

**«Магнит»:
Продвинутая
Аналитика
Оптимизации
Промо**



Продвинутая аналитика приносит ценность посредством 3 связанных стримов, каждый из которых фокусируется на построении сильной команды

Управление данными

Построить лучшую в своём классе платформу данных, которая поддерживает все связанные продуктовые задачи, при этом снизив её TCO.

Аналитика данных

Создать продуктовые команды в тесной коллаборации с бизнесом, с целью повысить эффективность Магнита.
Создать 4 Трайба.

Клиентская аналитика

Новая функция, которая направлена на централизацию всех качественных и количественных исследовательских задач и соединение обеих точек зрения.

Стандарт эффективности Промо был существенно повышен в 2020

1. ■

E2E Оптимизация промо

Программа оптимизации процессов промо планирования, исполнения и взаимодействия с поставщиками

2. ■

НеПромо оптимизация

Улучшение общих коммерческих условий и оптимизация ассортимента, приводящие к лучшей базе для Промо

3. ■

Промо прогноз

Более высокая точность прогноза спроса для акционных товаров, приводящая к снижению out-of-stock и повышению маржи

Статус-кво

Ручной сбор промо-календаря на основании разрозненных источников данных и информации от поставщиков



10-20%

Промо-оптимизация с помощью продвинутой аналитики

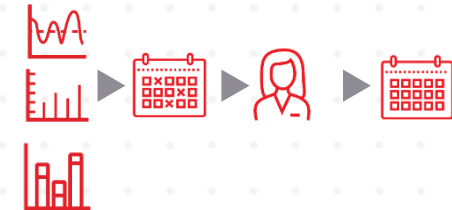
Ручной сбор промо-календаря с помощью единого инструмента оценки исторической промо-эффективности и промо-правил



40-50%

Планирование промо следующего поколения

Автоматическое формирование промо-календаря на основе исторической и предиктивной аналитики с учетом ручных корректировок на основе страт. вводных и экспертизы КМ



