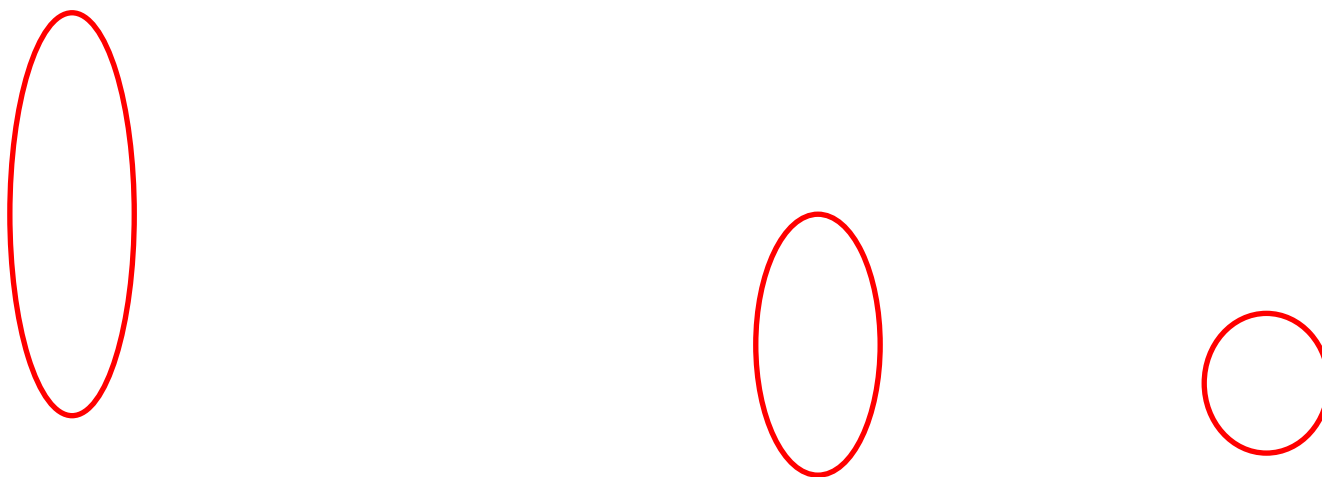


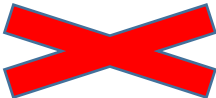
Уход за волосами.

*Шампуни и
кондиционеры*

Категория Hair Care - самая большая категория EECAR в секторе Красоты с годовым оборотом (вместе с кондиционерами) 2.3 млрд \$



**Оборот категории превышает годовые бюджеты таких стран, как:
Монако, Молдавия, Монголия, Туркменистан, Таджикистан
(и очень многих стран Африки) !!!**

Бренд	Потребительский сегмент	Ценовой сегмент	Ключевые выгоды для покупателя	
	От перхоти	Премиальный	До 100% свободы от перхоти* (*видимой перхоти при регулярном применении)	
	Косметический	Высокий	Волосы сияют здоровьем	
	Для всей семьи	Средний	100% объема	
	Рознично-Профессиональный	Высокий	130 лет профессиональной экспертизы	
	Косметический	Супер премиальный	Волосы выглядят гуще и на 10 лет моложе	
	Косметический	Супер премиальный	Красивые волосы – это не все, что тебе нужно для счастья, но с них можно начать	
	Косметический	Высокий	С головой в удовольствие	

***P&G - компания N1
в категории Уход за Волосами
с самой большой value share !!!***

SHAMPOOS	Доля в деньгах		Доля в объеме	
	ФГ14/15*	Разница к ПГ	ФГ14/15*	Разница к ПГ
PROCTER&GAMBLE	26.0	0.2	19.8	0.5
UNILEVER	21.8	-0.6	24.6	-1.0
HENKEL	17.8	0.9	21.1	2.0
L'OREAL	10.0	-0.6	8.1	-0.9

