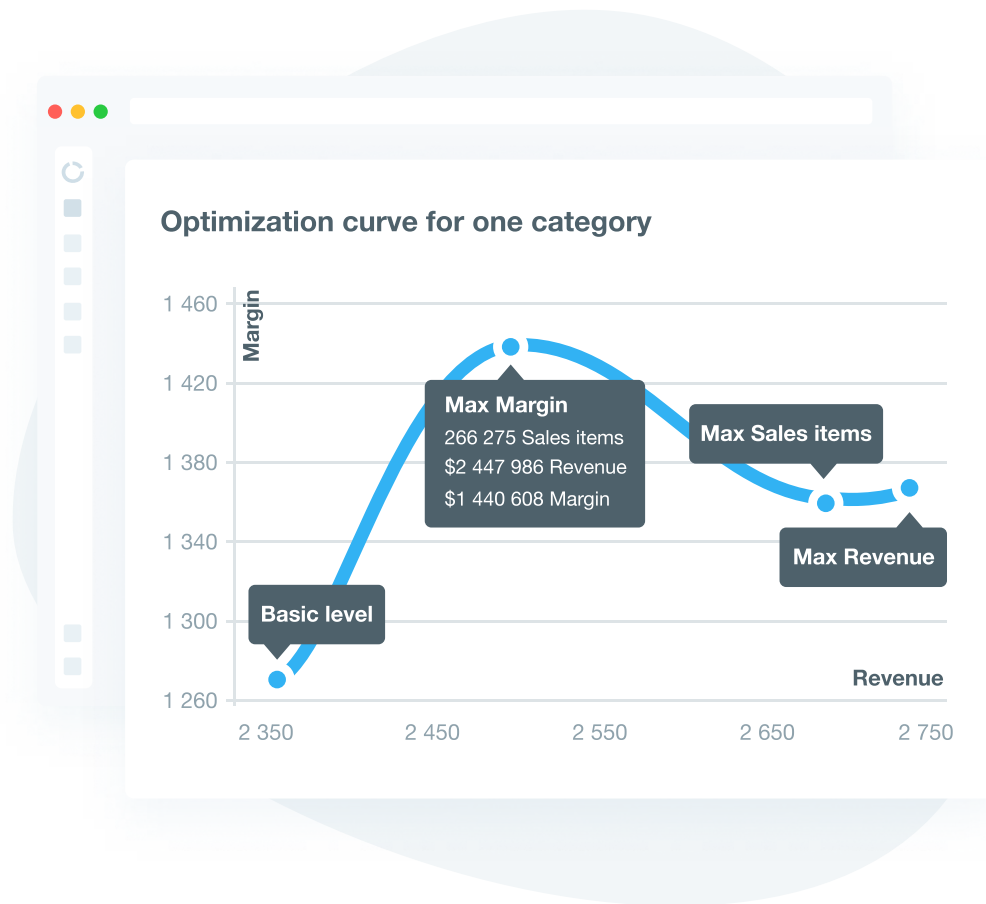
**Методология выбора групп:** в выборку вошли магазины, которые с одной стороны являются репрезентативными для сети, а с другой, имеют максимально сопоставимую структуру спроса (по среднему чеку, выручке, количеству товаров) и динамику изменения показателей. Длительность пилота составляла один квартал, после чего результаты двух групп были сравнены.



