

# Инструкция по работе с ПО Панель «Ритейл»

## Оглавление

<b>1. Вход на портал</b> .....	1
<b>2. Содержание вкладок и описание показателей</b> .....	1
2.1. «Доли на рынке и показатели вашего бизнеса» .....	1
2.2. «Конкуренция» .....	6
2.3. «Динамика рынка» .....	7
2.4. «Потери и приобретения».....	7
2.5. «Методика» .....	8

### 1. Вход на портал

Доступ к панели «Ритейл» предоставляется путем перехода по ссылке:

<https://retail.sberanalytics.ru>

### 2. Содержание вкладок и описание показателей

#### 2.1. «Доли на рынке и показатели вашего бизнеса»

Вкладка раскрывает основные характеристики клиентской базы заказчика в сравнении с рынком, с возможностью изучить рыночные показатели, доли на рынке, сегменты клиентов в динамике по каналам продаж и местоположению (Рис.1)

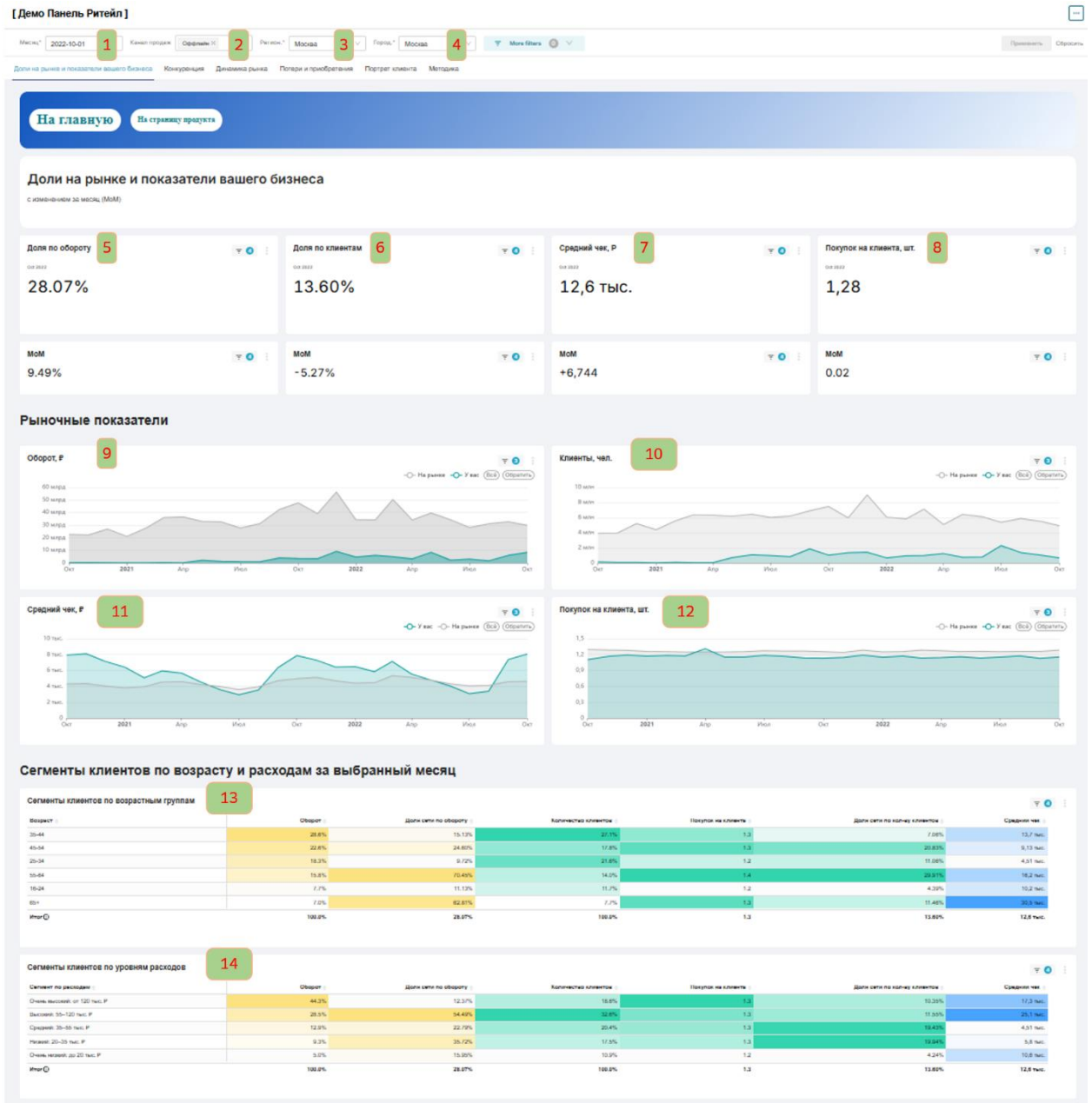


Рис.1

1. Фильтр «Месяц» позволяет детально анализировать показатели по сегментам в разрезе конкретного месяца (влияет на таблицы 13 и 14). Для выбора необходимого временного отрезка, подлежащего анализу, нажмите на поле под названием фильтра «Месяц», а затем выберите интересующий вас (можно выбрать только один) (Рис. 2)

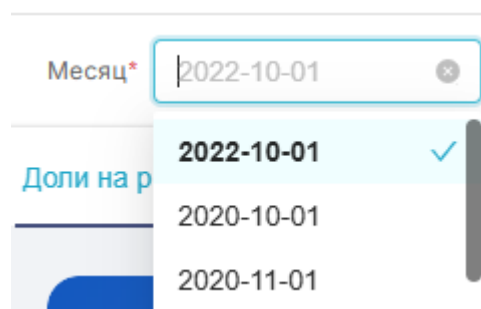


