

Часто задаваемые вопросы

Репрайсер работает вместе с другими выгрузками по API



У нас уже есть автоматическая выгрузка цен на маркетплейсы в кабинеты через API с помощью другого программного модуля. Можно ли включить ваш репрайсер для части наших товаров, по которым есть требование поставщика строго соблюдать РРЦ, так, чтобы не выключать нашу основную выгрузку?



Да, это возможно. Для того, чтобы возможный конфликт двух выгрузок цен не портил вам жизнь – необходимо рассмотреть расписание вашей выгрузки и совместить его с протоколом трансляции скорректированных под РРЦ цен репрайсером. Такая настройка производится бесплатно силами наших специалистов. Детали обсуждаются на этапе запуска.

Ценовой мониторинг выборочных позиций



Некоторые разработчики репрайсеров утверждают, что по каким-то техническим проблемам, цены на выборочные товары транслироваться не могут, только целиком на все товары кабинета селлера. А у нас товаров 5000 SKU, а требование по РРЦ есть только по 400-500 артикулам. Существует ли такое требование в вашем репрайсере и надо ли подключать весь кабинет?



Нет, таких требований у нас нет. Для удобства пользования технология позволяет выборочно от правлять товары в репрайсинг и подключать далее только нужные вам артикулы.

Поддержание равных цен на всех площадках



Позволяет ли ваш репрайсер поддерживать одинаковые цены на всех маркетплейсах с учетом всех скидок и СПП? Это необходимо нашей компании как производителю для того, чтобы мы могли требовать соблюдения РРЦ всеми нашими дистрибьюторами на маркетплейсах.



Да, конечно. В этом и суть репрайсера – непрерывно видеть и изменять конечную цену для покупателя с учетом всех скидок маркетплейса, соинвеста, ЯндексPay, WB-кошелька так, чтобы не допустить демпинга.

Выгрузка РРЦ по фиду от поставщика



Если РРЦ у нас меняется достаточно часто, иногда даже несколько раз в день, а некоторые поставщики просто привязывают цену к курсу валюты. Можно ли автоматизировать настройку или выгрузку РРЦ от поставщиков в ваш модуль репрайсера, чтобы избежать ручной работы?



Да, это вполне возможно. Для этого необходимо привязать фид/ссылку, которую дает вам поставщик или наладить обмен с вашей 1С или МойСклад с помощью нашего открытого API. Для этого на этапе запуска нужно обратиться к нашему сотруднику в вашей рабочей группе в Телеграм, и он поможет вам запустить правильную выгрузку.

Репрайсер в акциях с защитой/ограничением по допустимой скидке



Когда мы входим в акцию маркетплейса, продажи, как правило возрастают, но есть риск что за счет скидки покупателю мы можем нарушить РРЦ и поставщик заблокирует нам отгрузку. Чем в таком случае нам может помочь ваш репрайсер?



Для того, чтобы у селлера была возможность участвовать в акциях с целью роста продаж, но не нарушать антидемпинг поставщика, можно использовать репрайсер с ограничением нижней цены по допустимой скидке, например, в размере 10%. Таким образом, «глубина просадки» цены в акции будет контролироваться и селлер не будет входить в невыгодные для него или недопустимые по требованиям РРЦ акции.

Защита от убытка при изменении цен поставщика



Бывает так, что РРЦ не меняется, но часто меняется закупочная цена у поставщика. Причем, в случае если маркетплейс не дает скидки за свой счет (озон-карта, вб-кошелек и др.), которые он должен компенсировать селлеру, повышение закупочных цен может привести к убытку для селлера с учетом комиссий, логистики и прочих удержаний маркетплейсов. Получается, что для того, чтобы не попасть в убытки, селлеру нужно в случае нулевых скидок продавать по минимально допустимой цене, которая может быть выше РРЦ. Как в таком случае работает репрайсер, чтобы не допустить убытки?



