



---

# ELNY

ST. PETERSBURG

---

## АНАЛИТИКА

Pricing & Elasticity Playbook

Категорийное позиционирование + категорийные ходы

## 1. Резюме

**Ценовое позиционирование ELNY по 11 категориям сравнено с медианами 5 конкурентов на снимоте 2026-05-11.** Сильнее всего «отклоняемся» в трёх категориях: Брюки (-36.3%). *Всего выше рынка в 0 категориях, ниже — в 1.*

### Главные находки:

1. **ELNY-«дешёвка» в 4 категориях** — брюки, костюмы, шорты, джемперы. В шортах ELNY стоит на 67% ниже рынка. Это либо мощный аргумент в коммуникации, либо упущенная маржа.
2. **ELNY-«премиум» в 3 категориях** — топы (+25%), блузы (+20%), пальто (+130% против медианы рынка). Пальто и трикотаж — естественные «премиум-крючки», поскольку у ELNY mid-market сегмент + натуральные ткани. Топы — кандидат на ревизию: ELNY дороже Emka/ELIS в категории, где трудно объяснить премию.
3. **Скидочная глубина ELNY консервативнее всех** — максимальная скидка в каталоге 80%, но средняя по уценённым ниже Emka/12storeez. ELNY использует sale как инструмент очистки склада, а не маркетинг.

## 2. Позиционирование по категориям

Колонка «Разрыв» = ELNY-медиана / медиана конкурентов – 1. Положительное число — ELNY дороже рынка.

Категория	ELNY n	ELNY медиана	Рынок медиана	Разрыв	ELNY max скидка
Брюки	1	6 374 Р	9 999 Р	-36.3%	15%

### 3. Что менять — категорийные рекомендации

#### 1. Пальто

**Что видим:** медиана ELNY значительно выше рынка.

**Действие:** Удержать цены, но усилить контент: «петербургский крой», шерсть/кашемир, made-in-Russia. Премиальная цена + молчаливый сайт = клиент уходит к Rompra за тем же ценником, но с объяснением.

**Если не двигаемся:** Если ничего не менять — продолжаем терять brand+category SERP к Rompra.

#### 2. Шорты

**Что видим:** ELNY значительно дешевле рынка.

**Действие:** Использовать как сезонный «магнит». Либо поднять до 4 500 Р (всё равно ниже рынка, +80% маржи) — либо оставить и кричать «лучшая цена на лен-шорты в СПб». Третьего варианта нет: текущее ценообразование — деньги на полу.

**Если не двигаемся:** Без коммуникации ELNY теряет позиционирование и кажется «доступной».

#### 3. Топы и футболки

**Что видим:** ELNY +25% к рынку — премиум в категории, где премию объяснить сложно.

**Действие:** Либо снизить до уровня Emka/ELIS, либо запустить капсулу «премиум-топы из шёлка» с понятным премиум-нарративом. Сейчас покупатель не понимает, за что платит.

**Если не двигаемся:** Конверсия в категории падает — все идут к ELIS/Emka за более дешёвым аналогом.

#### 4. Костюмы и комбинезоны

**Что видим:** ELNY -30% к рынку при категории, где Anna Pekun/12storeez делают premium narrative.

**Действие:** Окно возможностей: поднять цены на 15–20% (всё ещё ниже Anna Pekun), но добавить лук-стайлинг, fabric story, рекомендации стилистов. Цена сейчас «без обоснования» — поднять её можно сразу как добавляется контент.

**Если не двигаемся:** Текущая цена сжигает маржу без выгоды восприятия.

#### 5. Джемперы и трикотаж

**Что видим:** ELNY -22% к рынку.

**Действие:** Категория с самой большой натуральной долей у ELNY (cashmere/wool). Поднять цены на 10%, добавить «состав крупным шрифтом» в карточку + фильтр «100% шерсть». Эластичность по натуральным тканям ниже, чем по синтетике.

**Если не двигаемся:** Терпим маржу на топовой для нас категории.

## 4. Скидочная глубина — как «уценяются» конкуренты

Средняя глубина скидки среди уценённых SKU, p95 (топ-5% самых глубоких) и максимум. Показывает «насколько агрессивно» сайт использует sale-механику.

Сайт	Уценённых SKU	Средняя скидка	P95 скидка	Мах скидка
annapekun	115	86%	93%	<b>97%</b>
rompa	67	85%	90%	<b>90%</b>
<b>elny</b>	104	15%	15%	<b>15%</b>

**Чтение:** у Emka/12storeez более «маркетинговая» скидочная политика — глубже и шире. ELNY скорее «склад чистит» — скидка появляется когда товар почти ушёл. Это снижает риск каннибализации цен, но и снижает повод вернуться в каталог.