Рис.2

2. Фильтр «Канал продаж» позволяет анализировать показатели по характеру взаимодействия покупателей. Для выбора необходимой группы, подлежащей анализу, нажмите на поле под названием фильтра «Канал продаж», а затем выберите категорию (можно выбрать несколько) (Рис. 3)

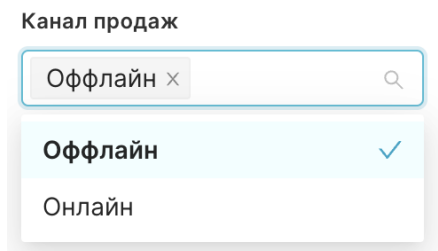


Рис. 3

3. Фильтр «Регион» позволяет анализировать показатели по выбранному субъекту РФ. Для выбора необходимого региона, подлежащего анализу, нажмите на поле под соответствующим названием фильтра, а затем выберите необходимый субъект (можно выбрать только один) (Рис. 4)

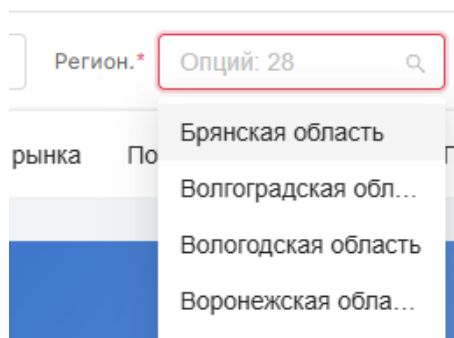


Рис.4

4. Фильтр «Город» позволяет анализировать показатели по муниципалитетам внутри региона. Для выбора необходимого города, подлежащего анализу, нажмите на поле под соответствующим названием фильтра, а затем выберите город (можно выбрать несколько) (Рис. 5)

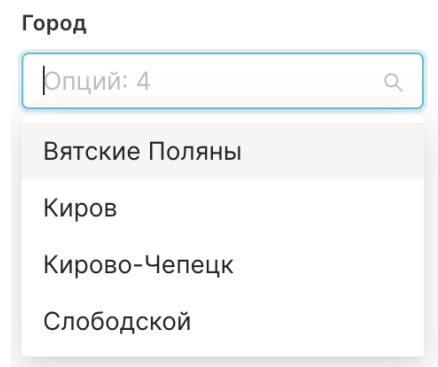


Рис.5

5. Показатель «Доля по обороту» отражает долю от транзакций клиентов, купивших продукцию заказчика относительно всего рынка в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. Также ниже расположен темп прироста за последний месяц (МоМ).

