



Microsoft
Gold Partner

PRICING

Hero Intelligence

Microsoft Azure

Estratégia de Precificação baseada em produtos chaves.

Release PRD02-2021-001

Para aumentar o tráfego e as vendas em cenários competitivos é importante que os consumidores tenham uma **percepção de preços** positiva do seu negócio. No entanto, ter preços competitivos para todo o portfólio tende a prejudicar significativamente a lucratividade.

Por isso, para estabelecer uma boa estratégia de precificação é necessário primeiro **identificar seus produtos chave**, os Key Value Items (KVIs), também referenciados como Heroes. Produtos chave representam uma pequena fração do portfólio, mas afetam desproporcionalmente a percepção geral de preços do negócio e de valor para os consumidores.

A estratégia de precificação baseada em produtos chave consiste em ter preços mais competitivos nos Heroes (KVIs) e maior margem no restante do portfólio, de forma a **melhorar a percepção geral de preços do negócio sem prejudicar a margem global**.

Essa estratégia foca em trazer mais tráfego e vendas ao negócio, o que se traduz em aumento de lucratividade devido à margem global ser resguardada ou até mesmo melhorada.

A identificação de produtos chave é dificultada dada a complexidade do setor, podendo ser diferentes para cada loja ou região e também podem mudar pela sazonalidade. Além disso, para aprimorar a tomada de decisão, é importante também analisar como os produtos chave alavancam as vendas dos demais e observar a evolução dos preços em relação à economia, fundamental em cenários inflacionários. Os Heroes, além de representarem a percepção geral de preços do negócio, podem ter perfis diferentes de alavancagem de outros produtos e, por isso, devem ser tratados diferentemente.



30 por cento das milhares de decisões de preços que as empresas tomam todos os anos não conseguem oferecer o melhor preço. Sem descobrir e aproveitar as oportunidades que o big data apresenta, muitas empresas estão deixando de lucrar milhões de dólares. **O segredo para aumentar as margens de lucro é aproveitar o big data para encontrar o melhor preço no produto - não na categoria - em vez de se afogar na enxurrada de números.**





Identifique seus produtos chaves (Heroes), e visualize a evolução dos mesmos em relação a outros produtos.



Obtenha uma visão mais detalhada dos seus produtos Chaves (Heroes) por loja/região e sazonalidade e caracterizações de como os produtos chave alavancam demais produtos.



Identifique combinações de itens que comprados juntos na mesma cesta utilizando Basket Analysis.



Analise os preços dos grupos de produto chave na linha do tempo.

Visualize alguns indicadores de preços de seus produtos, como média de preço, média de receita mensal.





Big Data | AI | DevOps | Cloud | RPA | Blockchain



uma empresa do
GrupoBoticário

Com foco em tecnologia e produtos digitais, a GAVB é referência nacional em soluções que apoiam as organizações na transformação digital dos negócios através dos dados com Inteligência Artificial. Com expertise para desenvolver projetos de alta complexidade, é um *trust advisor* em tecnologia de inovação, com o objetivo de alavancar o uso de tecnologia dentro das empresas e extrair o máximo delas.


 www.gavb.com.br

 comercial@gavb.com.br

 [instagram.com/gavbconsulting](https://www.instagram.com/gavbconsulting)

 [facebook.com/gavbconsulting](https://www.facebook.com/gavbconsulting)

 br.linkedin.com/company/gavbconsulting

 Rua São Pedro, 440, Mal. Rondon
Canoas, RS - CEP: 92200-610