Доля в деньгах	
Февраль'15	Инд к ПГ
26.6	0.3
20.5	-1.7
17.9	0.6
9.5	-0.3

***H&S – бренд №1 на российском рынке !
Pantene – бренд №1 в косметическом сегменте и
растет !***

***Shamtu - #3 в среднем ценовом сегменте
и уменьшает разрыв до лидера сегмента !***

SHAMPOOS	Доля в деньгах		Доля в объеме	
	ФГ14/15*	Разница к ПГ	ФГ14/15*	Разница к ПГ
PROCTER&GAMBLE	26.0	0.2	19.8	0.5
HEAD&SHOULDERS	14.0	0.0	8.4	-0.1
PANTENE	6.1	0.1	4.4	0.1
SHAMTU	3.7	0.5	5.2	0.7
WELLA PRO	1.8	0.0	1.7	0.1
HE	0.3	-0.3	0.2	-0.2

Share in SH/CN/TRT business	RDs shipments, MSU	TOTAL P&G	SH/CN/TRT				
			Total HC	Diff vs. P&G	H&S	Pantene	Shamtu
8%	ALIDI	87%	80%	-7%	76%	83%	95%
7%	CDCO	99%	86%	-12%	86%	89%	100%
6%	DMS	97%	95%	-3%	91%	95%	111%
6%	MAGNAT RUSSIA	97%	105%	+7%	104%	103%	120%
5%	PARITET	95%	102%	+7%	104%	98%	112%
4%	AP TRADE	102%	102%	0%	101%	105%	115%
3%	KAVKAZ TORG	98%	96%	-3%	85%	104%	113%
3%	SMILE	95%	98%	+3%	99%	100%	106%
3%	FRACHT	95%	96%	+1%	91%	108%	104%
2%	TRANSASIA	98%	100%	+3%	96%	117%	111%
48%	RDs	98%	95%	-3%	96%	91%	112%
52%	NA DD	134%	143%	+8%	128%	138%	172%
100%	TOTAL	111%	115%	+4%	111%	109%	134%

Категория Hair Care растет быстрее всего P&G за счет опережающего роста NA DD

✓ **H&S: отстает в NA DD и падает в RD покрытии – необходим фокус CBD на опережающий рост бренда !!!**

✓ **Pantene: опережающий рост в NA DD и падение в RD покрытии – необходимо сохранить динамику в NA DD и обеспечить рост в RD покрытии !**

✓ **Shamtu: опережающий рост вследствие переключения покупателей на более доступные продукты – необходимо сохранить и увеличить долю Shamtu в**

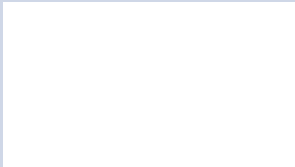
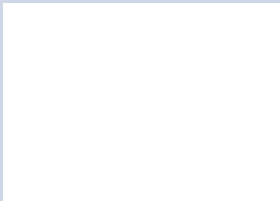
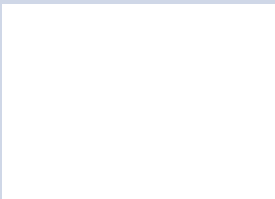
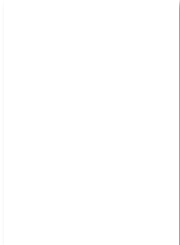
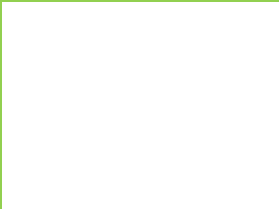
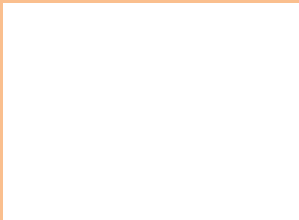
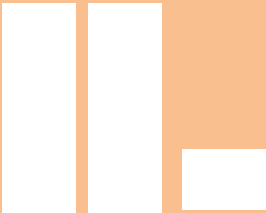
**Вырастить покрытие каждого из
Hair Care брендов P&G**