70-80%



Различные промо-отчеты



КМ



Промо-календарь



Дэшборд с исторической промо-эффективностью

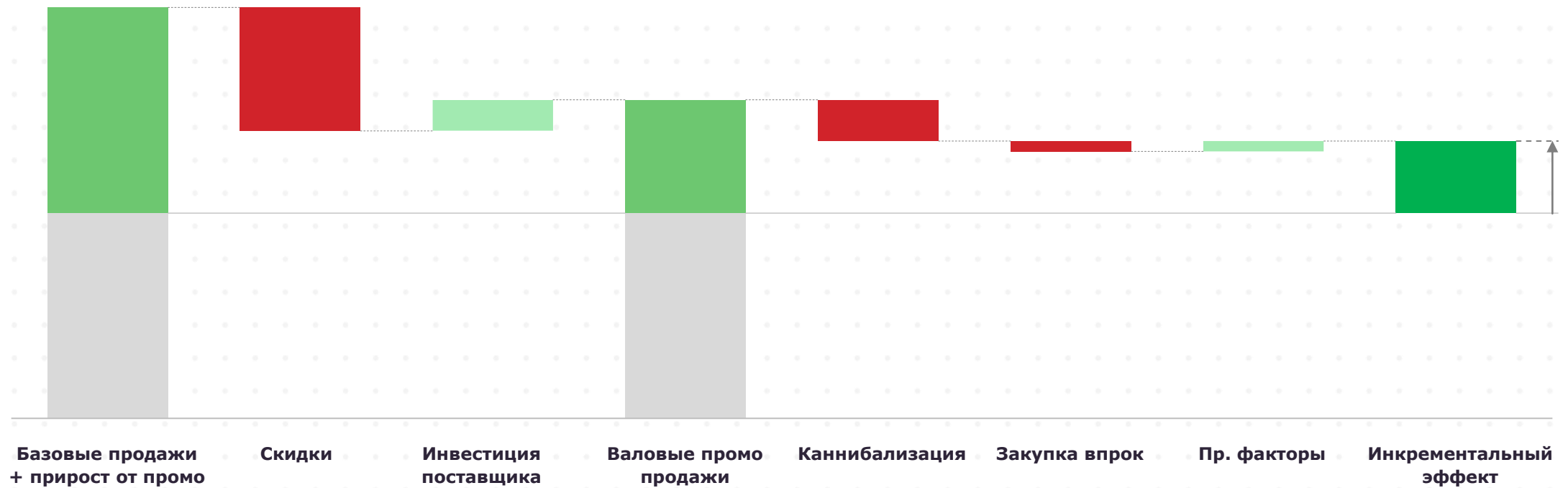


Автоматически сформированный промо-календарь

"Старая логика" – влияние на сам SKU

+ Влияние промо на категорию/единицу потребности

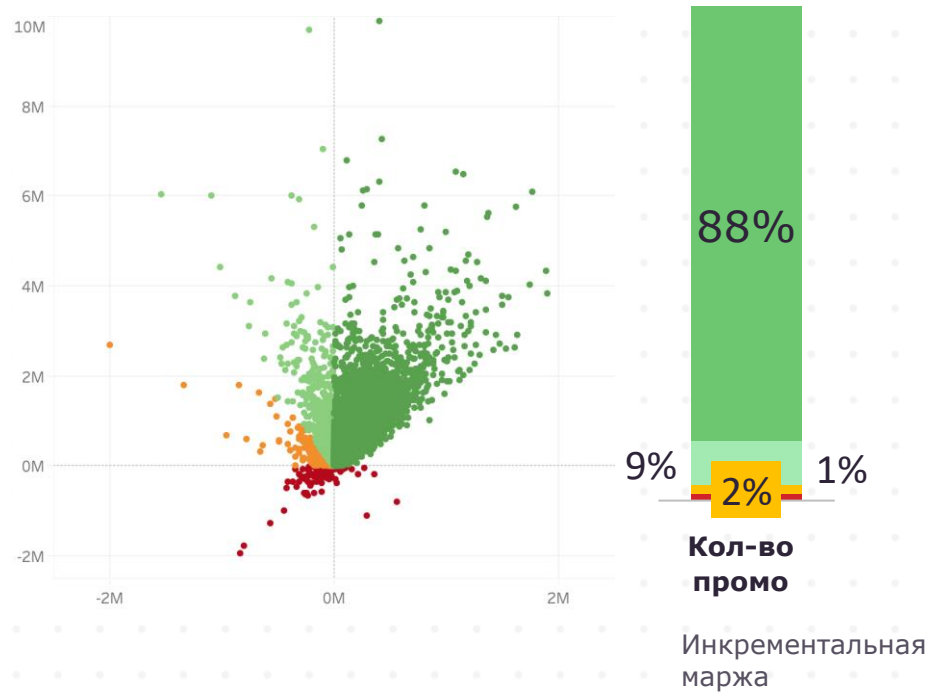
«Новая логика» – промо инкрементальность



