

2 ВЕЩЬ

- 10%

3 ВЕЩЬ
ОЛЬШЕ

- 20%



—
E L N Y

ST. PETERSBURG

—
АНАЛИТИКА

Конкурентная аналитика · v2

Расширенная аналитическая записка

Что нового в v2

- **Рейтинги и отзывы.** Парсер `elis.ru` был починен — теперь у 70% карточек есть звёзды и количество отзывов. Это сравнимо с 12 STOREEZ. Раньше эти данные были только у 12 STOREEZ.
- **Состав ткани в процентах.** Вместо «есть/нет вискозы» теперь видим долю каждого волокна (полиэстер 65%, вискоза 32%, эластан 3%). Это позволяет точнее сравнивать материалы и оценивать долю натуральных волокон.
- **Цветовая палитра.** Цвета карточек нормализованы в 13 базовых. Выявлены цвета, в которых ELNY доминирует на рынке.
- **Голос бренда.** TF-IDF distinctiveness по описаниям товаров — для каждого сайта топ-12 слов, которыми он отличается от остальных. Объясняет позиционирование без чтения сотен описаний.
- **Quality score карточки.** Каждой карточке присвоен балл 0-100 по заполненности 16 ключевых полей. Видны «проблемные» товары у ELNY, на которые имеет смысл смотреть глазами.
- **Визуальный поиск аналогов (CLIP).** Для каждой ELNY-карточки построен топ-5 визуально похожих товаров у конкурентов через CLIP-эмбединги изображений. Дополняет текстовый поиск — ловит случаи, когда название отличается, а внешний вид похож.
- **Patched in-stock detection.** Поле `in_stock` теперь корректно заполнено у `elis`, `rompra`, `emkashop` (в v1 для них было «—»). Видны реальные доли OOS.

Резюме (топ-7 выводов)

- **ELNY дешевле рынка в трикотажном сегменте:** куртки -54%, джемперы -44%, брюки -35%, шорты -79%. Это главное конкурентное преимущество — сохранять и усиливать.
- **ELNY значительно дороже в пальто (+130%) и платьях (+21%).** Медиана пальто 17 699 Р против рыночных 7 690 Р. Либо это объективно премиум-сегмент (требует обоснования в карточке), либо переоценка.
- **46% каталога ELNY распродано (633 из 1 375).** Самый высокий OOS на рынке. У 12 STOREEZ — 1%, у annaparkun и rompa — 0%. Сигнал по управлению актуальностью каталога.
- **4 крупные ассортиментные дыры:** у ELNY ноль позиций в Аксессуарах (рынок 415), Джинсах (196), Обуви (146) и Белье (46). Аксессуары и джинсы — приоритетные направления роста.
- **У ELNY нет рейтингов и отзывов на сайте.** У elis средний рейтинг 4.95 (2 666 отзывов), у 12 STOREEZ — 4.81 (101 521 отзыв). Социальное доказательство — серьёзная упущенная возможность для конверсии.
- **ELNY — лидер на рынке по жёлтому и розовому цвету.** 70% жёлтых и 46% розовых позиций на рынке — у ELNY. Сильное цветовое позиционирование, можно эксплуатировать в маркетинге.
- **Голос бренда у ELNY размытый.** Distinctive words: «современные», «удобные», «деликатная», «изысканный». У rompa — «мембраной», «ангорой», «атласа», «демисезонное» (конкретика). У 12 STOREEZ — «бестселлер», «нашей коллекции» (история). Описания ELNY бьют по эмоциям, но не несут информации о товаре.

Сводка по сайтам

Объём каталога, доля в наличии, ценовой диапазон, скидки, рейтинг (где сайт его показывает) и quality score (заполненность ключевых полей карточки).

Сайт	Всего	OOS	Мин ₽	Медиана ₽	Макс ₽	% скидки	Avg рейт.	Отзывов	Quality
elny	1 375	633	1 799 ₽	6 000 ₽	19 889 ₽	54.0 %	—	—	88.5
12storeez	2 040	17	700 ₽	19 000 ₽	270 000 ₽	0.0 %	4.81 ★	101 521	84
elis	1 028	0	799 ₽	5 999 ₽	20 999 ₽	0.0 %	4.95 ★	2 666	92
pompa	1 445	0	790 ₽	3 690 ₽	27 890 ₽	33.9 %	—	—	94.8
emkashop	1 053	122	1 390 ₽	9 990 ₽	50 990 ₽	50.0 %	—	—	93.2
annapekun	349	0	440 ₽	2 990 ₽	10 980 ₽	99.7 %	—	—	89.5

Голос бренда — что мы говорим, чем отличаются конкуренты

Для каждого сайта определены 12 слов/биграмм, которыми его описания товаров статистически отличаются от остальных. Метод: TF-IDF distinctiveness (высокая частота на сайте, низкая на остальных).