**Вырастить долю P&G в СКЮ за счет
роста доли H&S и Shamtu
и сохранения доли Pantene в шампунях**

100% Power SKU compliance по всем брендам

**Целевая доля в промо
(см. Промоприоритеты)**

Инициативный план категории Hair Care, H2 2015

	Июль	Август	...	Октябрь	Ноябрь	...
					 DRAFT	
					 DRAFT	
					 DRAFT	
						

Pantene

H&S

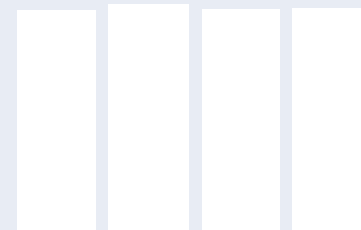
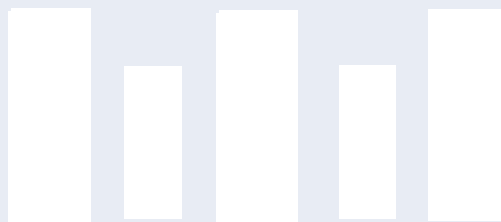
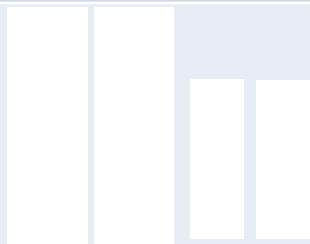
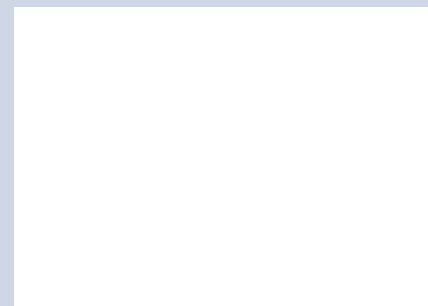
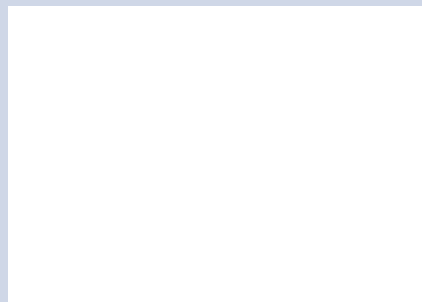
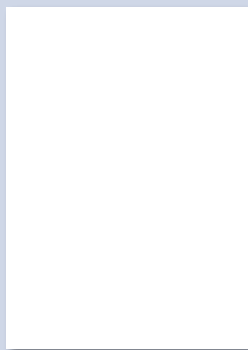
Shamtu

Heron

Fresh&Clean

Aura Leverage

АВГУСТ 2015



+ 4 SKU
“Очищение и питание”
SOS 18.07.15

5 SKU
Ограниченные серии коллекций:
Основной уход 2в1 400/200
Ментол 2в1 400/200
Sports Fresh 400
SOS 01.06.15

Драйв PSKU

Цель каждой инициативы - растить стоимость категории

Устойчивый рост
категории

Больше денег с
1 продукта
+ 1 рубль

Фокус на
дополнительных
выгодах продукта

Выкладка согласно предпочтениям покупателей
(SBD)

Калькулятор роста

ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ РОСТ	H&S	Pantene	Shamtu
	Clean&Fresh	Heron	Aura Leverage
Y1 VOLUME, MSU	452		
Y1 INCREMENTAL, MSU	307		
ДОЛИ P&G В ДЕНЬГАХ	+0,5%		
ДОЛИ P&G В ОБЪЕМЕ	+0,4%		
ВСЯ КАТЕГОРИЯ	+0,11%		

Head & Shoulders

N

1

Ролик ПРО ЭТО:

<https://www.youtube.com/watch?v=h7ePb190O98>

Head & Shoulders



Head & Shoulders – 5 лет лидерства и
роста



RU Value share, %	FY10/11	FY11/12	FY12/13	FY13/14	FY14/15TD
H&S	12.2	12.8	13.4	13.8	14.1
Ближ. конкурент	5.3	5.4	5.5	5.7	5.7

Потенциал роста сегмента по уходу за кожей головы – в 3 раза.

- 50% людей испытывают проблемы перхоти или кожи головы
- Доля сегмента в шампунях составляет лишь 16%.

*A.C. Nielsen

**Global Habits and Practice study run in 2013 and included US, GC, Mexico, Japan, UK and was run by IPSOS

Потенциал H&S еще больше !

