

Техническое задание на пилот динамического ценообразования

Шаблон La Chatte · версия от 11.09.2026 · заполните и пришлите на бесплатный экспресс-разбор

Как пользоваться шаблоном

- **Курсивом** – подсказка: что писать в разделе.
- **В сером блоке** – пример. Названия и числа в примерах условные.
- **«Ваш вариант»** – поле для вашего текста. Перед отправкой подсказки и примеры можно удалить.
- Не знаете ответа – оставьте поле пустым: обсудим на разборе.

Компания	
Категория для пилота	
Контактное лицо	
Телефон и почта	
Дата	
Версия документа	

1. Цель и метрика успеха

Что должно измениться к концу пилота и как это измерить. Одна главная метрика и одна-две защитные – чтобы не выиграть в одном и не проиграть в другом. С чем сравниваем: с контрольной группой или с теми же неделями до пилота.

ПРИМЕР

Цель – перестать отдавать маржу там, где мы дешевле рынка, и не терять продажи там, где дороже.

Главная метрика – валовая прибыль категории в тестовой группе против контрольной.

Защитные метрики: продажи в штуках в тестовой группе отстают от контрольной не больше чем на 3%; ни одной цены ниже минимальной маржи.

Ваш вариант

2. Категория и список товаров

Одна категория, а не весь ассортимент. Ходовые товары, конкуренты по которым вам известны. Сколько товаров и где лежит список. Какие товары исключаем и почему: новинки без истории, товары под договорённостями с поставщиком.

ПРИМЕР

Категория «Электрочайники», 120 товаров, из них 80 ходовых. Список – лист 1 шаблона данных. Не включаем новинки последних трёх месяцев: у них нет истории продаж.

Ваш вариант

3. Площадки и каналы

Где продаёте и где считаем цены. Для маркетплейса: ставите цену сами или через перепродавцов; включена ли автоматическая смена цен площадки или сторонний репрайсер – рекомендации не должны с ними спорить. Для сети – разные ли цены по городам и складам.

ПРИМЕР

Ozon и Wildberries, продаём сами из своих кабинетов. Автоматическая смена цен на Ozon выключена. Свой сайт в пилот не входит.

Ваш вариант

4. Конкуренты и правила сопоставления

С кем сравниваемся и что считать тем же товаром. Типы совпадения: точный – тот же товар у другого продавца; аналог – товар другого бренда того же типа и класса; замена – заменяет частично. Какие признаки обязаны совпасть. Кто проверяет спорные пары и что с ними до проверки.

ПРИМЕР

Сравниваемся с брендами Б, В и Г и со всеми продавцами нашего же товара. Аналог – тот же объём ($\pm 0,2$ л), материал корпуса и мощность. Замены в расчёт не берём. Спорные пары проверяет категорийный менеджер; до проверки они в расчёт не идут. На товар – не меньше трёх аналогов в наличии.

Ваш вариант

5. Стратегии и ограничения

Какую цену считать правильной для каждой группы товаров и за какие границы не выходить. Стратегии: минимум рынка, медиана рынка, коридор рынка, целевой индекс (ваша цена ÷ медиана рынка).

Ограничения: минимальная маржа и формула маржи, РРЦ, минимальная и максимальная цена, наибольший шаг за раз, как часто можно менять, округление.

ПРИМЕР

Группа товаров	Стратегия	Ограничения
Ходовые – по ним покупатель судит о ваших ценах	Медиана рынка	Мин. маржа 12%; шаг не больше 10% за раз; не чаще раза в 3 дня
Остальные	Коридор рынка: без 5% самых дешёвых и 20% самых дорогих предложений	Мин. маржа 15%
Товары с РРЦ	Целевой индекс 1,00	Не ниже РРЦ

Маржа = (цена для покупателя – себестоимость – комиссия – логистика) ÷ цена для покупателя. Цена оканчивается на 90.

Ваш вариант

Группа товаров	Стратегия	Ограничения

Формула маржи и округление:

6. Данные и кто их даёт

Какие данные, кто за них отвечает, в каком виде и за какой период. Для правил хватит текущих цен и маржи. Для моделей спроса – продажи, остатки и акции по дням или неделям от 12 месяцев. Поля и формат – в шаблоне данных для пилота.