6. Показатель «Доля по клиентам» отражает долю от числа покупателей, которые приобрели продукцию заказчика относительно всего рынка в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. Также ниже расположен темп прироста за последний месяц (МоМ)

7. Показатель «Средний чек» отражает среднюю цену транзакции у клиентов, купивших продукцию заказчика, в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. Также ниже расположен темп прироста за последний месяц (МоМ)

8. Показатель «Покупки на клиента» отражает среднее отношение числа покупок к числу покупателей у купивших продукцию заказчика в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. Также ниже расположен темп прироста за последний месяц (МоМ)

9. Показатель «Оборот» отражает динамику оборота всего рынка и динамику оборота заказчика по общей сумме транзакций в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. (Рис. 6)

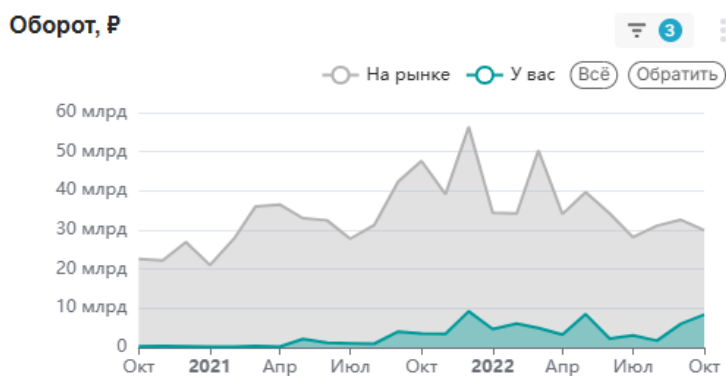


Рис.6

10. Показатель «Клиенты» отражает динамику всего рынка по общему числу клиентов и динамику количества клиентов заказчика, совершивших транзакции в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. (Рис. 7)



Рис.7

11. Показатель «Средний чек» отражает динамику средней цены транзакции по рынку и сравнение ее с показателями заказчика в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. (Рис. 8)

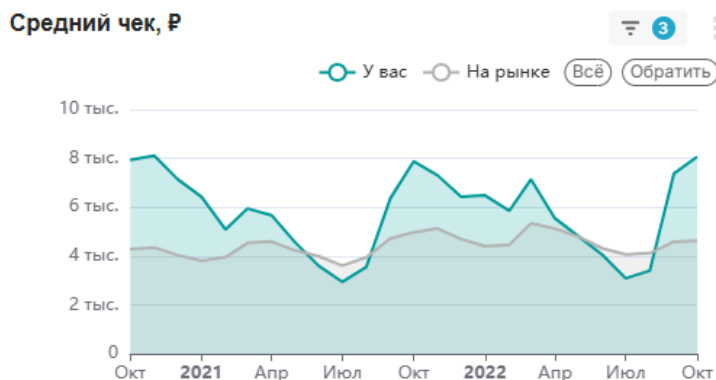


Рис. 8

12. Показатель «Покупки на клиента» отражает динамику покупок в месяц одним клиентом по рынку и сравнение ее с показателями заказчика в соответствии с выбранными фильтрами в динамике за период исследования. (Рис. 9)

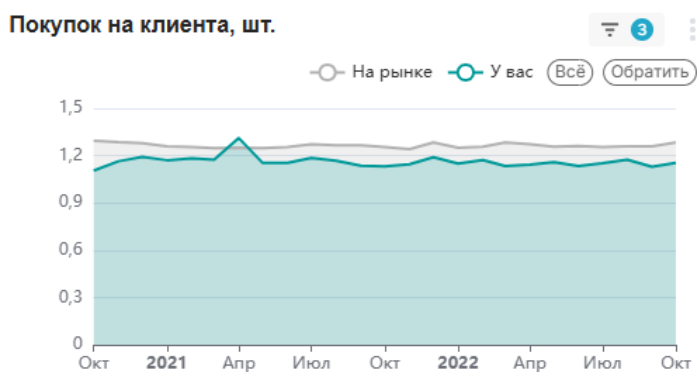


Рис.9

13. Показатель «Сегменты клиентов по возрастным группам» отражает показатели, приведенные выше («оборот», «доля сети по обороту», «количество клиентов», «покупок на клиента», «средний чек», «доля сети по кол-ву клиентов») в разрезе выбранного месяца и по возрастным категориям в соответствии с выбранными фильтрами. (Рис. 10)