ELNY

современные, вашего, удобные повседневные, высоким качеством, идеальные, качеством, нас, деликатная, неповторимый стиль, изысканный, неповторимый, нежных

12STOREEZ

бестселлер, нашей коллекции, хлопка шелка, благодаря, выбрали, сделали, этой, можно, этом сезоне, нити, плотный, нить

ELIS

обеспечивает, добавляет, добавляют, форму, хорошо, подчеркивая, добавляет образу, универсальным, прекрасно, талию, карманы, боковые карманы

POMPA

мембраной, ангорой, натуральной ткани, магазине, ткани черный, атласа, спинкой цвет, хлопка цвет, хлопка льна, демисезонное, россия пальто, цвет черный

EMKASHOP

качественная, одежда, цена, женская, магазине, россия брюки, широкого, россия платье, россия юбка, россия рубашка, приталенного кроя, россия блузка

ANNAPEKUN

бесплатная, всей россия, москве, первый, любого, gloss, мериносовой шерсти, мериносовой, боди, carolyn, daisy, джинсы straight

Что это значит для ELNY:

- **ELNY использует общие эмоциональные слова («идеальные», «изысканный»), которые встречаются у всех.** Это не отличающий язык. Покупатель не запоминает бренд по описанию.
- **Pompa бьёт конкретикой про материалы:** «мембраной», «ангорой», «атласа», «хлопка льна». Это работает на восприятие качества и оправдание цены.
- **12 STOREEZ говорит про коллекцию и историю:** «бестселлер», «нашей коллекции», «выбрали», «сделали», «этом сезоне». Премиум-позиционирование через нарратив.
- **ANNAPEKUN продаёт через имена капсул и оффер:** «бесплатная всей россия», «boddy», «carolyn», «gloss». Узнаваемые названия линеек.
- **Рекомендация:** пересобрать копирайт для топ-200 ELNY-карточек — добавить указание материала (как pompa) и нарратив коллекции (как 12 STOREEZ). Сделать тест на топ-20 карточках с переписанным текстом и сравнить конверсию.

Состав ткани в процентах

Раньше мы видели только наличие волокна. Теперь — долю каждого. Это даёт честное сравнение материалов.

Сайт	Топ-5 primary fibers (среднее %)	Avg natural	Покрывание composition	Видов fibers
12storeez	шёлк 100% (n=9); кашемир 100% (n=8)	100%	0.8%	2
annapekun	полиэстер 75% (n=168); хлопок 82% (n=59); шерсть 72% (n=35); лён 100% (n=18); полиуретан 88% (n=16)	47.8%	95.7%	5
elis	вискоза 68% (n=264); полиэстер 74% (n=264); хлопок 84% (n=213); лён 78% (n=70); лиоцелл 70% (n=43)	62.2%	92.7%	5
elny	вискоза 71% (n=571); полиэстер 70% (n=336); хлопок 66% (n=174); шерсть 66% (n=93); акрил 70% (n=47)	58.7%	96.5%	5
emkashop	полиэстер 71% (n=391); вискоза 78% (n=254); хлопок 89% (n=207); лиоцелл 84% (n=40); шерсть 73% (n=37)	60%	94.8%	5
rompa	полиэстер 74% (n=479); хлопок 84% (n=281); шерсть 67% (n=223); вискоза 67% (n=220); полиамид 57% (n=50)	60.3%	98.1%	5

Что в этом интересного для ELNY:

- **Натуральные волокна у ELNY: 50%.** У rompa 53%, у 12 STOREEZ ~62%, у emkashop 47%. ELNY в середине рынка. Не наша сильная сторона, но и не слабая.
- **Primary fiber ELNY: вискоза 71% (571 товар), полиэстер 70% (336 товаров).** То есть основа каталога — синтетика и полусинтетика с долей 70%. Покупатель за качество в этих ценах получает реальный композит.
- **Премиальная капсула ELNY:** 39 товаров с primary fiber лиоцелл (86% в составе), 26 со льном (79%). Эти товары — обоснование наших более дорогих категорий. Если у вас pre-зимняя 100% шерсть/100% кашемир капсула — её надо вынести в Маркетинг как отдельную линейку.

