

Pricing Elasticity Tool

The Information Lab

COSA FA IL PRICING ELASTICITY TOOL?

Le aziende che dispongono di un ampio set di prodotti con reti commerciali dirette o indirette in diversi territori hanno necessità di uniformare ed analizzare i dati di vendita allo scopo di scegliere la migliore strategia di pricing per ogni caso specifico e misurarne le prestazioni.

In particolare sono interessate a: **analisi** delle vendite a seguito della strategia di pricing vs potenziale teorico e ai concorrenti; **identificare** il prezzo ottimale di un prodotto in funzione della sua elasticità e degli obiettivi aziendali; **prevedere** le vendite a seguito di specifiche strategie o campagne promozionali



QUALI PROBLEMI RISOLVE?

La **difficoltà** che incontra l'azienda nel raggiungere lo scopo sono:



considerare l'impatto che **l'elasticità del prezzo**, promozioni e prezzi di beni complementari, sostituti e dei prodotti dei competitor hanno sulla domanda



l'integrazione in un unico ambiente dei propri dati di vendita, di mercato, economico-demografici e territoriali che consenta di monitorare tutti i KPI necessari a prendere decisioni data-driven sulla strategia di pricing



individuare automaticamente **opportunità** di vendere un prodotto ad un prezzo più alto, in un determinato momento o in una determinata area geografica

COSA CONSENTE DI FARE?



Condurre **analisi esplorative** sui dati integrati nel sistema grazie a dashboard interattive



