

«Ломоносовские чтения. Секция экономических наук»
«Цифровая экономика: человек, технологии, институты» 18 апреля 2018г.
Сессия: «Трансформация маркетинга в условиях современной цифровой революции»

Цифровая трансформация и тенденции ценообразования компаний e-commerce



В.В. Герасименко, д.э.н., проф., зав. кафедрой маркетинга, руководитель исследовательского центра анализа рынков и ценообразования

Д.В. Нечаева, MBA, руководитель отдела ценообразования ООО Ситилинк.

Маркетинг-2018:

восемь главных трендов цифровизации

1. Диджитализация бизнеса – новые бизнес-процессы

Мы привыкли говорить о внедрении цифровых технологий в классический бизнес в разрезе оптимизации затрат (всевозможные CRM-системы) и продвижения (реклама, сайты...). Здесь речь о явлении, которое обычно называют «уберизацией» – появлении платформ, радикально преобразующих весь рынок, как это случилось в ситуации с **Uber**.

2. Камера как вторая клавиатура

Нейронную сеть можно научить различать **изображение**, конкретные предметы на снимке – продукты питания, модели телефонов или одежду. Таким образом, камера становится **языком ввода**.

3. Youtube как самая недооцененная площадка Рунета

Youtube не пытается «продать» вам аудиторию ваших подписчиков, не уменьшает количество показов при сокращении бюджета на рекламу, а наоборот стремится **распространить** ваше видео тем, кому оно может быть интересно.

Маркетинг-2018:

восемь главных трендов цифровизации (2)

4. Эволюция маркетплейсов

В 2017 году «Яндекс» превращает свой сервис «Маркет» из стандартного маркетплейса, где с продавца взималась плата за переход на его сайт, в **торговую платформу** под ключ, включающую в себя витрину, оплату и доставку товара покупателю. Свой маркетплейс **TMall** с ориентацией на сотрудничество с российскими продавцами запустил и другой лидер – китайская компания **Alibaba**. А под конец года площадку для онлайн-торговли **Pandao** открыла российская Mail.Ru Group.

5. «Алиса» в стране чудес

Еще одной платформой ввода становится **голос**. Ускоряется развития **чат-ботов**, к которым уже сейчас можно обращаться, как к живым консультантам. Они научились не просто распознавать речь, но **и извлекать определенные элементы смысла** – адрес, название товара или бренда... Уже в ближайшем будущем многие вопросы будут решаться проще и быстрее именно через виртуальных консультантов.

Маркетинг-2018:

восемь главных трендов цифровизации (3)

6. Дальнейшее смещение SEO в контент-маркетинг

Сегодня машина научилась не только анализировать поведение посетителей сайтов, но и сама оценивать сайт с позиции живого человека. Это значит, что в работе над сайтами и приложениями на первый план выходит **полезность контента, продуманные сценарии пользовательского поведения** и качество самого предложения.

7. Мобильный маркетинг

Вот статистика из презентации Google: 60% приложений, загруженных в сторы, вообще никогда не скачивают. А 98% приложений используют всего единожды. Увы, это одна из ключевых особенностей медийного маркетинга: вы почти всегда находитесь **внутри чужих платформ**, к которым приходится приспособливаться.

8. Искусственный интеллект вытесняет маркетологов

По сути, то, на что раньше могло уйти пару часов, теперь **делает робот**, и, видимо, сдавать назад никто не будет.

ПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСАМИ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ

Разве нужны еще доказательства в пользу адаптивных версий сайтов и создания мобильных приложений для маркетинга?

СЕРВИС	ДОЛЯ ПОСЕЩАЮЩИХ	МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ	ИНТЕРНЕТ-БРАУЗЕР
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	84%	71%	61%
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ	75%	27%	92%
НОВОСТНЫЕ САЙТЫ	59%	37%	85%
МГНОВЕННЫЕ СООБЩЕНИЯ	57%	94%	18%
ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА	49%	65%	64%
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ	47%	40%	90%
МУЗЫКА, ВИДЕО	45%	50%	80%
КНИГИ, ЧТЕНИЕ	28%	49%	75%
СЕТЕВЫЕ ИГРЫ	24%	67%	68%
ФИНАНСЫ, БАНКИ	21%	63%	64%
ЧАТЫ, ФОРУМЫ	21%	46%	84%
ПУТЕШЕСТВИЯ, ТУРИЗМ	18%	38%	92%

Источник: холдинг «Ромир», май 2016

Актуальные тревожные вопросы для маркетинга в условиях цифровой трансформации: «Что изменилось в маркетинге и рынках?»

