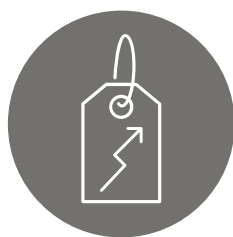


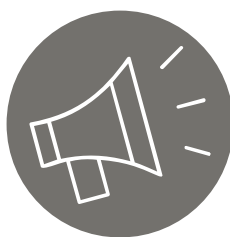


PRICING LIFECYCLE

Torne o seu negócio mais competitivo



PRICING



PROMOTIONS



MARKDOWNS

Solução de Preço desenvolvida para o Varejo, que se molda ao seu modelo de negócio, independentemente do Processo de Precificação atual e da sofisticação do software existente.

Conjugando Preço baseado em Regras com Otimização orientada a métodos científicos, a solução Pricing Lifecycle possibilita que todos que os varejistas desenvolvam políticas de preço ao seu ritmo, criando roadmaps evolutivos, fazendo com que o seu negócio prospere e se torne mais competitivo e atrativo.

Como o Pricing Lifecycle ajuda os Varejistas?

O universo varejista utiliza Regras de Preço muito simples, que se baseiam meramente em Margens Brutas fixas. Até que a negociação se processe, e as vendas comecem a ser efetuadas, não é possível afirmar que o preço inicial utilizado é o mais correto. Através da solução Pricing Lifecycle, ajudamos a proteger a Margem de Preço, sem comprometer a integridade dos Preços estipulados, contribuindo para o fortalecimento da sua empresa.

PRICING

- Migração de Dados, Estratégias de Preço e Táticas otimizadas para obter o melhor preço, em todos os canais;
- Explica, na sua linguagem, a recomendação de preço;
- Responde, de forma estratégica, às mudanças de preço dos concorrentes;
- Permite simular o impacto das vendas, margens e preço antes da tomada de decisão;
- Assegura consistência dos preços;
- Melhoria da Receita e da Margem Bruta de 2-6%.

PROMOTIONS

- Planejar, prever e medir as promoções estratégicas, maximizando o seu marketing e investimentos promocionais;
- Criar e Gerenciar facilmente as promoções nos diferentes níveis da Empresa;
- Prever o melhor resultado, negociando da melhor forma com os fornecedores;
- Monitoramento e Relatórios, permitindo agir de forma eficaz e eficiente;
- Melhoria da Receita e da Margem Bruta de 2-10%.

MARKDOWNS

- Escoar o estoque de forma rentável, alcançando as metas previstas, dentro de um fluxo de trabalho transversal a toda a empresa;
- Recomendar o desconto certo para cada produto, nos diferentes canais, no momento certo;
- Permite simular cenários alternativos às remarcações;
- Integrar com a estratégia definida para as promoções, criando um plano promocional geral da empresa;
- Medição dos objetivos propostos inicialmente, adaptando a eventuais mudanças;
- ROI na primeira remarcação, assegurando melhorias comerciais progressivas nos períodos seguintes.