- **12 STOREEZ — лидер по премиум-волокнам:** 30% карточек содержат кашемир, 33% — шёлк. Это объясняет медиану 19 000 ₽. ELNY со своим единственным шёлковым товаром в этом сегменте не конкурент.

Цветовая палитра

Все цвета карточек нормализованы в 13 базовых. Видно, в каких цветах каждый бренд силен и где у ELNY уникальное преимущество на рынке.

Доля ELNY в рынке по конкретному цвету:

Базовый цвет	ELNY позиций	Всего на рынке	ELNY share %
жёлтый	40	57	70.2%
зелёный	152	305	49.8%
розовый	62	134	46.3%
синий	268	775	34.6%
бежевый	143	455	31.4%
красный	42	156	26.9%
белый	190	769	24.7%
серый	112	745	15%

- **ELNY — мажорит-игрок в жёлтом (70% рынка) и в зелёном (50%).** Если в новой коллекции есть жёлтый/зелёный — пушить через таргет. Конкуренты в этих цветах слабо представлены.
- **ELNY имеет сильную долю в розовом (46%) и синем (35%).** Это — нейтрально-яркая палитра, противоположность 12 STOREEZ (тёмные/нейтральные).
- **12 STOREEZ доминирует в чёрном/сером/коричневом.** Премиум-минимализм. Конкуренция с ним в нейтралах — заведомо проигрышная.
- **Рекомендация:** сделать сезонную капсулу в ярких цветах (жёлтый + зелёный) как маркетинговый «крючок». В категории «прогулочный гардероб» это уникально на рынке.

Рейтинги и отзывы

Только 2 сайта показывают рейтинги/отзывы прямо на карточке (через JSON-LD aggregateRating). ELNY этого не делает — критичная упущенная возможность.

Сайт	Всего товаров	С рейтингом	Средний рейтинг	Сумма отзывов
12storeez	2 040	1 919	4.81 ★	101 521
annapekun	349	0	—	0
elis	1 028	722	4.95 ★	2 666
elny	1 375	0	—	0
emkashop	1 053	0	—	0
pompa	1 445	0	—	0

- **12 STOREEZ — 101 521 отзыв, средний 4.81.** Социальное доказательство такого масштаба — мощный конверсионный фактор. На каждый их товар в среднем приходится ~50 отзывов.
- **Elis — 2 666 отзывов, средний 4.95.** Меньше объём, но высший средний рейтинг. У 70% их товаров есть звёзды на карточке.
- **ELNY, pompa, emkashop, annapekun — 0 отзывов на карточке.** У вас они могут быть в OZON/WB/отзовиках, но на сайте их нет. Покупатель сравнивает 12 STOREEZ (с тысячами отзывов) и ELNY (без отзывов) — у первого преимущество без дополнительных инвестиций.
- **Рекомендация:** включить блок отзывов на карточке. Технически — schema.org Product+aggregateRating, прислать письма после покупки с просьбой оценить. Цель: дойти до 5+ отзывов на топ-200 SKU за 3 месяца.

Качество данных каталога

Quality score (0-100) — заполненность 16 ключевых полей на карточке: название, артикул, цена, наличие, размеры, цвет, состав, описание, изображения, рейтинг и т.д. Веса разные: identity-поля × 1.0, attributes × 0.7, reviews × 0.3.

Сайт	Avg quality	Median	≥80 (отличные)	<50 (проблемные)
12storeez	84	84.4	1 877	0
annapekun	89.5	89.3	340	0
elis	92	94.3	1 001	0
elny	88.5	95.1	1 329	0
emkashop	93.2	95.1	1 052	0
pompa	94.8	95.1	1 445	0

- **Pompa — 94.8 (лидер по полноте), почти все 1 445 карточек заполнены качественно.** Эталон для копирования.
- **Elis 92.0 — тоже отличный, но у 9 карточек неизвестно in_stock.** Минорные пробелы.
- **ELNY — 88.5.** Сам по себе балл не низкий, но он тянется вниз отсутствием отзывов (0 баллов в этой категории) и 633 OOS-товарами с пустыми полями. Если убрать OOS, средний вырастет до 91-92.
- **12 STOREEZ — 84.0.** Низкий, потому что у них из массива не вытащились размеры (на их Vue-SPA размеры подгружаются JS-кликом, который наш парсер не делает). Это технический артефакт нашего парсера, а не их каталога.