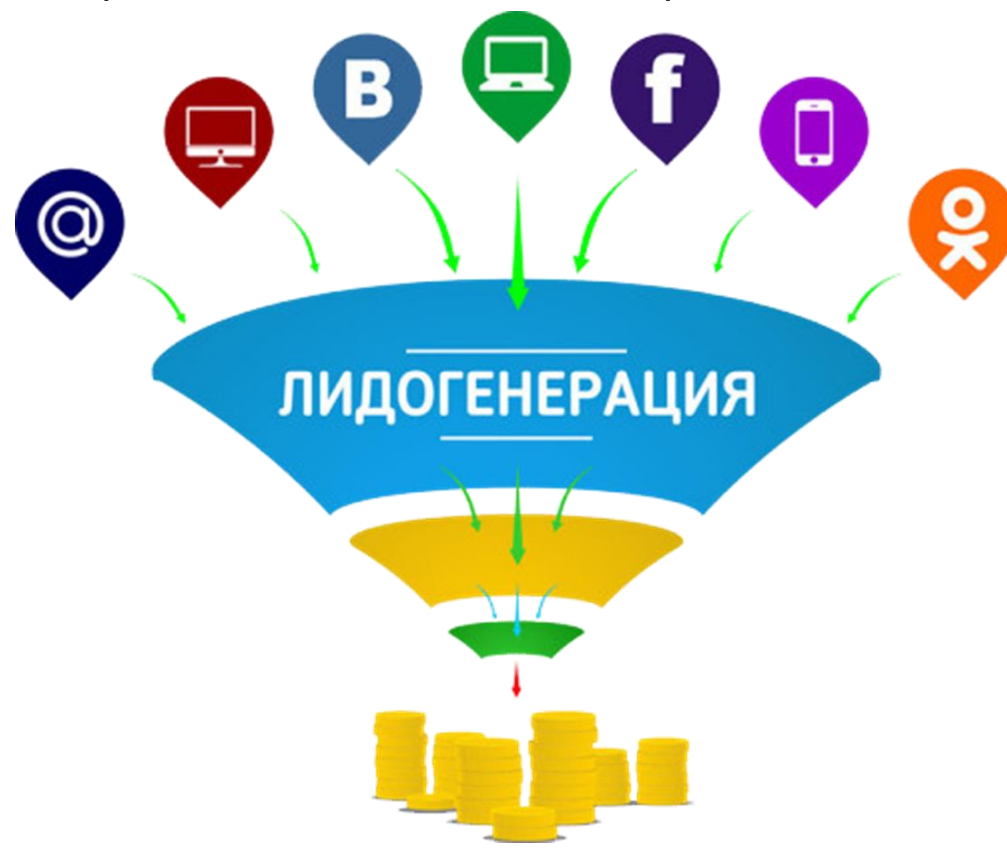
- **Что же происходит?** - Общество стремительно вошло в информационную эру, и наше мировоззрение не готово пока охватить и осознать будущие изменения в бизнесе. Полная автоматизация всех процессов, искусственный интеллект, все распознается и шифруется, тайн конкуренции не существует, так как соцсети все расскажут, потребитель преподносит производителю неожиданности, которые невозможно было предвосхитить, особенно это касается новых продуктов.

- **Что это означает?** –

маркетологи говорят:

«Классический маркетинг ушел».

А что изменилось в маркетинге?



Что же изменилось в маркетинге?

- Все инструменты комплекса классического маркетинга помогали систематизировать процессы в продажах. Пришел интернет, **который IT превратил в доминирующий рабочий инструмент** компаний.
- Уже нельзя объяснить **спрос** только старыми методами определения функций. Надо быть готовым, что мнение потребителя может **измениться быстро, а рынки стагнируют**.
- **Экстраполяция** будущих тенденций рынка из текущих **перестала работать, растет степень неопределенности**. Венчурные инвестиции раньше давали доходность в отношении 1:10, теперь только 0,4%
- В России, как и во всем мире, **не хватает образования и навыков**, необходимых для **инновационного маркетинга**: вывода новых продуктов и поиска новых рынков. Работа в сфере маркетинга в том виде, в котором она существует, уже нужна только частично. Сложный НИОКР составляет всего 10% инноваций, а 90% нового – производится здесь и сейчас (поэтому нужны цифровые маркетинговые инновации).