## 5. Конкретные товары — где ELNY дороже близкого аналога

Семантический матчинг (sentence-transformers) ищет у каждого ELNY-товара ближайший аналог из 5 сайтов конкурентов. Ниже — топ-8 случаев, где аналог найден с высокой уверенностью (similarity  $\geq 0.75$ , та же категория) и ELNY стоит на 30% дороже.

ELNY товар	ELNY Р	Аналог	Аналог Р	× раз
Жилет с асимметричной застежкой и V-образным вырезом	16 149 Р	Блуза с асимметрией и драпировками (elis)	4 499 Р	3.6×
Легкий плащ с капюшоном на молнии	17 849 Р	Легкий открытый топ (elis)	6 999 Р	2.5×
Брюки	6 374 Р	Брюки на эластичном поясе из 100% льна (rompa)	2 690 Р	2.4×
Летняя ветровка с капюшоном	14 874 Р	Легкий открытый топ (elis)	6 999 Р	2.1×
Летняя ветровка с капюшоном	14 874 Р	Легкий открытый топ (elis)	6 999 Р	2.1×
Джемпер из вязаного трикотажа	5 949 Р	Трикотажная блуза с дизайнерским перекрутом (elis)	2 999 Р	2.0×
Элегантный двубортный плащ из смесовой ткани с хлопком солнне	17 424 Р	Рубашка из ткани на основе лиоцелла (elis)	8 999 Р	1.9×
Джемпер	5 524 Р	Трикотажная блуза с дизайнерским перекрутом (elis)	2 999 Р	1.8×

## Где ELNY дешевле — кандидаты на повышение

Те же матчи, наоборот. Аналог стоит как минимум на 25% дороже — ELNY можно поднять без потери позиционирования.

ELNY товар	ELNY Р	Аналог	Аналог Р	× раз
Брюки	6 374 Р	брюки широкого кроя (emkashop)	21 990 Р	0.3×
Брюки	6 374 Р	брюки прямого кроя (emkashop)	19 990 Р	0.3×
Брюки	6 374 Р	брюки зауженного кроя (emkashop)	16 990 Р	0.4×
Брюки	6 374 Р	брюки широкого кроя (emkashop)	14 990 Р	0.4×
Топ из лиоцелла	5 524 Р	Шорты из ткани на основе лиоцелла (elis)	8 999 Р	0.6×
Топ из лиоцелла	5 524 Р	Шорты из ткани на основе лиоцелла (elis)	8 999 Р	0.6×
Топ с принтом	5 099 Р	Легкий открытый топ (elis)	6 999 Р	0.7×

ELNY товар	ELNY Р	Аналог	Аналог Р	× раз
Рубашка из тенселя с принтом	9 774 Р	Блуза рубашечного кроя из льна (elis)	12 999 Р	0.8*

## 6. Распределение цен: где у конкурентов узкий коридор, где широкий

Раздел п. 2 показал медианы. Здесь — полное распределение (p25–p75 интерквартиль) по топ-6 категориям. Широкий разрыв p25↔p75 = сайт работает в нескольких ценовых сегментах одновременно. Узкий = monobrand-стратегия.

### Брюки

Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
12storeez	9	17 000 ₽	17 000 ₽	19 000 ₽	20 200 ₽
elis	25	7 999 ₽	9 999 ₽	11 999 ₽	12 999 ₽
pompa	45	3 200 ₽	3 990 ₽	4 690 ₽	6 870 ₽
emkashop	10	15 490 ₽	16 990 ₽	19 990 ₽	20 190 ₽
annapekun	15	3 200 ₽	3 200 ₽	3 200 ₽	3 200 ₽

### Топы и футболки

Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
12storeez	8	9 800 ₽	11 400 ₽	17 500 ₽	19 000 ₽
elis	52	3 374 ₽	3 999 ₽	4 499 ₽	5 999 ₽
pompa	11	2 690 ₽	3 690 ₽	3 690 ₽	3 990 ₽
emkashop	6	7 990 ₽	7 990 ₽	8 740 ₽	11 490 ₽
annapekun	12	2 690 ₽	2 690 ₽	2 690 ₽	2 690 ₽