- За счет роста доли внутри сегмента

Доли в объеме	Сейчас	Долгосрочная цель
Сегмент против перхоти в России	16%	50%
H&S в сегменте	51%	75%
H&S в категории	8%	37%

*A.C. Nielsen

**Global Habits and Practice study run in 2013 and included US, GC, Mexico, Japan, UK and was run by IPSOS

Head & Shoulders

ПОКУПАТЕЛЬ ГОТОВ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ ЗА H&S ДАЖЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Head & Shoulders	мужчины, %	
	Май'14	Дек'14
Стоит платить больше	27	28
Хорошее соотношение цены и качества	38	37

**Мы не будем покупать другой шампунь,
мы просто будем покупать его в более
дешевом магазине***

БРЕНДЫ ЛИДЕРЫ СОХРАНЯЮТ ЛИДЕРСТВО В КР|

Доля H&S выросла
в дорогих ценовых
сегментах в
прошлый кризис, и
продолжила расти
после.

Доля в высоком + премиальном сегменте	FY0708	FY0809	FY0910	FY1011	FY1112
	24	25	26	27	29
Head & Shoulders					

Стратегия Head & Shoulders

Убедить всех, у кого есть перхоть, пользоваться
H&S



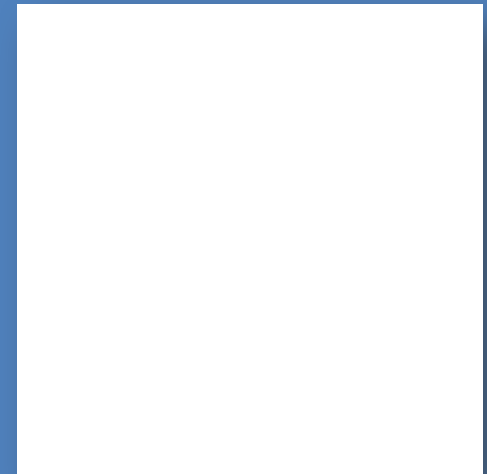
Растить базу

Мужчины 25+, кто
страдает проблемами
перхоти и кожи головы



Привлекать новых
потребителей

Молодые парни 16-24,
кто считает H&S
старомодным брендом



ЖИЗНЬ МЕНЯЕТСЯ, НО 100% ЗАЩИТА ОТ Н&S ОСТАЕТСЯ НЕИЗМЕННОЙ

Инсайт:

В сложное время кризиса я не хочу переплачивать, покупая некачественные продукты, поэтому я буду продолжать покупать продукты, в которых уверен.

История:

Жизнь в России меняется год от года, принося новые сюрпризы, но H&S остается брендом № 1 благодаря его уникальной формуле, которая совершенствуется и дарит непревзойденный результат

5 СКЮ с обновленным дизайном в партнерстве с ФИБА*

Старт продаж: 1
июня'15

	Осн. уход 2в1	Ментол 2в1	Спорт
200мл	X	X	
400мл	X	X	X

* Международная федерация баскетбола

2 ключевые коллекции H&S
обеспечивают > 40% продаж бренда.



Продуктивност
ь среднего
СКЮ H&S

Обновленный дизайн H&S

Футбол – спорт №1 (уже было в Июле'14) -

Хоккей – спорт №2 (уже было в Феврале'14)

Пришло время баскетбола - №3 спорт в России*

- Чемпионат Европы по баскетболу будет проводиться с 5 по 20 сентября 2015 г
- За историю чемпионата СССР/Россия занимала 1-е место 15 раз!

* По данным Росспорта среди тех, кто увлекается каким-то видом спорта

Н&S и ключевые коллекции имеют большой потенциал по росту дистрибуции:

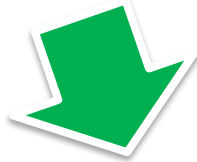
% точек с Н&S от кол-ва точек в которые отгружены шампуни, ПЗМ*	
ЦДК	85
Фрахт	88
Алиди Россия	82
Кавказ Торг	88
Магнат	84
Смайл	85
Трансазия	85
Эй Пи Трейд	91
ДМС	85
Паритет	87
Россия	85

% точек от кол-ва точек в которых есть Н&S, ПЗМ*	Осн. уход 2в1		Ментол 2в1		Спорт 400
	400	200	400	200	
ЦДК	71	51	55	54	13
Фрахт	72	68	58	61	13
Алиди Россия	61	48	45	45	15
Кавказ Торг	66	72	64	72	27
Магнат	55	63	49	57	15
Смайл	56	55	52	61	17
Трансазия	64	66	51	61	10
Эй Пи Трейд	64	68	67	53	17
ДМС	67	68	53	60	16
Паритет	60	64	50	52	17
Россия	58	65	52	55	15

Для чего нужен второй размер в топ коллекциях H&S?