Особенности ценообразования в online-ритейле.

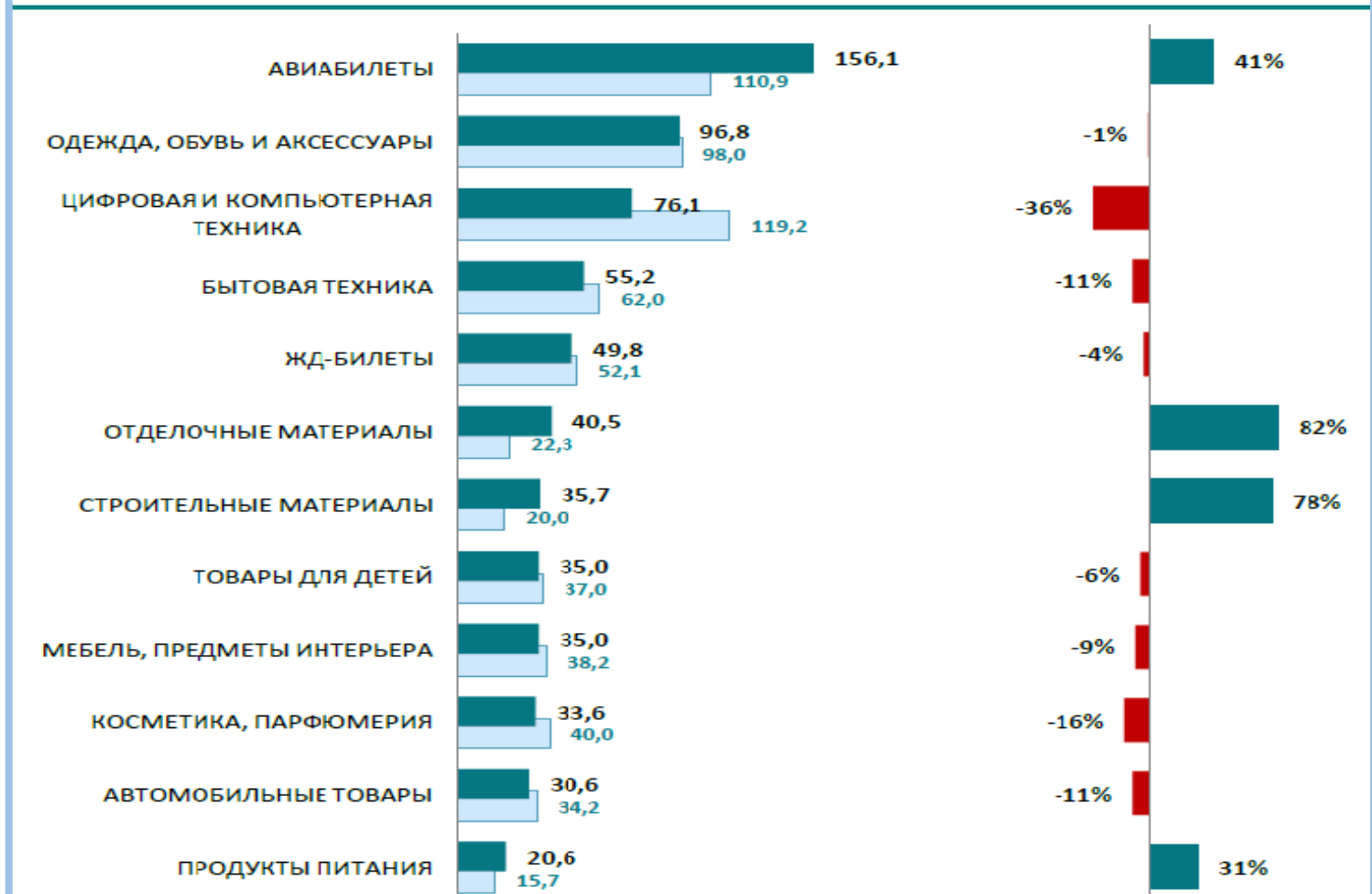
- Информационная прозрачность рынка
- Высокая динамика изменения цен операторами рынка
- Персонализация товарных и ценовых предложений
- Активное использование аналитики Big Data