ПРИМЕР

Данные	Кто даёт	Формат и частота	История
Список товаров и справочник	Категорийный менеджер	Excel, один раз	–
Сопоставление с конкурентами	Подрядчик, проверка – менеджер	Excel, при изменениях	–
Свои цены	ИТ, выгрузка из 1С	CSV, каждый день	12 мес.
Цены конкурентов	Подрядчик: сбор с площадок	Каждый день	С начала пилота
Продажи и остатки	ИТ, выгрузка из 1С	CSV, каждый день	12 мес.
Себестоимость, минимальная маржа	Финансовый отдел	Excel, при изменениях	Текущие
Комиссии и логистика площадки	Менеджер маркетплейсов	Excel, при изменениях	Текущие

Ваш вариант

Данные	Кто даёт	Формат и частота	История
Список товаров и справочник			
Сопоставление с конкурентами			
Свои цены			
Цены конкурентов			
Продажи и остатки			
Себестоимость, минимальная маржа			
Комиссии и логистика площадки			

7. Формат выдачи: файл или интерфейс

Как получать рекомендации: файлом каждое утро или в интерфейсе, где цену утверждают кнопкой. К какому часу и кому. Что должно быть в файле. Интерфейс – опция: пилот можно начать с файла. Передача цен на площадку или в 1С – отдельный этап после пилота.

ПРИМЕР

Файл Excel к 9:00 по Москве на почту категорийного менеджера.

По каждому товару: текущая цена, минимум и медиана рынка, коридор, индекс цены, стратегия, рекомендованная цена, маржа до и после, причина изменения или причина оставить цену. Сначала – товары, где предлагается изменение.

Интерфейс в пилот не входит.

Ваш вариант

8. Кто утверждает цены

Кто смотрит рекомендации и ставит цены, сколько времени у него на это в день. Что требует второго согласования. Кто замещает в отпуске. Программа предлагает, человек утверждает.

ПРИМЕР

Утверждает категорийный менеджер – до 12:00 в день получения файла. Цены ставит он же в личном кабинете площадки в тот же день.

Цены ниже целевой маржи и любые изменения по 20 самым продаваемым товарам – с подтверждением коммерческого директора.

На время отпуска – руководитель направления.

Ваш вариант

9. Сроки и этапы

Отсчёт – от данных в согласованном формате, а не от даты договора. Планируйте месяцами, а не неделями: основное время уходит на данные и согласование правил. Обычно пилот занимает от 2,5 до 6 месяцев, в зависимости от данных и срока наблюдения. Ниже – пример на 15 недель. Уточняется после разбора данных.

ПРИМЕР

Недели	Этап	Результат
1-2	Контур: место для расчёта и приём ваших файлов	Приём файлов работает, доступы выданы
2-5	Данные: загрузка, очистка, проверка	Отчёт о качестве данных: что пришло и чего не хватает
5-9	Правила: расчёт рынка, проверка на истории, настройка стратегий вместе с вами	Описание правил и настроек
10-15	Работа: файл рекомендаций каждый день, цены ставите вы, разбор раз в неделю	Ежедневный файл, итоги еженедельных разборов
15	Итог	Отчёт: какие стратегии сработали и что масштабировать

Если товары ещё не сопоставлены, сначала – сопоставление одной категории: пилот на вашей выборке за 3 недели.

Ваш вариант

Желаемая дата старта; периоды, когда цены трогать нельзя (распродажи, праздники, инвентаризация):

10. Приёмка

Что считаем выполненным и как это проверить. Приёмка по этапам: результат каждого этапа – конкретный файл или отчёт. Кто принимает и за сколько дней.

ПРИМЕР

Этап «Работа» принят, если файл рекомендаций приходил каждый рабочий день до 9:00 шесть недель подряд; по каждому товару пилота есть рекомендация или причина её не давать; ни одна рекомендация не ниже минимальной маржи.

Итоговый отчёт сравнивает тестовую и контрольную группы. Принимает коммерческий директор в течение 5 рабочих дней.

Ваш вариант

11. Контрольная группа

Как отделить эффект цен от сезона и рынка. На площадке нельзя показать разным покупателям разную цену, поэтому делят товары (или дни, регионы, магазины): часть – по рекомендациям, часть – без изменений. Группы похожи по продажам и цене. Amazon в своих ценовых экспериментах тоже делит товары и дни, а не покупателей (Amazon Science).

ПРИМЕР

80 ходовых товаров делим на две группы по 40, похожие по продажам и цене. Тест – цены по рекомендациям, контроль – без изменений.

Срок – 6 недель. Сравниваем валовую прибыль и продажи в штуках с теми же неделями до пилота.

Ваш вариант

Согласовано

Сторона	ФИО, должность	Подпись	Дата
Заказчик			
Исполнитель: La Chatte (LC STUDIO)			

Дальше

Пришлите заполненный шаблон на info@la-chatte.com или в Telegram @lcstudio. На бесплатном разборе (40 минут) пройдем по разделам и скажем, какой подход вам по данным. Не окупится – так и скажем. Телефон +7 383 380-81-89, Пн-Вс 8-21 по Новосибирску.