16
%

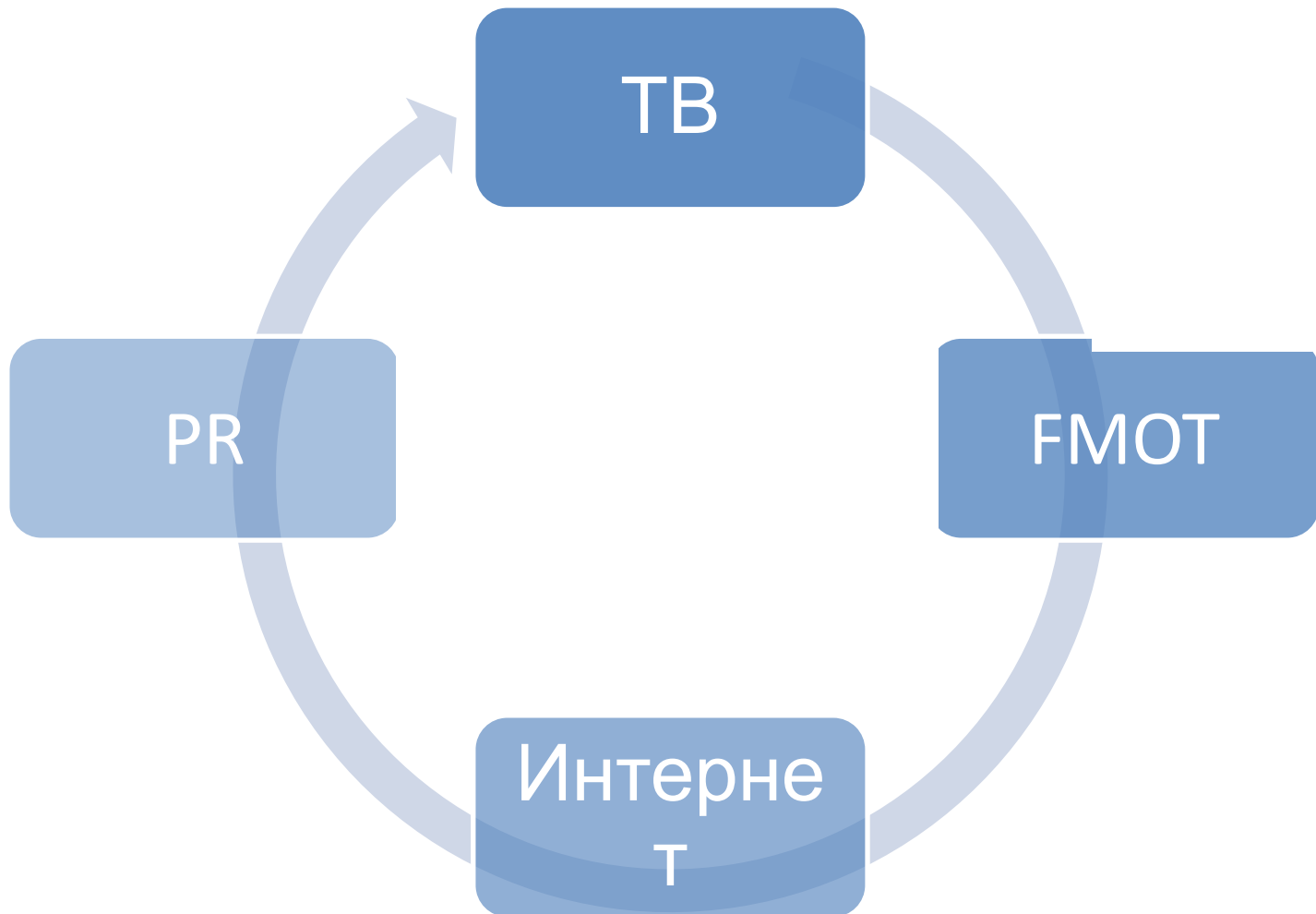
В среднем, 16% продаж одного размера в коллекции происходит за счет другого размера в той же коллекции