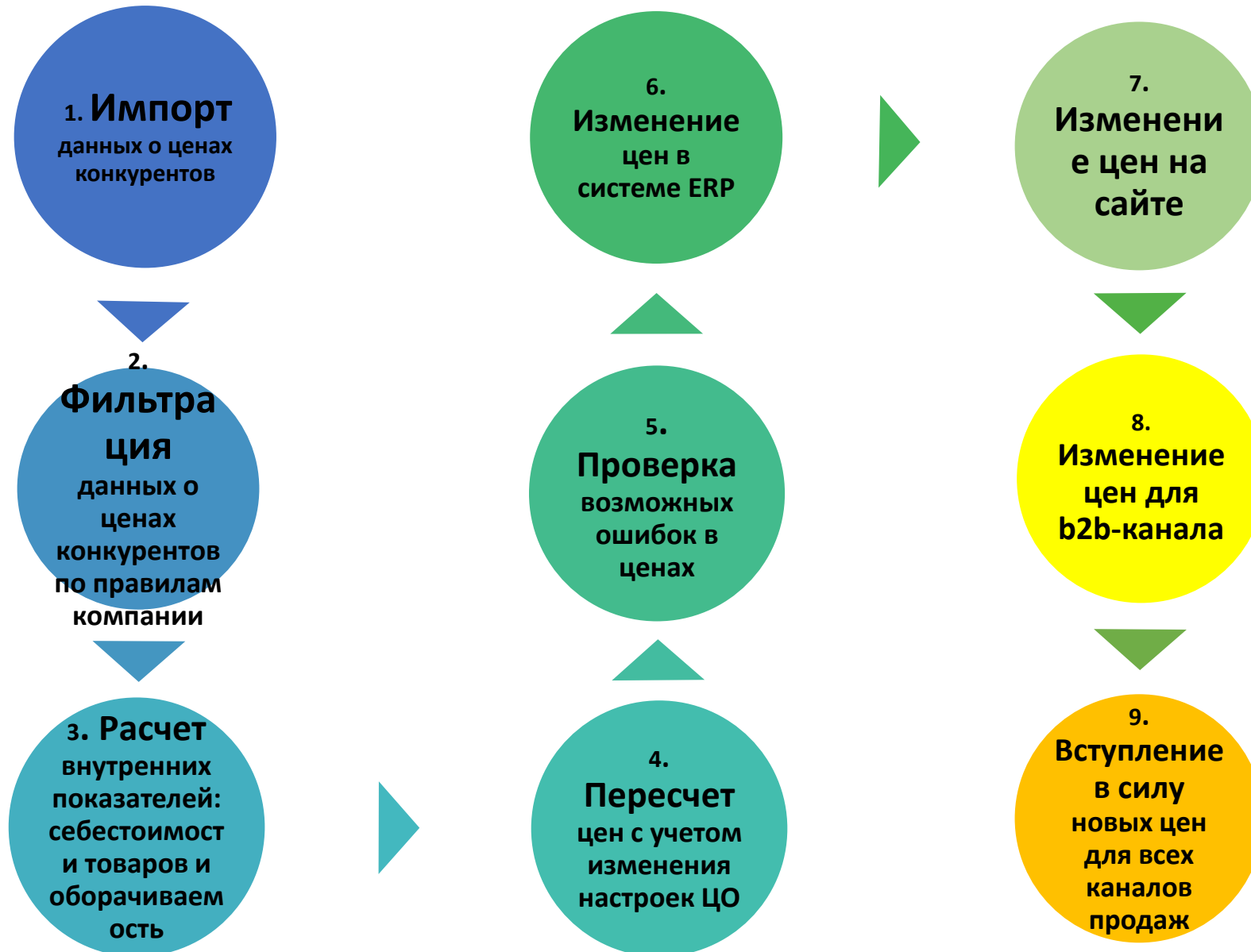
Ключевые тенденции российского онлайн-рынка.