Да, в случае отсутствия скидок от площадки необходимо транслировать минимально допустимую цену. Наш репрайсер позволяет реализовать такую защиту от убытка и выгружать минимально допустимую цену автоматически, в т.ч. и по фиду селлера или поставщика.

Варианты загрузки цены в репрайсер



Как продавец может указывать цену, которую нужно держать?

Цена, которую надо удерживать репрайсером указывается в каталоге товаров на нашем сайте. Способов указать цену несколько. Можно это сделать в самой карточке товара на сайте, через шаблон массовой загрузки файла в Excel. Есть также возможность выгрузки из 1С или обновлять цены через фид от поставщика. Последние 2 варианта надо обсудить в зуме, но реализовать не проблема.

Интеграция репрайсера с 1С или МойСклад



Можем мы просить подключить 1С чтобы изменять розничную цену в репрайсере?

Да, можно в 1С поставить наш модуль (расширение), который сможет выгружать цены из 1С и мой склад в репрайсер. Установка модуля входит в тариф и не требует дополнительных платежей.

Конкретный кейс от продавца



У нас есть бренд от производителя, который меняет цены достаточно часто. Мы за ними чаще всего не успеваем следить, бонусом все осложняет наличие ВБ кошелек, наличие постоянно переменной карты озона и так далее.

То есть нам нужно львиное количество времени тратить для того, чтобы обновлять там цены, и они на нас не ругались. Соответственно, раз в какой-то период они присылают нам табличку и говорят, что артикул А должен стоить 100 рублей. После уже всех цен, скидок и так далее. И наша задача — найти репрайсер, в который мы можем привязать ссылку этого производителя, и если они будут ставить 100 рублей, то у нас через какое-то время, 10–15 минут, будет обновляться цена в 100 рублей.

Если у них будет 2000 рублей, то 2000, но если они случайно ошибутся и у них будет три рубля, то у нас ниже 100 рублей не упадет, потому что это минимальная цена. В целом задача такая, бонусом осложняет все то, что у нас цены на Озон передается по API раз в полчаса.



Все это мы можем решить. Нужно согласовать пошагово что мы делаем: в вашем конкретном случае, подключаем, например, Озон и Wildberries - два кабинета, создаем каталог ваших товаров, причем в каталоге можно оставить только те товары, которые интересуют вас по конкретному бренду и не видеть и не управлять остальной матрицей товаров. Вы нам даете ссылку производителя - мы ее привязываем к этому каталогу и у нас система автоматом каждые, например, два часа получает по ссылке цены и проставляет их в каталог. Далее по этим товарам включаем репрайсер, с допустимой скидкой 0 и устанавливаем минимальную цену продажи, например, 100 рублей. Это означает что репрайсер будет всегда

стараться на полке для покупателя держать цену, которая указана в каталоге (загруженная по ссылке от производителя), но в том случае если вдруг ваша цена продажи будет меньше чем 100 рублей, то он не допустит выгрузку цен менее 100 рублей, то есть он в любом случае меньше чем 100 рублей выгружать к вам в кабинет не будет.

Частота отправки цен на площадки

Из предыдущего ответа мы поняли, что цены обновляются раз в два часа?

Нет, раз в два часа мы забираем ссылку по ценам от вашего производителя, а на озоне мы проверяем цены каждый час, WB - каждые 20 минут. Почему так? На озоне просто нет смысла делать отправку цен чаще. Мы можем, конечно, согласовать с вами, например, выгрузку каждые 30 минут, но это может быть только хуже, т.к. озон не так часто пересматривает свои скидки. На WB - не менее 20 минут, потому что там пересмотр цены самим маркетплейсом происходит достаточно часто.

Защита от невыгодных акций

Что происходит при автоматических акциях от маркетплейсов?