Новый взгляд на оценку эффективности промо

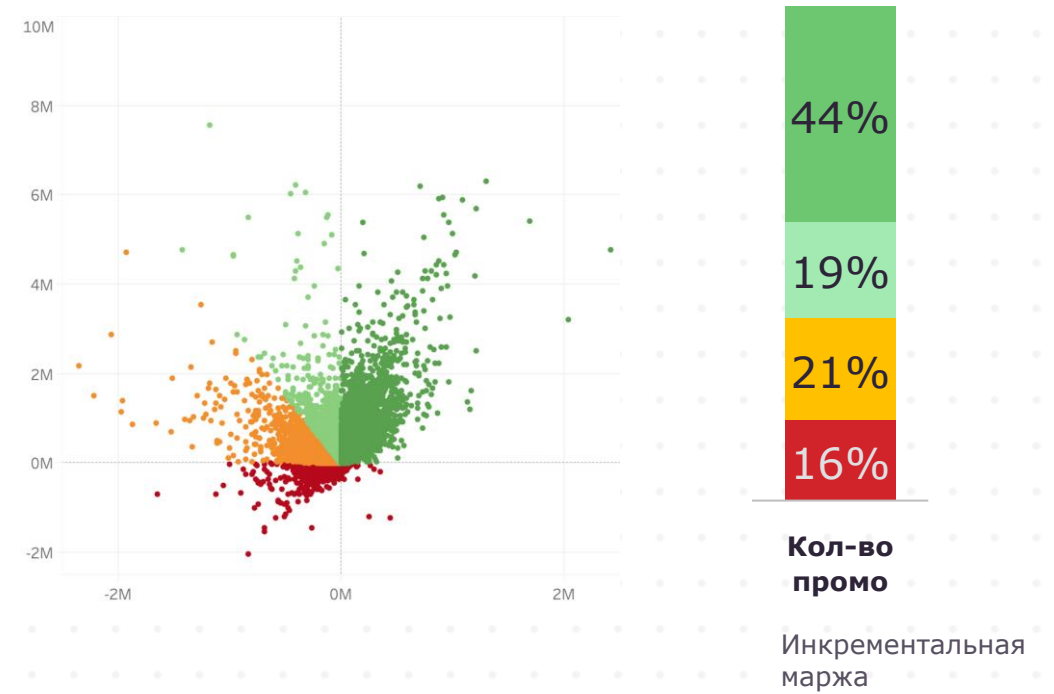
Старая логика: эффективность промо без учета влияния на категорию/единицы потребности