- Адаптация к кризису
- Выход на рынок нового типа игроков
- Рост мобильной аудитории
- Рост онлайн-платежей

Изменения в структуре российского рынка интернет-торговли товарами



Автоматическое ценообразование: схема работы



Задачи, решаемые с помощью автоматизации процесса ценообразования

Увеличение скорости реагирования (внешние/внутренние условия)

Сокращение ошибок в ценообразовании, связанных с человеческим фактором

Процесс ценообразования становится полностью прозрачным

Соблюдение ценовой политики компании на уровне настроек модуля

Снижение издержек стороны компании

Создание платформы для дальнейшего улучшения процесса ценообразования

Парсинг (мониторинг) информации с сайтов

Парсинг (Parsing) – это принятое в информатике определение **синтаксического анализа**. Для этого создается математическая модель сравнения лексем с формальной грамматикой, описанная одним из языков программирования. Например, PHP, Perl, Ruby, Python.

Сбор информации в интернете – трудоемкая, рутинная, отнимающая много времени работа. **Парсеры**, способные в течение суток перебрать большую часть веб-ресурсов в поисках нужной информации, **автоматизируют ее**.

Вопрос о том, является ли парсинг воровством контента, активно обсуждается во Всемирной сети. Большинство оппонентов считают, что заимствование части контента, не являющегося интеллектуальной собственностью, например, технических описаний, допустимо. Ссылка на первоисточник контента рассматривается как способ частичной легитимации. В то же время, наглое копирование, включая грамматические ошибки, осуждается интернет-сообществом, а поисковыми системами рассматривается как повод для блокировки ресурса.

Реальный парсинг (мониторинг цен конкурентов): масштабы и возможности

Парсинг сегодня – это:

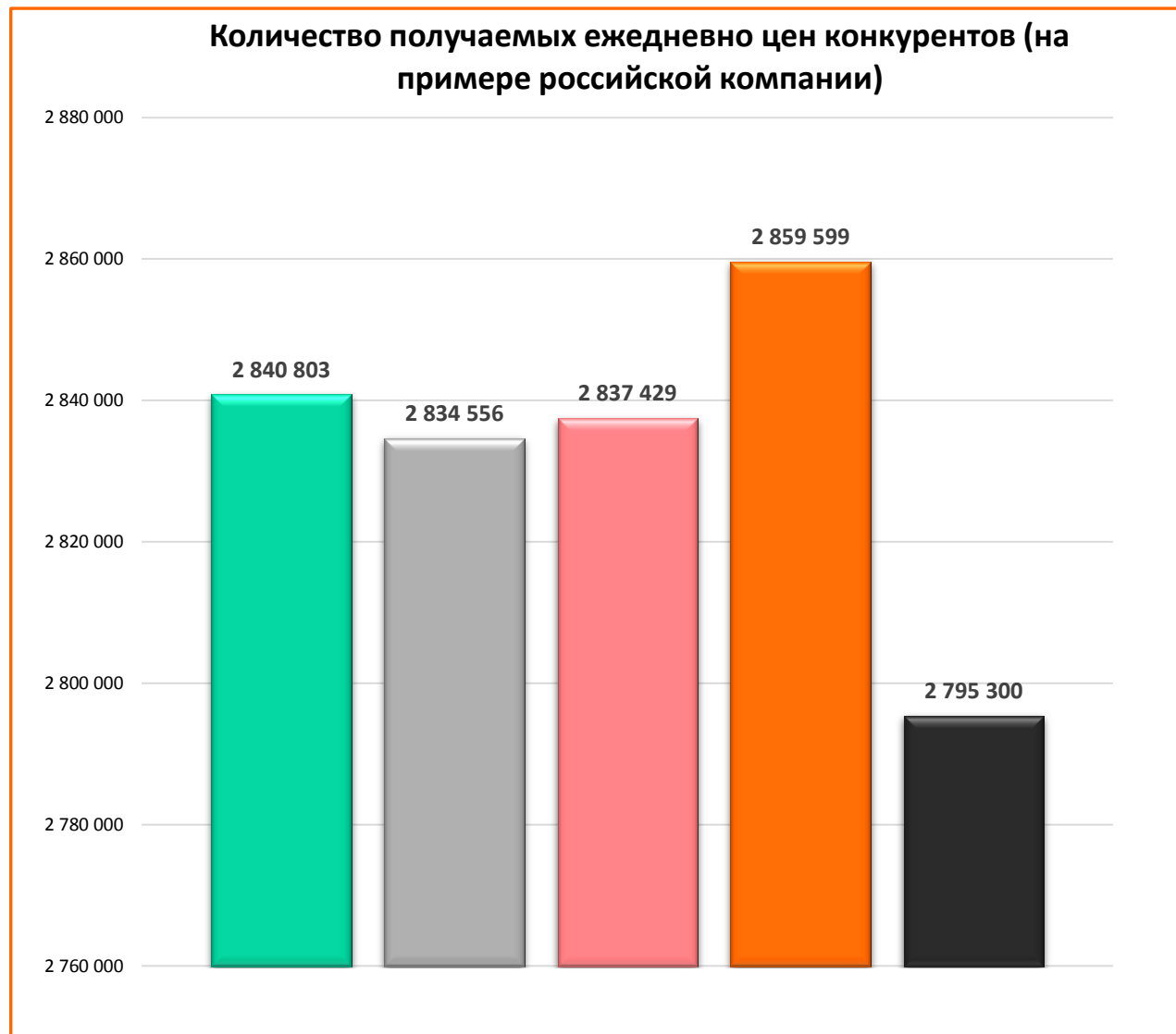
1. >2,8 млн. цен в день, 1 млрд в год
2. Широкий список конкурентов
3. Все регионы присутствия компании