84
%

Очень высокие дополнительные продажи:
84% продаж размера приходит вне этой коллекции, что означает очень высокие дополнительные продажи

План поддержки 360° СИЛЬНЕЕ, ЧЕМ В ПРОШЛОМ ГОДУ



Цели по листингу

- 1) Н&S везде где есть категория
- 2) СКЮ с обновленным дизайном везде где есть Н&S

	C&C/ HM/S M	MM	Disco unter	Beaut y Drug	HFS	eCom merc e	Phar macy
Н&S Основной уход 2в1 400мл	X	X	X	X	X	X	
Н&S Основной уход 2в1 200мл	X	X	X	X	X		X
Н&S Ментол 2в1 400мл	X	X	X	X	X	X	
Н&S Ментол 2в1 200мл	X	X		X	X		X
Н&S Спорт 400мл	X	X	X	X		X	

Key Visual

POSM меню

✓ **Общедоступное меню***

Напольный
дисплей

Паллетная
декорация

Набор для Традиционной
розницы

Постер А3

Шелфтре
й

Ценник

✓ **Материалы, изготавливаемые под запрос на декорацию**

Торец
горизонтальный

Антикражные
ворота

Постер
City Format

Стоппе
р

Постер А4

* будет изготовлено на период 6 месяцев

Рекомендации по выкладке H&S

- Выкладка по коллекциям вертикальными бренд-блоками.
- Ключевые/инициативные коллекции на уровне глаз
 - Инициативные: Основной уход 2в1, Ментол 2в1, Sports Fresh
 - Для нее (20% полки): Густые и Крепкие, Объем от самых корней, Против выпадения волос из-за ломкости для нее, Гладкие и шелковистые.
 - Для него: выкладка в основной категории единым суб-бренд блоком, и в случае наличия Мужского Острова выкладка on-top к основной категории (Old Spice, Глубокое очищение, Против выпадения волос для него)
- Внутри коллекции выкладка в следующем порядке: SH+2in1+COND+специальное средство
- Сплит между формами продукта для избежания OOS: SH -90% / CND-8% / TRT-2.
- Шелф треи с клеймами в 100% магазинах.

*НЕ СОГЛАШАЙСЯ НА
КОМПРОМИСС, КОГДА ТЫ
МОЖЕШЬ ИМЕТЬ ВСЕ*

Pantene Heron

Слияние с природой

Коллекция

«Очищение и питание»

Старт отгрузок: 18.07.15

Старт эксплуатации: 01.08.15

PANTENE = УВЕРЕННЫЙ РОСТ

	Фев'15	DYA	P3M	DYA	P6M	DYA
Pantene	6,4	+0,3	6,4	+0,4	6,1	+0,2
Fructis	4,3	0,0	4,1	-0,2	4,2	-0,0
Elseve	3,4	0,0	3,6	+0,2	3,9	+0,1
Dove	3,2	0,0	3,2	-0,0	3,2	0,0
Gliss Kur	3,1	-1,1	3,7	-0,6	3,8	-0,4

113% рост продаж дистрибьютера

112% рост продаж P&G



**Сильная
постоянная**



**Супер
инновация**

Сильная поддержка - залог роста

- Конкуренты снизили уровень поддержки в кризис:

	P&G	Unilever	L'Oreal	Henkel
Доля в TV рекламе, %	27%	20%	19%	20%
По сравнению с прошлым годом, %	118	67	90	125

Сильная поддержка - залог роста

- Конкуренты инвестируют меньше и снижают поддержку:

	Pantene	Dove	Elseve	Fructis	I
Доля в TV рекламе, %	10%	6%	9,5%	9%	7%
По сравнению с прошлым годом, %	122	84	106	93	122