# Архитектура ценовых рекомендаций

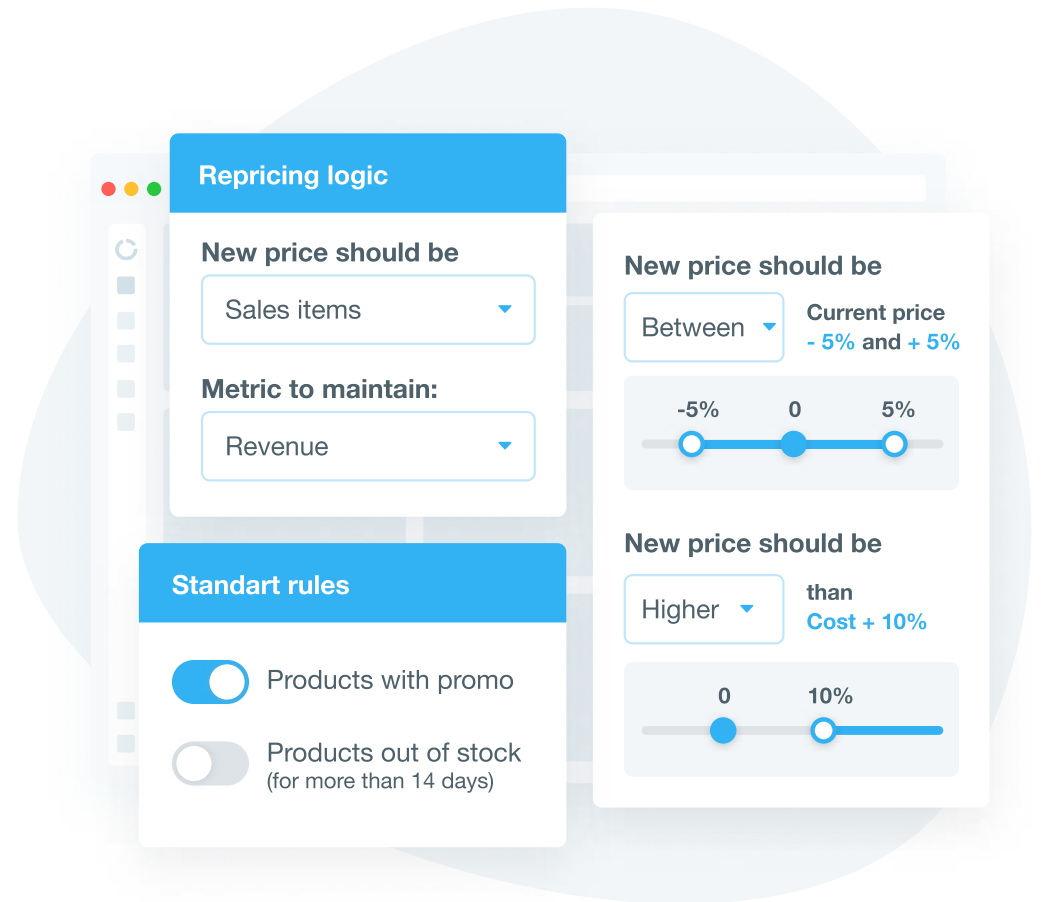
Система на основе искусственного интеллекта высчитывала эластичность спроса для каждого продукта на основе внутренних (исторических) и внешних данных, анализировала их и выдавала ценовые рекомендации для товаров в каждой точке сети. Вот одни из примеров оптимизационной кривой для одной из категорий.

Важно отметить, ценовые рекомендации следует рассматривать не как оптимальную цену для каждого SKU в отдельности, а как набор оптимальных цен для всех SKU в оптимизационной группе (позиций, внутри которых могут быть взаимосвязи. Как правило – это категории). Именно такой подход позволяет прогнозировать и добиваться желаемого результата. Напомним для ТД “Вимос” им являлась максимизации прибыли и выручки.



# Управление ценовыми кампаниями

Более того, комплексное управление ценами вместе с гибкой настройкой ценовых кампаний позволило тестовой группе эффективно пройти как сезонный скачок продаж (в период летних отпусков в DIY отрасли традиционно наблюдается рост), так и войти в период пандемии и конец сезона с падением продаж. На картинке ниже находится одно из “рабочих мест” категорийщика в Competera – раздел управления ценовыми кампаниями.