Данные конкурентов

1. Цены
2. Количество дней доставки
3. Глубина запаса
4. Ассортимент в магазинах
5. Акционные цены

Расписание сборов информации:

1. Ежедневные сборы
2. Многократные сборы в течение дня
3. Сборы раз в несколько дней/недель



Методы защиты от парсинга

Многие операторы рынка пытаются защитить информацию о ценах от парсинга конкурентами.

На текущий момент существует 4 основных вида защиты от автоматического мониторинга:

1. В ответ на парсинг отдаются пустые страницы, парсер не может определить цену;
2. Метод CAPTCHA ([англ.](#) Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart — полностью автоматизированный публичный [тест Тьюринга](#) для различения компьютеров и людей) — компьютерный тест, используемый для того, чтобы определить, кем является пользователь системы: человеком или компьютером. Основная идея теста: предложить пользователю такую задачу, которая с лёгкостью решается человеком, но крайне сложна и трудоёмка для компьютера.
3. Редирект на стороннюю компанию, которая блокирует парсеров
4. Дезинформация парсера – система по определенным настройкам отдает ботам некорректные данные.

Виды ценовых стратегий электронных ритейлеров

EDLP (every day low pricing)

1. Относительная стабильность цен
2. Отсутствие больших колебаний спроса
3. Формирование у покупателя ощущения справедливых цен
4. Снижение числа отложенных покупок

HLP (high/low pricing)

1. Гибкое управление промо-акциями
2. Высокий/средний уровень цен магазина в целом не пугает покупателя
3. С помощью акций можно добиться дифференциации цен

Анализ результатов внедрения: пример

Увеличение общесетевой наценки на 1,5 процентных пункта при неизменной динамике роста оборота

Перевыполнение плана по прибыли на уровне 105-120% от плановых показателей

Рост показателей среднего в штуках, по количеству артикулов и прибыли с чека

	Карты памяти	Флеш-диски	Пылесосы	Телевизоры
	% изм.	% изм.	% изм.	% изм.
Кол-во SKU в чеке	1%	2%	0%	2%
Кол-во штук в чеке	2%	22%	-2%	10%
Средний чек в деньгах	0	0	0	18%
Средняя прибыль с чека	22%	0	24%	2%

The image shows a workstation with three computer monitors. The left monitor displays a complex technical diagram with various components and connections. The middle monitor shows a window with lines of code or text. The right monitor displays another technical diagram, similar to the one on the left. The entire scene is bathed in a blue light, and the background is blurred, suggesting a professional or technical environment.

Спасибо за
внимание!