Сегменты клиентов по возрастным группам						
Возраст	Оборот	Доля сети по обороту	Количество клиентов	Покупок на клиента	Доля сети по кол-ву клиентов	Средний чек
35-44	28.6%	15.13%	27.1%	1.3	7.06%	13,7 тыс.
45-54	22.6%	24.60%	17.8%	1.3	20.83%	9,13 тыс.
25-34	18.3%	9.72%	21.6%	1.2	11.06%	4,51 тыс.
55-64	15.8%	70.45%	14.0%	1.4	29.91%	16,2 тыс.
16-24	7.7%	11.13%	11.7%	1.2	4.39%	10,2 тыс.
65+	7.0%	62.81%	7.7%	1.3	11.46%	30,5 тыс.
Итого	100.0%	28.07%	100.0%	1.3	13.60%	12,6 тыс.

Рис.10

14. Показатель «Сегменты клиентов по уровням расходов» отражает показатели, приведенные выше («оборот», «доля сети по обороту», «количество клиентов», «покупок

на клиента», «средний чек», «доля сети по кол-ву клиентов») в разрезе выбранного месяца и по расходам покупателей в соответствии с выбранными фильтрами. (Рис. 11)

Сегмент по расходам	Оборот	Доля сети по обороту	Количество клиентов	Покупок на клиента	Доля сети по кол-ву клиентов	Средний чек
Очень высокий: от 120 тыс. Р	44.3%	12.37%	18.6%	1.3	10.35%	17,3 тыс.
Высокий: 55–120 тыс. Р	28.5%	54.49%	32.6%	1.3	11.55%	25,1 тыс.
Средний: 35–55 тыс. Р	12.9%	22.79%	20.4%	1.3	19.43%	4,51 тыс.
Низкий: 20–35 тыс. Р	9.3%	35.72%	17.5%	1.3	19.94%	5,8 тыс.
Очень низкий: до 20 тыс. Р	5.0%	15.95%	10.9%	1.2	4.24%	10,6 тыс.
Итого	100.0%	28.07%	100.0%	1.3	13.60%	12,6 тыс.

Рис.11

## 2.2. «Конкуренция»

Вкладка отражает затраты покупателей бренда заказчика в конкурирующих сетях, а также анализ динамики доли бренда заказчика в кошельке клиентов по каналам продаж и местоположению. (Рис. 12)