- Pantene усиливает поддержку в фискальном году 2015/16:

Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun
ТВ и видео реклама в интернете										> БОЛЬШЕ	
Всегда в интернете: рекомендации, поиск, Vkontakte, youtube, баннеры										> БОЛЬШЕ	
Активности на everydayme.ru (8ММ женщин)										> НОВОЕ	
Реклама в журналах, сэмлиг, ПР											
Программы по работе с молодой аудиторией, сэпплинг										> НОВОЕ	

PANTENE = УВЕРЕННЫЙ РОСТ

	Фев'15	DYA	P3M	DYA	P6M	DYA
Pantene	6,4	+0,3	6,4	+0,4	6,1	+0,2
Fructis	4,3	0,0	4,1	-0,2	4,2	-0,0
Elseve	3,4	0,0	3,6	+0,2	3,9	+0,1
Dove	3,2	0,0	3,2	-0,0	3,2	0,0
Gliss Kur	3,1	-1,1	3,7	-0,6	3,8	-0,4

113% рост продаж дистрибьютера

112% рост продаж P&G



**Сильная постоянная
поддержка**



**Супер
инновация**

НАТУРАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ

– потенциал для Pantene

- Самый большой в Европе $\approx 36\%$ категории;
- Уверенно растет за счет премиальных и дешевых игроков;
- Русские женщины верят в натуральные ингредиенты и знают, для чего они нужны;
- Pantene Nature Fusion – коллекция №3 по

прс гивности

Natura Siberica:

- Дороже категории на 124%;
- Цена на полке как у Pantene;
- 1,8% рынка в деньгах;
- Рост к прошлому году 125%;

**23 млн (21 %) женщин в России
имеют волосы смешанного типа!***

*Source: HairCare efactbook. Kantar data 2012. *22% женщин

**Source: Worldstat – Russia Population = 148MM with 57%women, 22% experiences mixed hair.

Новый Pantene Pro-V Очищение и Питание

**САМАЯ СИЛЬНАЯ ИННОВАЦИЯ PANTENE С 2009
ГОДА:**

**концепция новой коллекции СИЛЬНЕЕ концепции
коллекции Pantene Aqua Light (индекс 140)***

вошла в TOP 20 концепций**

*Новый Pantene Pro V Очищение и Питание с
экстрактом красного грейпфрута для волос
смешанного типа глубоко очищает волосы у корней и
питает сухие кончики, придавая волосам здоровый и
красивый вид*

- концепция коллекции Pantene Очищение и питание вызывает у потребителя большее желание купить продукт, чем концепция коллекции Pantene Aqua Light

** концепция попала в 20 лучших концепций, когда-либо протестированных P&G в России в категории по уходу за волосами

Новый Pantene Pro-V

Очищение и Питание

**ИДЕАЛЬНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ТОЛЬКО ПРИ СОВМЕСТНОМ
ИСПОЛЬЗОВАНИИ**

ШАГ 1: Шампунь

мягко удаляет
излишки жира у
корней волос, в то
же
время питая их по
всей длине

ШАГ 2: Бальзам ополаскиватель

насыщает волосы
защитными
ингредиентами на
клеточном уровне,
придает объем у
корней
и питает кончики

**Формула с
гистидином:** новый
натуральный
ингредиент, питает
волосы изнутри без
утяжеления!



Маркетинговая поддержка 360 градусов



POSM меню

✓ **Материалы, изготавливаемые по сплиту**

Напольный
дисплей

Паллетная
декорация

Набор для Традиционной
розницы

Постер А3

Образовательная
листовка

Шелфтре
й

Ценник

✓ **Материалы, изготавливаемые под запрос на декорацию**

Горел
гондолы

Антикражные
ворота

Постер
City Format

Стоппе
р

Постер А4

Цели по листингу

- 1) **Pantene** везде, где есть категория
- 2) **Инициативные СКЮ** везде, где есть **Pantene** *

