

# ИТТСУ. Инновационный маркетплейс

## Ожидаемые сроки исполнения:

Один семестр (Февраль 2024 - Июнь 2024)

## Заказчик

И.П. Елфимов

2024



# Контекст

*В какой области решаем проблему?*

Рынок торговли (e-commerce)



# Проблема

*Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?*

## Кто?

Продавец на маркетплейсах

## Что хочет?

Минимизация потерь средств и ресурсов продавца

## Что мешает?

Неправильная стратегия ценообразования

## Какие есть способы решения и почему они не подходят?

1) Алгоритмическое ценообразование - могут возникнуть непредсказуемые реакции алгоритмов, в том числе "гонки к дну" (ценовые войны), когда цены могут снижаться до минимальных значений. 2) Стратегия дифференциации - не всегда применима в сегментах рынка, где конкуренция основана на цене, а не на уникальности продукта. 3) Динамическое ценообразование с учетом сегментации рынка - требует хорошего понимания аудитории и эффективного сегментирования рынка, что может быть сложно. 4) Ценообразование на основе стоимости - не учитывает факторы рыночной цены и может привести к упущению возможностей для максимизации прибыли. 5) Ценообразование на основе целевой прибыли - может столкнуться с соперничеством на цене, особенно если конкуренты устанавливают более низкие цены.

