



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: Шорты (-67.5%), Костюмы и комбинезоны (-30.0%), Топы и футболки (+25.1%). *Всего выше рынка в 5 категориях, ниже — в 4.*

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
Шорты	6	2 499 Р	7 690 Р	-67.5%	76%
Костюмы и комбинезоны	4	7 349 Р	10 499 Р	-30.0%	74%
Топы и футболки	86	4 377 Р	3 499 Р	+25.1%	70%
Джемперы и трикотаж	122	4 499 Р	5 799 Р	-22.4%	80%
Блузы и рубашки	81	6 000 Р	4 999 Р	+20.0%	75%
Пальто и плащи	2	17 699 Р	14 999 Р	+18.0%	40%
Платья	121	8 099 Р	6 999 Р	+15.7%	79%
Куртки и пуховики	1	12 324 Р	10 999 Р	+12.0%	15%
Брюки	179	6 299 Р	6 999 Р	-10.0%	79%
Юбки	49	6 502 Р	6 299 Р	+3.2%	75%
Жакеты и жилеты	91	10 539 Р	10 499 Р	+0.4%	71%

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 Romra за тем же ценником, но с объяснением.

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

2. Шорты

Что видим: ELNY 2 499 Р при рынке 7 690 Р (−67%).

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	348	86%	94%	99%
rompa	490	82%	90%	97%
emkashop	527	50%	80%	80%
elny	742	38%	70%	80%

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 ≥ 0.75 , та же категория) и ELNY стоит на 30% дороже.

ELNY товар	ELNY Р	Аналог	Аналог Р	× раз
Акцентный жакет из тенселя с хлопком	19 889 Р	Жакет из тенселя (rompra)	2 690 Р	7.4×
Однобортный жакет без лацканов	17 849 Р	Жакет без лацканов (rompra)	2 690 Р	6.6×
Корсет из денима с баской	14 534 Р	Жакет DIEGO из шерсти (annapekun)	2 200 Р	6.6×
Пальто демисезонное из шерсти в винном цвете	19 799 Р	Пальто женское демисезонное из шерсти (rompra)	3 290 Р	6.0×
Кроп-жакет из денима	15 299 Р	Жакет из костюмной ткани с имитацией джинсы (rompra)	2 690 Р	5.7×
Платье из хлопка с асимметричным воланом	11 857 Р	Приталенное платье из хлопка и льна (rompra)	2 290 Р	5.2×
Платье-рубашка из хлопка	13 769 Р	Платье-рубашка из хлопка (rompra)	2 690 Р	5.1×
Жакет с фактурой "пье-де-пуль"	18 359 Р	Приталенный жакет из костюмной ткани в принте "пье-де-пуль" (rompra)	3 690 Р	5.0×

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	1 999 Р	Брюки Riri из кожи (12storeez)	84 000 Р	0.0×
Юбка	1 999 Р	Юбка Grain из фактурной кожи (12storeez)	65 000 Р	0.0×
Жакет	3 999 Р	Жакет Sleek из кожи (12storeez)	90 000 Р	0.0×
Жакет	3 999 Р	Жакет Sleek из кожи (12storeez)	90 000 Р	0.0×
Джемпер	1 799 Р	Джемпер из кашемира в рубчик (12storeez)	39 000 Р	0.0×
Юбка	2 999 Р	Юбка Grain из фактурной кожи (12storeez)	65 000 Р	0.0×

ELNY товар	ELNY Р	Аналог	Аналог Р	× раз
Юбка	2 999 Р	Юбка Grain из фактурной кожи (12storeez)	65 000 Р	0.0*
Юбка	2 999 Р	Юбка Grain из фактурной кожи (12storeez)	65 000 Р	0.0*

6. Метод и ограничения

- **Один снимок = одна точка.** Истинная эластичность (price_change → sales_change) требует ≥ 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: 11. Пар «ELNY-товар → конкурент-аналог» с similarity ≥ 0.75 : 3710.