Для защиты от невыгодных акций на Озон следует включить специальную галочку в репрайсере "Защита от автоприменения акций". У нее два уровня защиты пассивная и активная. Пассивная - если эта галочка стоит, то минимальная цена на озоне всегда выгружается при проверке нашей ценой и ставится на рубль меньше. Активная - при включенной галочке только те товары, по которым включена проверка на репрайсере, система проверяет каждый час не попал ли какой-либо этот товар в акцию. Если товар включили в акцию, то репрайсер этот товар из такой акции убирает.

Защита от акций на WB

Есть ли подобная защита от невыгодных акций на WB?

Если WB добавил товар в какую-то акцию, наш репрайсер просто видит, что изменилась цена и пытается цену скорректировать. WB, в отличие от Озон не запрещает такую корректировку в период акции. Если при корректировке репрайсером к нужной цене WB не жалуется, что товар в акции, то вы остаетесь в этой акции с нужной ценой, не допускающей убытка для вас (или нужную маржинальность). Если же WB "не нравится", что вы скорректировали цену товара в акции в большую сторону, то репрайсер этот товар из акции "вытаскивает".

Репрайсер + Модуль "Единое окно на маркетплейсы"



В основном нас интересует репрайсер, но какие возможности и инструменты вы можете еще предложить нам, как селлерам?



Наша платформа (веб-сервис) Huckster состоит из двух больших модулей. Это Модули Репрайсер и Единое окно. Модуль репрайсера ориентирован в первую очередь на управление ценами для антидемпинга и обеспечения необходимой маржинальности продаж. То есть основная задача этого инструмента - это понимать по каким различным стратегиям и как вам нужно корректировать (поддерживать) цены на ваши товары на различных площадках. Репрайсер поддерживает работу на четырех маркетплейсах. Это Ozon, Wildberries, Яндекс и Мегамаркет. Второй модуль - Единое окно, там больше уже про операционную деятельность, это управление каталогом, остатками, заказами, интеграция с 1С, с МойСклад, обмен заказами, соответственно, загрузка, резервирование этого всего в учетных системах в 1С, в МойСклад, управление комплектами, подготовка к отгрузке ФБС заказов, то есть печать этикеток, актов. Также есть набор отчетов по отгрузке и оплатам, возвратам и неоплатам, АБС-анализ и многое другое. При пользовании двумя сервисами Репрайсер + Единое окно - у нас предусмотрена скидка к действующим тарифам.

Различные стратегии репрайсера



А какие стратегии репрайсинга у вас есть в сервисе? Можно, например, держать цену только по будням с 9 до 6, потом вечером заливать другую цену или как-то обеспечивать нужную маржинальность?



Да, есть понятие "расписание", где вы можете создавать различное расписание как для всех товаров сразу так и выборочно для каких-то отдельных товаров, которые включены в репрайсер. Можно выбрать остановку работы в какие-то дни или отключить наценки и скидки. Также можно регулировать допустимую скидку или фиксированную наценку. Другая стратегия, которая по популярности, наверное, номер 2, - это следование ценам конкурентов. В этой стратегии вы к своей карточке можете привязывать карточки конкурентов, причем вы их сами выбираете, тех кто продает такой же товар или похожий, причем можно и на разных маркетплейсах. И вам нужно, например, быть на 1% или 100р ниже от их цены продаж. При этом задаете диапазон для вашей цены, ниже или выше которого цена не меняется. Можно включать расписание по конкурентам тоже, т.е. следовать ценам конкурентов в определенное время. Репрайсер также умеет менять цену на товары в зависимости от скорости продаж и наличия товаров на складе. В этом случае от вас потребуется задать сервису шкалу наценок / скидок к цене товара в зависимости от того, с какой скоростью у вас заканчивается товар.

Доступ и конфиденциальность



Нам не нужно открывать доступ в свои кабинеты?