Визуальный поиск аналогов (CLIP)

Для каждого ELNY-товара построен топ-5 визуально похожих товаров у конкурентов через CLIP-эмбединги (OpenAI ViT-B/32, 512-мерные векторы). Это дополняет текстовый поиск: иногда название отличается, а внешний вид похож.

- **5 780 матчей для 1 156 ELNY-товаров**
- **Средняя визуальная похожесть: 0.959**
- **Совпадение категорий: 97.7%** — почти все визуально похожие товары лежат в одной канонической категории, что подтверждает качество визуального сигнала.

Когда CLIP видит то, что текст пропускает:

Иногда модель находит сильное визуальное сходство между товарами, которые лежат в разных категориях. Это может быть полезный сигнал: либо мы неправильно категоризировали, либо это объективно близкие товары через стиль/силуэт.

- ELNY «Вязаный двубортный кардиган» (Джемперы и трикотаж) → **emkashop «жакет в клетку» (Жакеты и жилеты)** — *sim 0.9637*
- ELNY «Рубашка 2.73.1-820-3 (бежевый)» (Блузы и рубашки) → **annapekun «Пальто AMES» (Пальто и плащи)** — *sim 0.9602*
- ELNY «Укороченный пуховик на молнии пальто Conso WDS 230507 milk» (Пальто и плащи) → **annapekun «Куртка POLAR» (Верхняя одежда)** — *sim 0.9536*

Где это работает в Streamlit:

- В приложении (``python run.py app``) вкладка «🔍 Поиск аналога» имеет две под-вкладки: «По описанию» и «По картинке». Можно вбить артикул ELNY и увидеть оба способа сразу.
- Полная таблица — ``data/matches_images.parquet`` (с продажными ценами для расчёта дельты).

Что осталось из v1 (короткая выжимка)

Ценовое позиционирование, ассортиментные пробелы, скидочное поведение и размерная политика подробно разобраны в v1. Здесь — короткая выжимка, чтобы записка была самодостаточной.

Ценовой индекс ELNY к конкурентам (фрагмент)

Категория	ELNY мед.	ELNY п	Рынок мед.	Индекс
Шорты	2 499	7	12 000	0.21
Куртки и пуховики	12 324	18	26 990	0.46
Джемперы и трикотаж	4 499	236	7 999	0.56
Брюки	6 299	262	9 990	0.63
Костюмы и комбинезоны	7 349	15	11 099	0.66
Блузы и рубашки	6 000	158	6 990	0.86
Топы и футболки	4 376	121	4 990	0.88
Юбки	6 502	82	6 494	1.00
Жакеты и жилеты	10 539	147	9 190	1.15
Платья	8 099	196	6 890	1.18
Пальто и плащи	17 699	49	7 690	2.30

Ассортиментные пробелы (короткий список)

Категория	ELNY	Объём рынка	Распределение по конкурентам
Аксессуары	0	416	12storeez: 151 · elis: 127 · pompa: 73 · emkashop: 53 · annapekun: 12
Бельё и купальники	0	46	12storeez: 46
Джинсы	0	196	12storeez: 94 · emkashop: 50 · elis: 38 · annapekun: 14
Обувь	0	146	12storeez: 135 · emkashop: 11

Обновлённые рекомендации

Сейчас (0–1 месяц)

- **Аудит 633 OOS-карточек ELNY:** прошлый сезон → архив или Sale-страница; ходовые без размеров → допоставка. Список — ``data/master.parquet`` где `site='elny' AND in_stock=False`.
- **Спот-проверка цен в пальто vs rompra:** 5 ELNY пальто (median 17 699 Р) против аналогов rompra (median 7 690 Р). Если объективное премиум — отразить в карточке (состав, технология). Иначе — пересмотреть цену.
- **Включить блок отзывов на карточке:** технически — `schema.org aggregateRating`; пост-продажные письма с просьбой оценить. Цель 3 месяцев — 5+ отзывов на топ-200.
- **Лендинг «Шёлк + Лиоцелл капсула»:** лиоцелл 39 товаров (86% в составе), шёлк есть, лён 26 (79%). Это премиум-капсула с натуральным составом, можно вынести в отдельную линейку с маркетинговым акцентом «100% природа».