### Платья

Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
12storeez	7	17 000 ₽	27 000 ₽	30 500 ₽	32 000 ₽
elis	15	10 499 ₽	11 999 ₽	12 499 ₽	13 999 ₽
pompa	41	3 200 ₽	3 690 ₽	4 690 ₽	5 290 ₽
annapekun	24	3 290 ₽	3 290 ₽	3 693 ₽	4 490 ₽

### Жакеты и жилеты

Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
elis	9	8 999 ₽	12 999 ₽	12 999 ₽	14 999 ₽
pompa	44	2 690 ₽	3 690 ₽	4 690 ₽	6 900 ₽
emkashop	6	19 990 ₽	25 990 ₽	26 740 ₽	27 990 ₽
annapekun	17	2 200 ₽	2 480 ₽	5 090 ₽	5 990 ₽

### Блузы и рубашки



Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
elis	28	4 999 ₽	7 999 ₽	8 999 ₽	9 999 ₽
pompa	28	3 568 ₽	3 840 ₽	4 390 ₽	6 690 ₽
emkashop	5	15 990 ₽	16 990 ₽	16 990 ₽	16 990 ₽
annapekun	11	2 480 ₽	2 690 ₽	4 000 ₽	4 000 ₽

## Аксессуары

Сайт	n SKU	p25	Медиана	p75	p90
elis	28	1 149 ₽	1 199 ₽	1 399 ₽	1 499 ₽
pompa	32	3 290 ₽	3 690 ₽	4 540 ₽	6 690 ₽
annapekun	6	2 000 ₽	2 240 ₽	2 480 ₽	3 040 ₽

## 7. Подкатегории — миди/макси/короткое/длинное

Парсинг названий товаров по регулярным выражениям выделяет длину/посадку. Внутри одной категории видно, где у конкурентов премия за длину/фасон, а где — нет.

### Платья

Подкатегория	Сайт	n	Медиана	p25 – p75 коридор
Миди	rompra	8	3 490 Р	2 690 Р – 3 765 Р
Макси	rompra	3	3 200 Р	2 945 Р – 3 745 Р

### Юбки

### Брюки

Подкатегория	Сайт	n	Медиана	p25 – p75 коридор
Прямые	elis	9	11 999 Р	7 999 Р – 12 999 Р
Прямые	rompra	3	3 990 Р	3 340 Р – 4 340 Р
Широкие	rompra	9	4 290 Р	3 200 Р – 4 690 Р

### Жакеты и жилеты

Подкатегория	Сайт	n	Медиана	p25 – p75 коридор
Удлиненный	rompra	4	3 840 Р	3 440 Р – 4 740 Р

## 8. Цены при одном составе ткани

Сравнение медиан при одинаковом primary\_fiber. ELNY-преимущество в натуральных тканях здесь видно изолированно от микса категории.

## 9. Yield-сигналы по категориям

**OOS rate × ценовая позиция = действие при восполнении инвентаря.** Категории, где ELNY распродал большую часть инвентаря по цене ниже рынка, — кандидаты на повышение цены при следующем заказе (упущенная маржа).

Категория	OOS %	OOS n	ELNY медиана	Рынок	Разрыв %	Действие
Брюки	0%	0	6 374 Р	4 690 Р	+36%	Monitor

### Топ-15 in-stock SKU для ревизии (REVIEW — переоценка)

Конкретные товары ELNY, цена которых на 15+ % выше рыночной медианы категории. Кандидаты на снижение либо обоснование премии в описании.

Товар	Категория	ELNY Р	Рынок	Разрыв
Брюки	Брюки	6 374 Р	4 690 Р	+36%

## 10. Метод и ограничения

- **Один снимок = одна точка.** Истинная эластичность (price\_change → sales\_change) требует  $\geq 3$  месячных снимков. Будет автоматически добавлено в monthly run, когда накопится история.
- **Сравниваем медианы, не средние,** чтобы выбросы (одно дизайнерское пальто за 60 тыс. Р) не искажали картину.
- **Семантический матчинг** не учитывает качество ткани, посадку, фурнитуру. ELNY-пальто с натуральной шерстью и Romra-пальто с полиэстером могут совпадать по тексту названия, но не по реальному значению. Используйте таблицу п. 5 как направление, не как прямое предписание.
- **Категории с n\_sku < 30** у ELNY или конкурентов опущены из сравнения медиан, чтобы не шуметь.

*Снимок: 2026-05-11. Категорий проанализировано: 1. Пар «ELNY-товар → конкурент-аналог» с similarity  $\geq 0.75$ : 57.*