Confrontare la propria politica di pricing con quella dei competitor

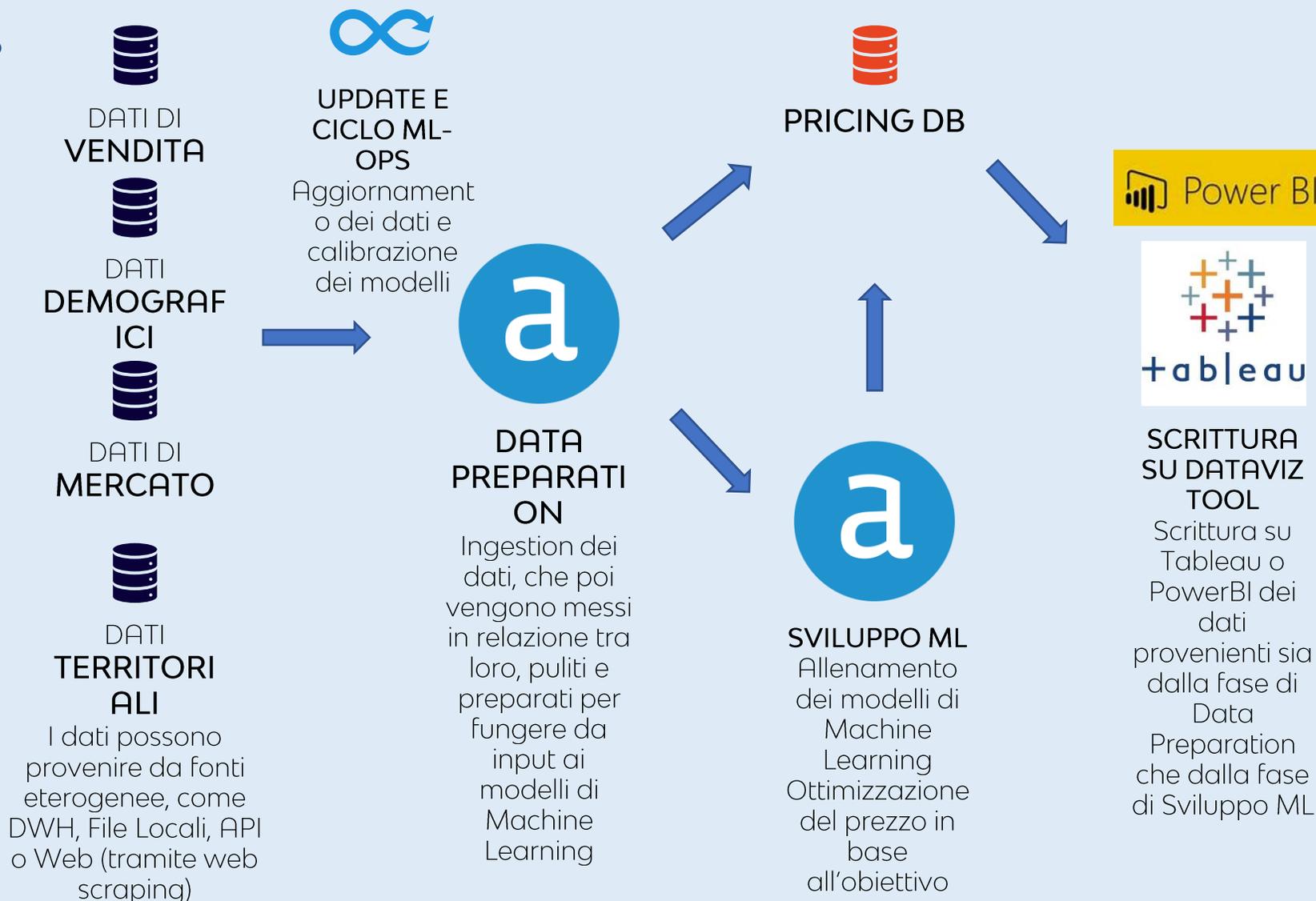


Ottimizzare il prezzo di vendita in funzione degli obiettivi aziendali



Confrontare tra loro diverse soluzioni di pricing e simulare il loro impatto sui principali KPI

UN ESEMPIO DI ARCHITETTURA



L'integrazione in un unico ambiente di fonti dato diverse e l'analisi incrociata delle informazioni possono necessitare di un'architettura che comprenda diverse attività.

Ad esempio:

- **Ingestion**
- **ETL / Data Preparation**
- **Sviluppo Modelli ML**
- **Front-End Development**

Queste attività possono comprendere diversi tool e ambienti, adattandosi alle esigenze aziendali, così come agli strumenti già in uso all'interno dell'organizzazione.

Come funziona?

- 1** - Raccolta e preparazione dei dati
- 2** - Sviluppo dei modelli di Pricing
- 3** - Front End
- 4** - Simulazione e Ottimizzazione

1. DATA PREPARATION



RACCOLTA DATI

Vengono raccolti e conservati tutti i dati che vogliamo utilizzare per allenare i nostri modelli. Per esempio, dati di vendita, demografici, territoriali e di mercato.



PREPARAZIONE DATI

Il flusso mette in relazione tutte le informazioni che abbiamo importato e prepara il dato per i modelli di Pricing.



OUTPUT

Il flusso può generare una tabella su un database per conservare nel tempo i risultati dell'elaborazione, oppure anche un file locale. I flussi successivi leggeranno il dato da questa fonte.



2. SVILUPPO DEI MODELLI DI PRICING



TRAINING DEI MODELLI

I dati raccolti nel primo flusso vengono utilizzati da questo flusso per allenare i modelli di Pricing.

Vengono impiegate tecniche di Machine Learning per trovare un pattern nei dati di vendita.

Il risultato è un modello che è in grado di interpretare l'elasticità di un prodotto e prevedere il venduto e il profitto associati a un dato livello di prezzo.