Для настройки и запуска репрайсера вы даете нашему сотруднику токен, при создании которого вы указываете только то, что нам нужно, т.е. весьма ограниченный доступ. Нам достаточно только видеть ваши товары, менять цены и собственно доступ к акциям. Больше ничего. То есть мы не видим ни ваши продажи, ни заказы, никаких доступов к вашим кабинетам у нас нет – так как нам для функционирования репрайсера достаточно видеть только каталог, товар и цены.

Инструкции для пользователей



Есть ли у вас достаточная для настройки и обучения документация или ролики?

Есть достаточное количество инструкции прямо на сайте, а также короткие ролики до двух минут на различные темы. Есть раздел [Академия Huckster](#), можно также изучить записи зумов с клиентами и ответы на их вопросы. При обращении в нашу Техподдержку (в [Телеграм группе](#), по телефону и т.д.) вам могут также выдать дополнительные инструкции по работе с конкретными модулями на сайте или проконсультировать и помочь.

Загрузка цен с интернет-магазина селлера



Как с нашего интернет-магазина цена попадает к вам?

Рассмотрим по шагам.

1. Первый этап – подключаем ваши кабинеты в сервис репрайсера.
2. Второй этап – загружаем ассортимент этих кабинетов, при этом они по умолчанию загрузятся с той ценой, которая была на маркетплейсе, но она может быть и не та, которую нужно держать.
3. Поэтому третий этап – это уже включение цен, на которые будет ориентироваться сам репрайсер. Здесь способов несколько.
 - Первый – руками забивать цены, которые нужно на карточке товара. Это имеет смысл если 3-5-20 товаров надо поменять по цене.
 - Второй способ – можно скачать ваш текущий прайс в excel-шаблон с текущими ценами, скорректировать эти цены и загрузить обратно.
 - Третий способ – в случае если с вашего сайта можно получить фид с текущими ценами – мы подключаем ваш фид и, соответственно, каждые два часа у нас система опрашивает ваш фид и обновляет цены вашего каталога (выборочно или полностью по кабинету).
 - Четвертый этап – после того как мы понимаем, что цены мы загрузили в репрайсер корректные – мы уже можем включать контроль розничных цен

(трансляцию скорректированных репрайсером цен), по тем товарам, по которым такой контроль нужен.

Защита от убытка



У меня на ряд товаров маржинальность 20 процентов и у Озона комиссия те же 20 процентов и это не бизнес. Как это можно решить?



Для таких случаев продаж с недостаточной маржинальностью можно ввести ограничение по минимальной цене продаж. Такое ограничение в репрайсере не даст совершать продажи с убытком, нулевым финансовым результатом или малой маржинальностью. Для того, чтобы правильно посчитать такую пороговую цену продаж вы можете использовать наш онлайн-калькулятор (или модуль Юнит-экономики).

Прогноз оптимальной цены продаж



Можно ли в калькуляторе увеличивать стоимость товара на размер комиссии озона?



В калькуляторе отображается текущая цена продажи. Но вы можете указать закупочную цену, от которой и нужно вести расчеты. Наша система показывает - какая будет комиссия в рублях и процентах. Также можно учесть указать доп. затраты, налоги, косвенные затраты, брак, упаковку, логистику, рекламу и т.д. и калькулятор рассчитает планируемую (или фактическую) маржинальность, исходя из этих вводных. Можно также указать маржинальность в рублях и процентах и указывать цену продажи, и он будет отображать маржинальность. И этот расчет можно применить в качестве оптимальной РРЦ при настройке репрайсера.

Многопользовательский интерфейс



У нас есть необходимость, чтобы с вашим репрайсером работали одновременно не менее 3-5 менеджеров. Возможно ли это по одному логину и паролю в личный кабинет вашего сервиса.



У нас нет ограничений на кол-во пользователей. Вы можете запустить в сервис хоть 10 или 20 сотрудников. Но при этом следует учитывать следующее. Одно и то же действие не следует одновременно производить нескольким сотрудникам. Так, лучше разделить кабинеты, бренды, карточки между разными менеджерами, тогда никаких конфликтов не будет.