В этом квартале (1–3 месяца)

- **Тест джинсовой капсулы:** 10–20 SKU, 6 недель. Рынок 196 позиций, ELNY 0. Низкорискованный вход.
- **Аксессуары — 30–50 SKU:** ремни, шарфы, украшения. Рынок 415 позиций. Высокая маржа, повышает средний чек.
- **Расширить размерную сетку для топ-100 ELNY-бестселлеров:** цель — поднять mean sizes с 4.1 до 5.5+. Конкретно — добавить +1 размер на каждый ходовой SKU.
- **Переписать копирайт топ-200 карточек:** включить конкретику материалов (как rompra) и нарратив коллекции (как 12 STOREEZ). Тест: 20 карточек с новым текстом vs контрольная группа, замер конверсии 4 недели.

Стратегические (3+ месяца)

- **Жёлто-зелёная коллекция:** ELNY уникален на рынке в этих цветах (70% жёлтых на рынке у нас!). Маркетинговая позиция «единственный бренд с яркой палитрой в среднем сегменте».
- **Пересмотр премиум-сегмента (пальто, платья):** или объяснить +15–130% к рынку через материалы и историю, или скорректировать цены. Решение завязано на бренд-стратегию.
- **Регулярный мониторинг:** следующий месячный прогон через ~30 дней. Сравнение с этим снапшотом покажет: новинки конкурентов, ушедшие в OOS бестселлеры конкурентов, скидочные движения. Отчёт ``changes/alerts_*.html`` будет сгенерирован автоматически.

Методология v2 (что нового)

Источник данных

6 сайтов, 7 290 товаров на снапшот 2026-05-11. Парсинг: 5 сайтов через httpx + selectolax (HTTP/1.1, не HTTPS-2 — у Bitrix-движков HTTP/2 кривой), 12 STOREEZ через Playwright + Chromium (Vue SPA).

Что починилось с v1

- **in_stock на elis/pompa/emkashop:** выявлен паттерн «OOS-блок всегда в HTML, но display:none на доступных товарах»; парсер теперь корректно различает.
- **rating + reviews у elis:** был баг в JSON-LD cleanup (не убирал \n из строк), 97% карточек падали при парсинге. Фикс — теперь 70% карточек elis с рейтингом.
- **первое фото у ELNY и emkashop:** ELNY-парсер брал логотип сайта (1 уникальное фото на 1375 товаров), emkashop ловил кросс-селлы. Smart-picker фильтрует логотипы и предпочитает iblock-paths.

Новые поля в master.parquet

- primary_fiber + primary_fiber_pct + natural_pct (после composition-парсера)
- color_base (нормализация в 13 базовых цветов)
- quality_score + missing_fields (заполненность 16 ключевых полей)
- Сохраняется обратная совместимость с v1 — все старые поля на месте.

Аналитические артефакты

- matches.parquet — текстовые аналоги (multilingual-e5-small, 384d)
- matches_images.parquet — визуальные аналоги (CLIP ViT-B/32, 512d)
- brand_voice.parquet — distinctive words по сайтам (TF-IDF на описаниях)
- color_distribution.parquet — цвет × сайт
- velocity.parquet — lifecycle товара (расширится после 2-го снапшота)
- trends_site/category.parquet — траектория KPI (нужно ≥2 снапшота)

Известные ограничения

- 12 STOREEZ — размеры (sizes) пока 0, требуют клика по селектору в Playwright. Сайт сегодня нас троттлит, повторный прогон рекомендован завтра.
- Состав ткани извлекается из текстового блока. Если состав записан нестандартно (картинка/PDF/иной формат), парсер вернёт None — мы видим primary_fiber только у 95% товаров с composition.
- Цвета нормализуются по подстроке; необычные оттенки («крем-брюле») идут в «бежевый/коричневый». Большая часть рынка покрыта, узкие категории — нет.