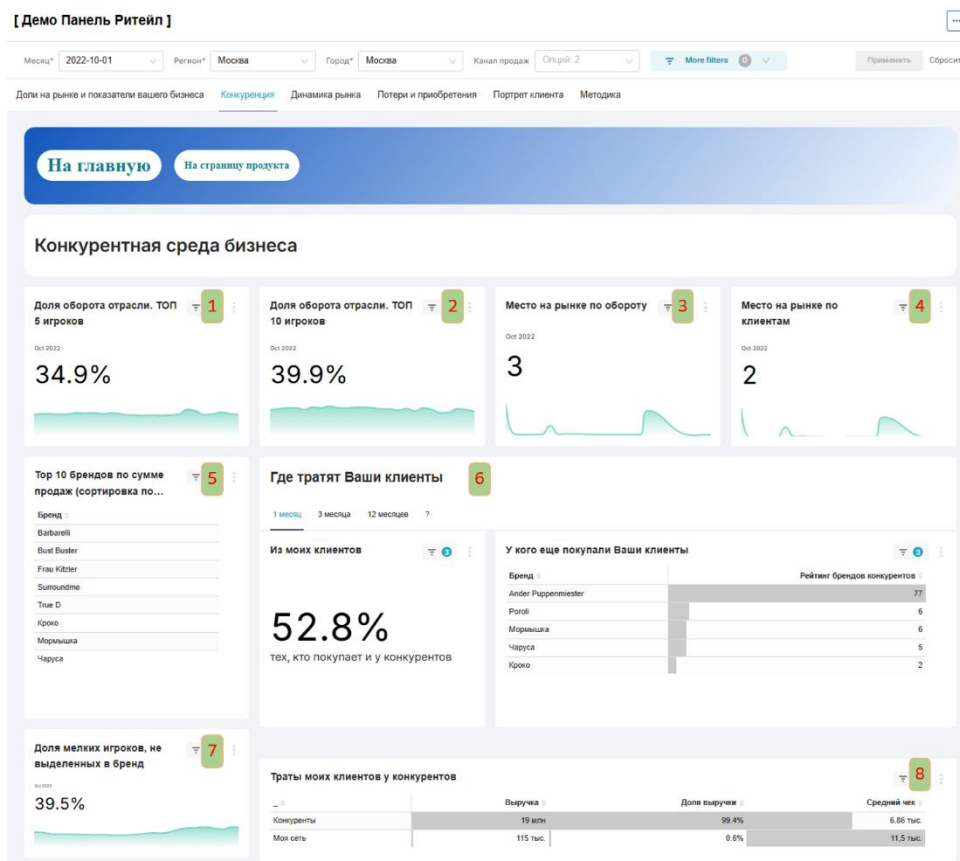


Рис. 12

1. Показатель «Доля оборота отрасли. ТОП 5 игроков» отражает суммарную долю рынка топ-5 прямых конкурентов бренда заказчика.
2. Показатель «Доля оборота отрасли. ТОП 10 игроков» отражает суммарную долю рынка топ-10 прямых конкурентов бренда заказчика.
3. Показатель «Место на рынке по обороту» отражает положение бренда заказчика на рынке среди конкурентов по суммарному объему трат клиентов.
4. Показатель «Место на рынке по клиентам» отражает положение бренда заказчика на рынке среди конкурентов по количеству клиентов.

5. Показатель «Топ 10 брендов по сумме продаж» отражает лидирующие по обороту бренды на рынке в алфавитном порядке.
6. Показатель «Где тратят Ваши клиенты» отражает долю покупателей бренда заказчика, также совершивших покупку в конкурентных брендах. Указывается также наименование конкурентных брендов и их рейтинг. Может быть отражен за 1, 3 и 12 месяцев.
7. Показатель «Доля малых игроков, не выделенных в бренд» отражает суммарную долю рынка малых конкурентных сетей.
8. Показатель «Траты моих клиентов у конкурентов» отражает объем трат покупателей бренда заказчика и траты этих же покупателей в конкурентных брендах в рублях, в долевом распределении и в среднем чеке.

### 2.3. «Динамика рынка»

Вкладка отражает динамику оборота, количества клиентов, среднего чека и количества покупок (транзакций) в разрезе выбранного региона, города, бренда и канала продаж. (Рис. 13)