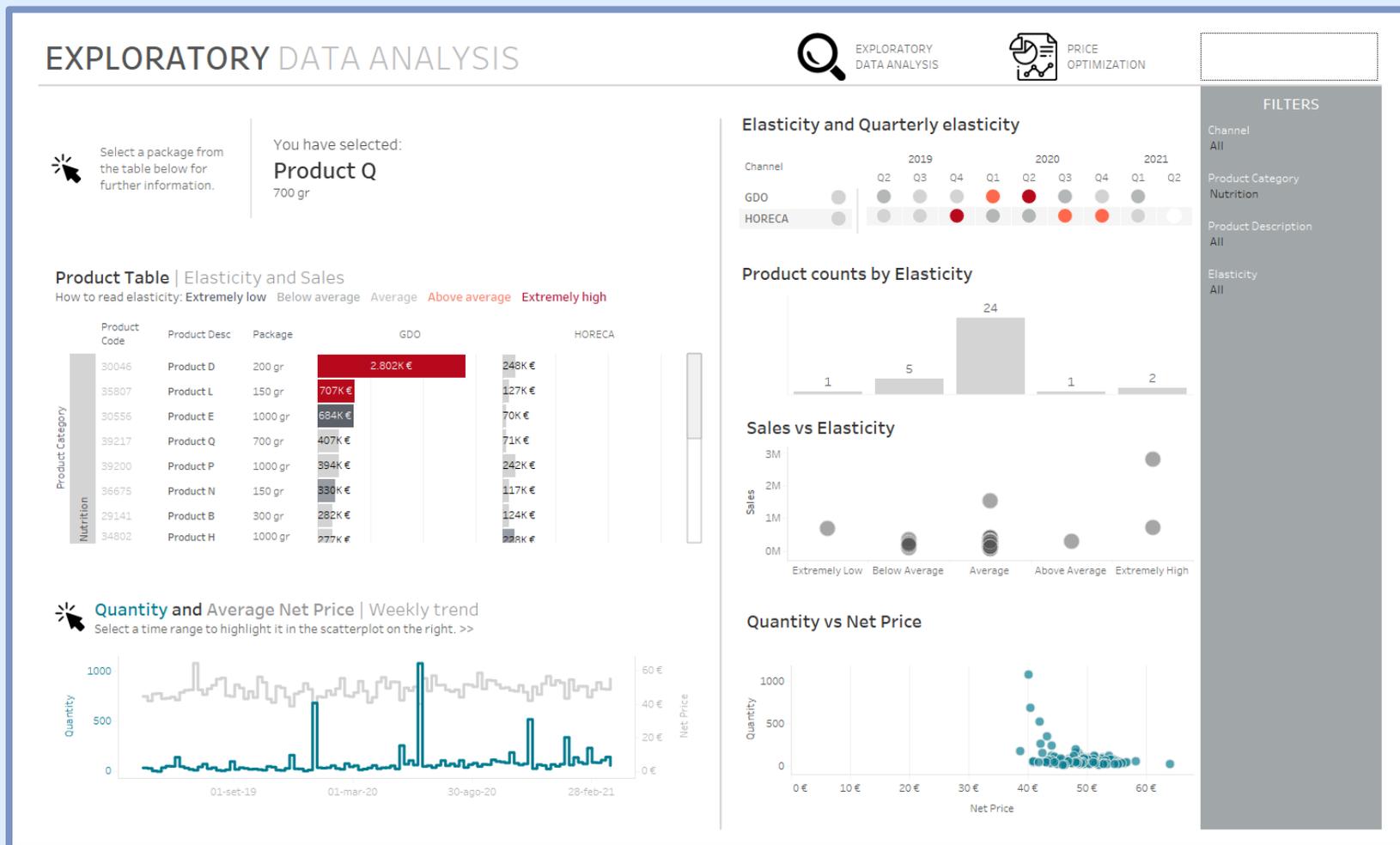


OTTIMIZZAZIONE DEL PREZZO

I modelli allenati vengono utilizzati come input di un algoritmo di ottimizzazione per individuare il prezzo ottimale di ogni prodotto, in funzione dell'obiettivo specifico da raggiungere.



3. FRONT END EXPLORATORY DATA ANALYSIS



IL RISULTATO SI PUÒ CONSULTARE TRAMITE UN SET DI DASHBOARD INTERATTIVE:

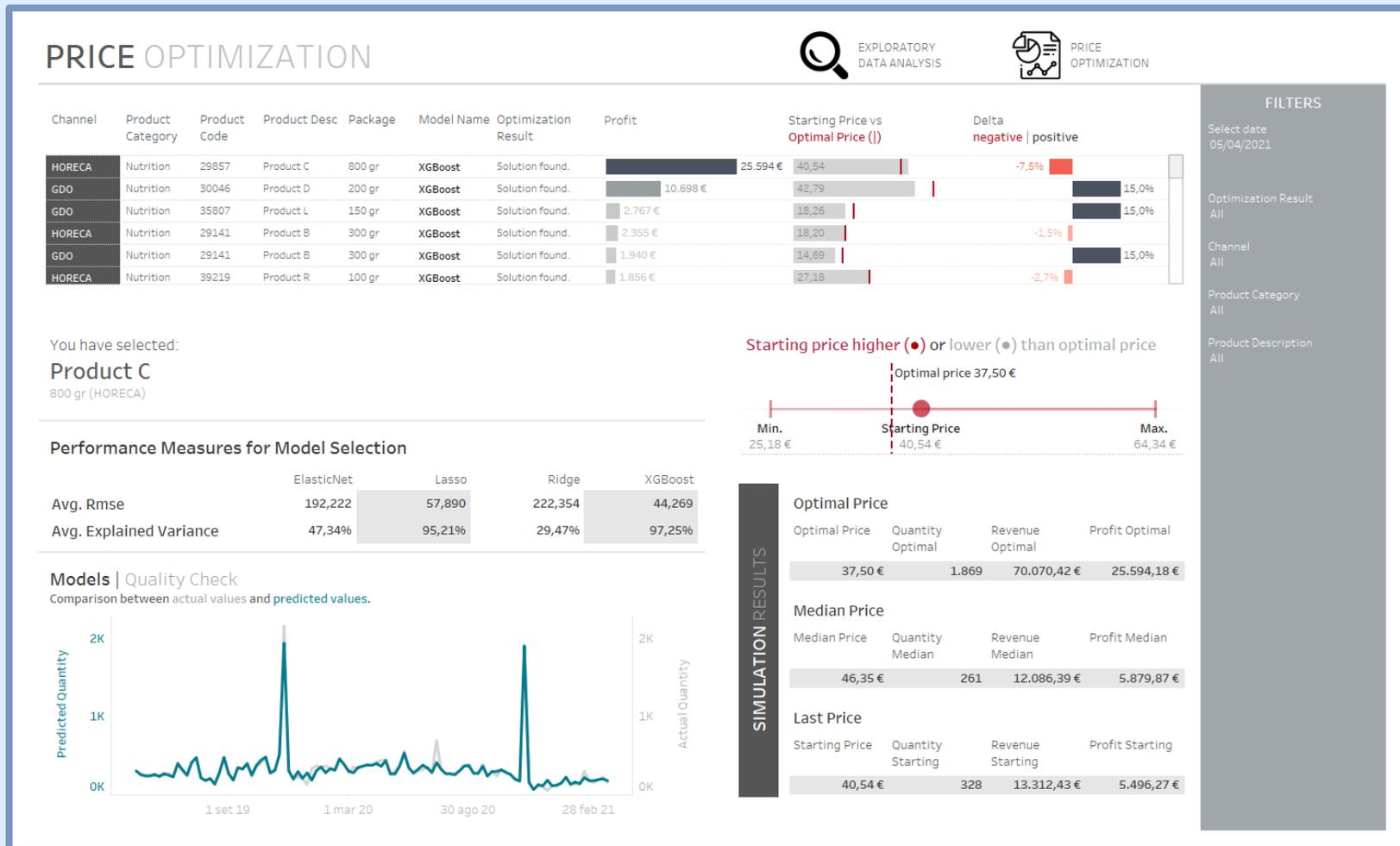
1) EXPLORATORY DATA ANALYSIS. CONSENTE DI:

- **Consultare** i dati di vendita di ogni prodotto nel tempo, su base territoriale e altro ancora. Focus sulla relazione tra quantità e prezzo e sul confronto con i competitor.

- **Ottenere un quadro accurato** della performance di ogni singolo prodotto, incluse informazioni di anagrafica e di supporto

- Possibilità di **svolgere analisi** dei dati di vendita, incrociandoli con gli altri dati messi a disposizione del sistema.

4. FRONT END SIMULATION & OPTIMIZATION



2) SIMULATION & OPTIMIZATION. CONSENTE DI:

- Consultare il prezzo proposto per ogni singolo prodotto, incluse le eventuali regole di business che sono state prese in considerazione nella definizione del prezzo

- Monitorare la performance dei modelli creati

- Con la possibilità di svolgere simulazioni con prezzi diversi, questa dashboard interattiva diventa uno strumento di supporto decisionale nelle scelte di pricing, disponendo in un unico ambiente di tutte le informazioni necessarie

UNICITA'/BENEFICI & APPLICAZIONI POSSIBILI

- **Integrazione dei dati** su un'unica piattaforma con molteplici possibilità di analisi incrociate.
- **Flessibilità**: è possibile integrare altri dati su richiesta con un minimo effort di sviluppo (l'ambiente di sviluppo è intuitivo e non richiede capacità di coding)
- **Versatilità**: possibilità di applicare con un minimo adattamento la stessa soluzione su diverse aree geografiche/mercati e diversi ambiti di business
- **Semplicità d'uso**: attraverso intuitive dashboard interattive si dispone di tutte le informazioni necessarie al processo decisionale, delegando la complessità al layer di back-end.



Pricing Elasticity Tool

The Information Lab