Инкрементальные продажи



Новая логика: эффективность промо с учётом всех компонентов инкрементальности

Инкрементальные продажи



Дэшборды с аналитикой промо: эффективные решения КМ и менеджеров



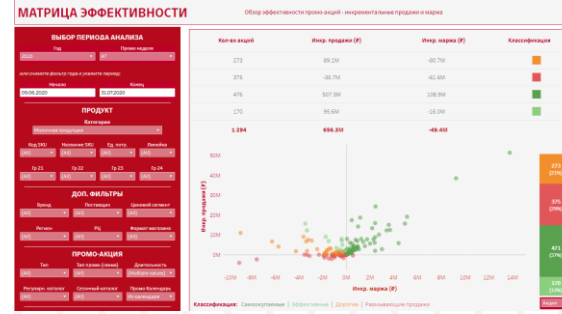
Классификация Промо

Сравнение GP22 по уровню эффективности промо



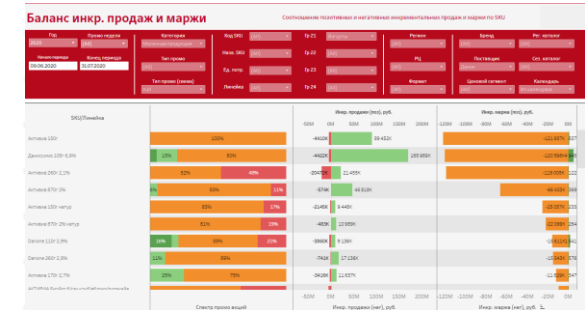
Матрица эффективности

Анализ эффективности продаж и маржи на уровне акций



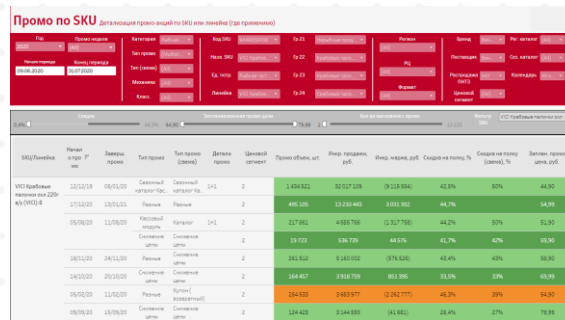
Баланс инкр. продаж и маржи

Приоритизация SKU по инкр. PTO/марже



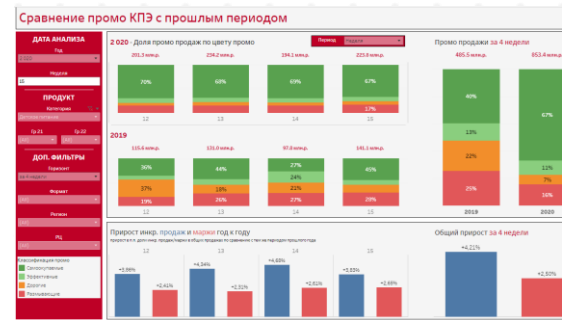
Список Промо

Полная информация о параметрах каждой акции (ПрЦ, скидка, механика, пр.)