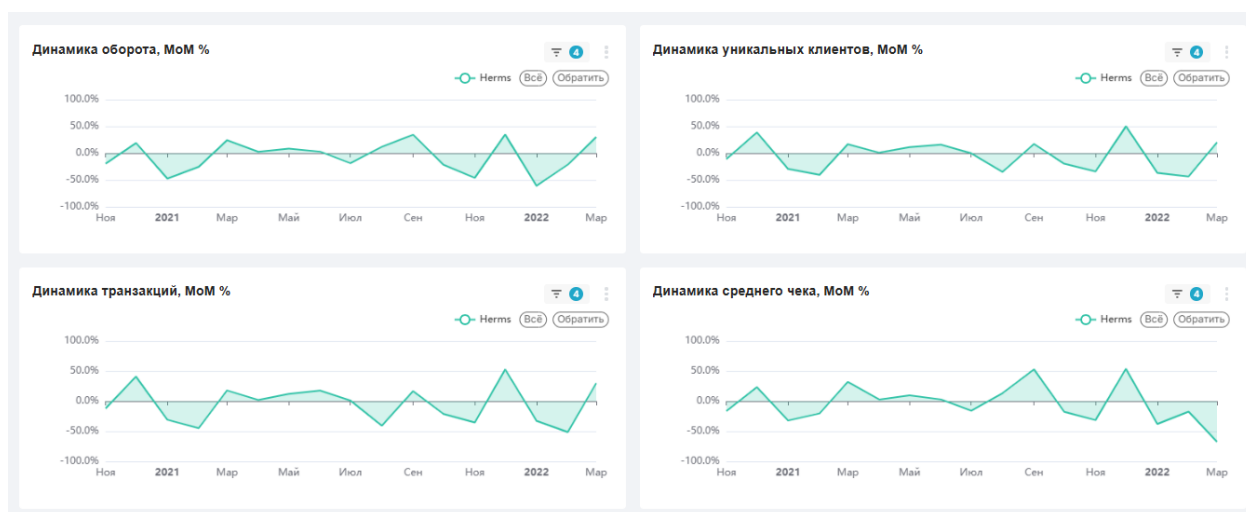


Рис. 13

### 2.4. «Потери и приобретения»

Вкладка отражает декомпозицию изменения объема продаж в исследуемом периоде. (Рис. 14)