# Результаты

Пилотный запуск занял один квартал. Основные результаты тестовой группы по его завершению составили:



**+12.3%**  
выручки



**+8.45%**  
валовой  
прибыли



**+6.31%**  
продаж  
в шутках



**+1%**  
рост  
трафика



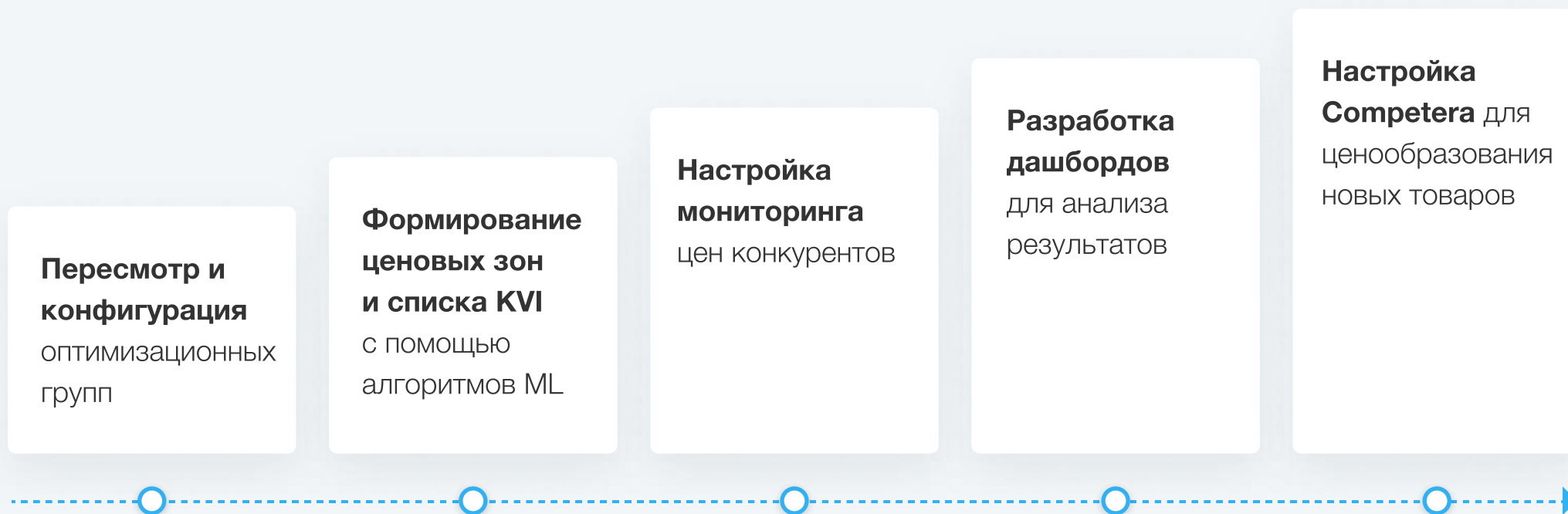
Переоценка  
занимает **2 часа**  
**1 раз в неделю**

Показатели выше представляют из себя разницу динамик показателей продаж между тестовой и контрольной группой. Динамика — это изменение показателя в тестовый период по сравнению с контрольным периодом. Тестовый период — 17 недель, на протяжении которых переоценка в тестовой группе проводилась с помощью решения Competera, а в контрольной группе привычным образом. Сравнительный период — дотестовый период, во время которого переоценка проводилась прежним образом и в тестовой, и контрольной группах.

# Competera и “КОРУС Консалтинг”

## СМОГЛИ ВЫПОЛНИТЬ ВСЕ ПОСТАВЛЕННЫЕ ЦЕЛИ

После пилотного запуска, клиент принял решение о полной развертке Competera на все 43 магазина сети и пересмотре методологии и подходам к ценообразованию. Вместе с партнерами из ГК “КОРУС Консалтинг” разрабатывается комплексная система ценообразования, которая учитывает ценовые зоны, KVI, стратегии оптимизации и т.д. Следующие этапы проекта:



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 на [info@competera.net](mailto:info@competera.net)**