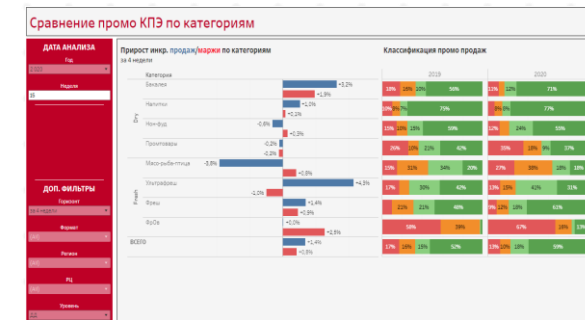
Сравнение промо КПЭ по периодам

Динамика изменения эффективности промо



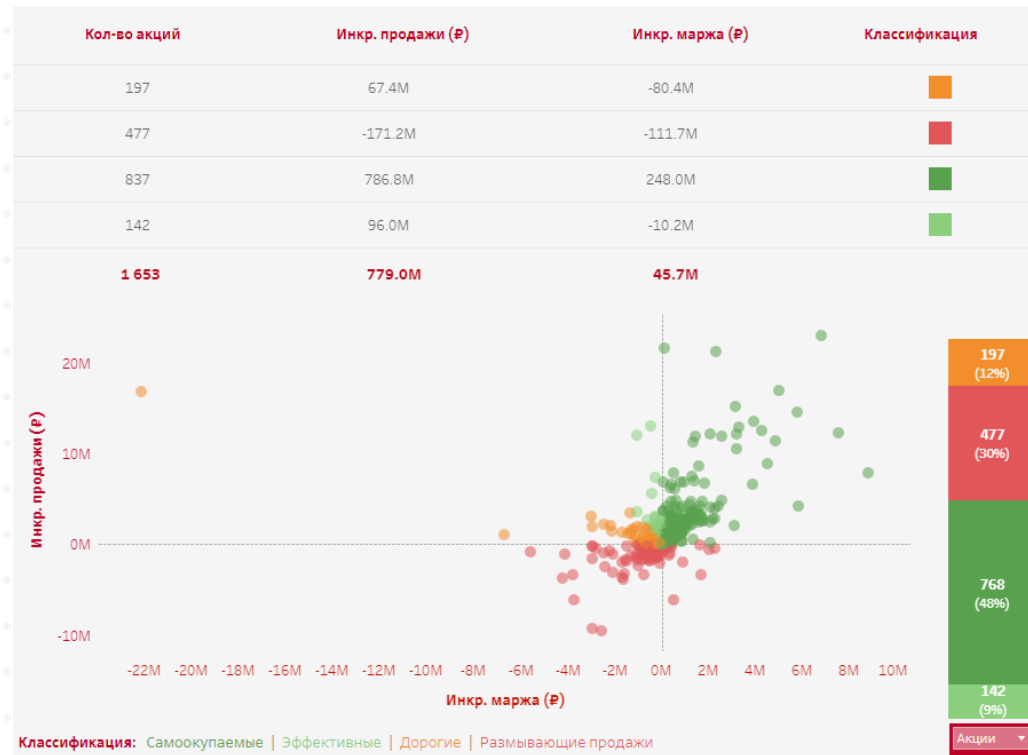
Сравнение промо КПЭ по категориям

Сравнение эффективности между ДД/РК

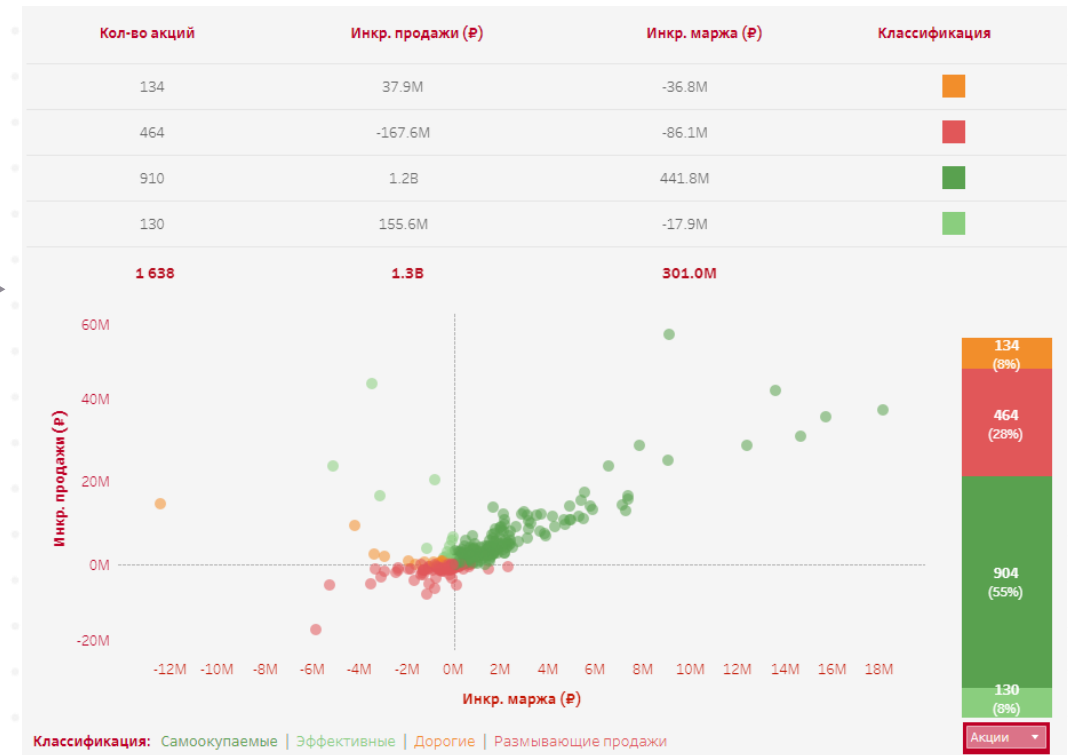


Использование дэшборда **позволяет оценить эффективность** инициатив по улучшению промо в 2020 году

Немолочное Детское питание, эффективность промо, 2019



Немолочное Детское питание, эффективность промо, 2020 — **увеличение доли самокупаемых промо на 7 процентных пунктов, рост инкрементальных продаж и маржи**



Обратная связь от пользователей инструмента

- 1.** Дэшборд показал, сколько денег мы теряли на некоторых промо – я сказал своим КМ использовать скриншоты из Дэшборда на переговорах с поставщиками
- 2.** Дэшборд меняет наш рабочий процесс – теперь вместо анализа десятков отчетов мои КМ могут в одном месте найти всю необходимую информацию для принятия правильных промо решений
- 3.** Я прошу своих КМ отчитываться, какого цвета в Дэшборе те промо, что они планируют, - таким образом, они начинают анализировать, насколько это действительно эффективные промо или нет
- 4.** Это один из самых полезных инструментов за весь мой 10+ летний стаж в Магните!

Q&A