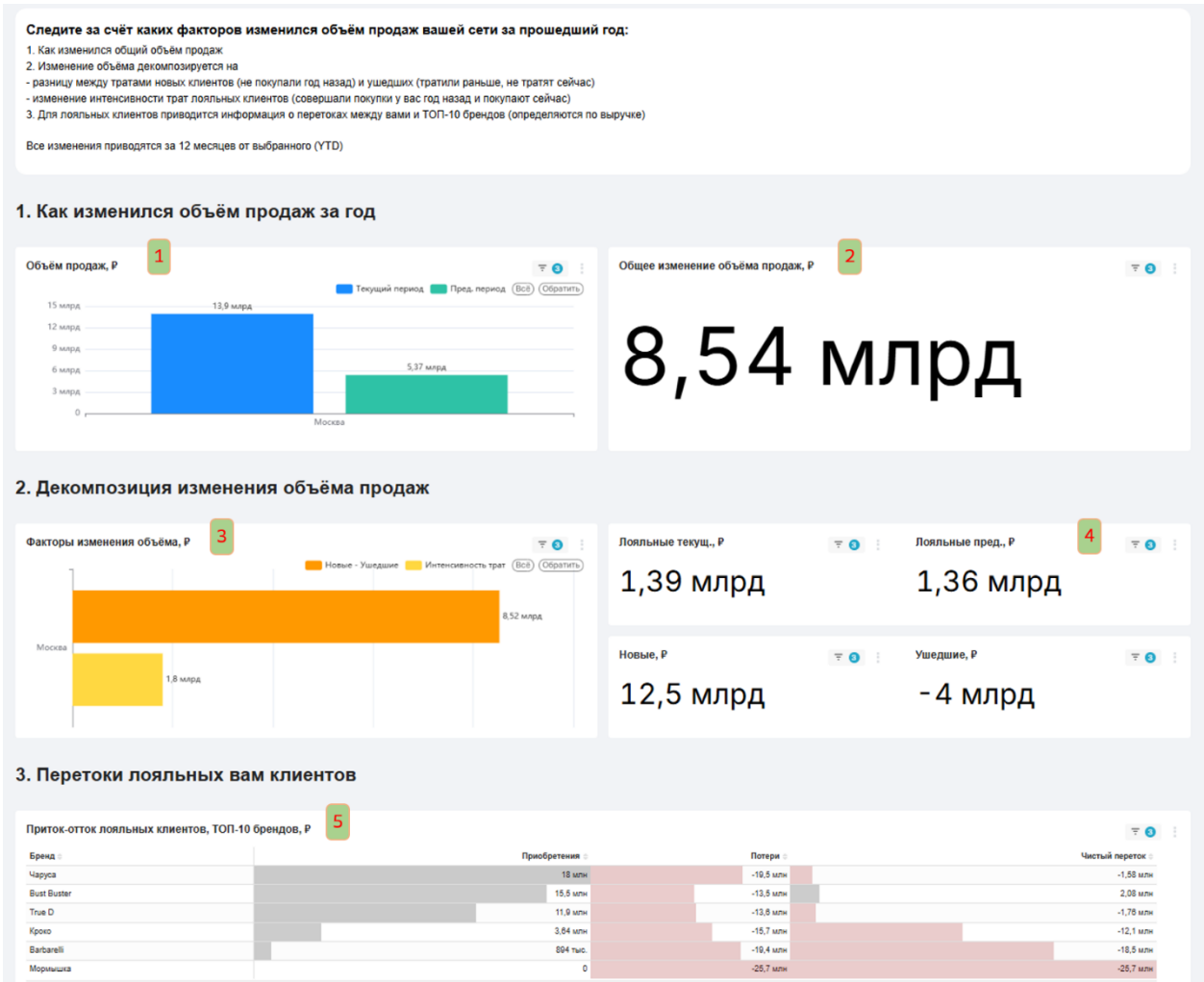


Рис. 14

1. Показатель «Объём продаж» отражает совокупные траты клиентов бренда заказчика в исследуемом и предыдущем периоде.
2. Показатель «Объём изменения объёма продаж» отражает разницу объёма трат клиентов бренда заказчика в исследуемом и предыдущем периоде.
3. Показатель «Факторы изменения объёма» отражает декомпозицию общего изменения объёма продаж.
4. Показатели отражают вклад типов клиентов бренда заказчика в изменение объёма продаж.
5. Показатель «Приток-отток лояльных клиентов, топ-10 брендов» отражает, как покупатели переключаются между брендом заказчика и конкурентными сетями.

### 2.5. «Методика»

Вкладка раскрывает информацию о принципах подготовки данных, технологии расчета показателей, описывает специфику приводимых метрик. Фильтры на данной вкладке не действуют, на ней содержится только смысловое наполнение для описания методики работы для помощи пользователю ПО «Ритейл» в понимании содержащейся информации на других вкладках (Рис.15)

---

### **Доли на рынке и показатели вашего бизнеса**

Позволяет оценить положение сети относительно рынка, заметить тенденции и найти зоны роста.

Ключевые показатели с изменениями за 3 месяца: доли по обороту и количеству клиентов, средний чек и количество покупок на клиента.

Показатели в динамике:

- доля вашей сети по обороту и количеству покупателей;
- оборот и количество покупателей на рынке;
- средний чек у вас и на рынке;
- число покупок на клиента у вас и на рынке.

Показатели по рынку и вашей сети в разрезе по уровню благосостояния и возрасту покупателей.

### **Конкуренция**

Позволяет оценить ваше положение относительно других игроков рынка.

Ключевые показатели с изменениями за 3 месяца: суммарная доля топ-5 и топ-10 компаний в общем обороте, ваша позиция на рынке по обороту и количеству покупателей.

Топ-10 брендов по обороту в алфавитном порядке.

Топ-5 прямых конкурентов.

Распределение выручки для "перетекающих клиентов" - клиентов, которые покупали в вашей сети и в сетях конкурентов.

### **Потери и приобретения**

Анализ приобретений и потерь оценивает денежные потоки ваших клиентов относительно конкурентных сетей.

Анализируются ваши клиенты, которые покупали в этом месяце и в сопоставимом месяце год назад.

Приобретения – уменьшение трат ваших клиентов у конкурента

Потери - увеличение трат ваших клиентов у конкурента

Чистый переток – результирующее значение потерь и приобретений по ТОП10 конкурентам.

### **Динамика рынка**

Выберите бренд, регион и оцените, как изменилась выручка, количество покупок или количество клиентов по сравнению с аналогичным месяцем прошлого года внутри бренда (потребление) и в других магазинах (конкурентные переключения).

Рис.15