	Cash & Carry /HM /SM	Mini mark ets	Disco unter s	Beaut y/ Drug	HFS	E-Co mme rce
PANTENE Шампунь Слияние с природой Очищение и Питание 400мл	X	X	X	X	X	X
PANTENE Бальзам-ополаскиватель Слияние с природой Очищение и Питание 400мл	X			X		X
PANTENE Шампунь Слияние с природой Очищение и Питание 250мл	X	X		X	X	
PANTENE Бальзам-ополаскиватель Слияние с природой Очищение и Питание 200мл	X	X		X	X	

Август'

15

Рекомендации по выкладке Pantene

Выкладка новой коллекции:

- Новую коллекцию Очищение и Питание ставить на уровень глаз рядом с TOP коллекциями Густые и Крепкие, Аквалайт, Интенсивное Восстановление и Объем
- По результатам 6 месяцев выкладка будет изменена после оценки продуктивности коллекции
- Коллекцию PPV Против Выпадения Волос ставим ниже

INTERNAL

Restricted

All decisions on pricing, promotion and distribution (assortment and shelving) are at the sole discretion of the retailer

***Shamtu AURA leverage
Abzycm'15***

Золотой век Shamtu

Два с половиной года уверенного роста

- **Сильная концепция – 100% объем**
 - **Регулярная ТВ поддержка**
 - **«Умное» промо**

Уверенный рост долей



- **Дистрибьюция (покрытие)**
 - **Полка (SKU share/PSKU)**

Почему Shamtu важен для нас ?именно сейчас

ЧАСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ НАЧИНАЕТ ЭКОНОМИТЬ



БОЛЕЕ ДЕШЕВЫЙ, НО КАЧЕСТВЕННЫЙ ШАМПУНЬ И КОНДИЦИОНЕР

Динамика сегментов в кризис 08/09:

Низкий сегмент +11 п.

Средний сегмент +8 п.

Высокий сегмент -7 п.



Категория шампуней, 2-е полугодие 08/09 к ПГ

**НИ ПЯДИ КАТЕГОРИИ КОНКУРЕНТАМ !
ПОДДЕРЖИ SHAMTU !**

!Shamtu – здоровый бренд

Чего она хочет?

- 89% хотят Объемные Волосы!
- Натуральные продукты выбирает более 85% женщин!
- Она покупает товары для всей семьи!

Показатели	ІҮА
Пенетрация	124
*ТОМ	145
**УВА	109



*бренд, который первый приходит на ум без подсказки

**бренд, который приходит на ум после первого, и тоже без

Медиа план

In-Store: BIC POSM

Digital: Семейная
платформа
(GHN: everydayme.ru)

**Средний
ценовой
сегмент 100%
Объем даже на 2-
!ой день**

TV:
Олешко

Digital: поиск на Яндекс,
Google

POSM меню

✓ **Общедоступное меню ***

Напольный
дисплей

Паллетная
декорация

Набор для Традиционной
розницы
Постер А3

Шелфтре
й

Ценник

✓ **Материалы, изготавливаемые под заказ на декорацию**

Горел
гондолы

Антикражные
ворота

Постер
City Format

Стоппе
р

Постер А4

* будет изготовлено на период 6 месяцев

! Shamtu - 3 шага к успеху

1. Есть шампунь?

Грузи Shamtu!



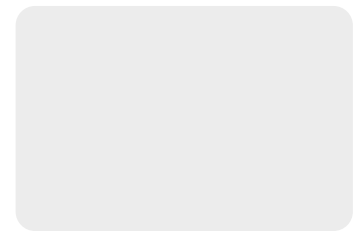
2. Есть Shamtu?

Грузи Power SKU!



3. Не слишком ли мало ?

Залисти ON TOP всего 2 SKU Shamtu!

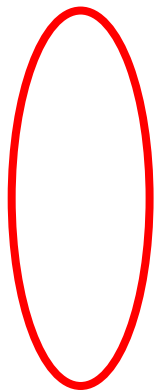


! Цели по листингу для каждого

- 1) *Shamtu в **КАЖДОМ** магазине, где есть категория шампуней !*
- 2) *2 SKU ON TOP в **КАЖДЫЙ** магазин !*
- 3) *~~ТОП SKU в **КАЖДОМ** МАГАЗИНЕ СТРАНЫ* !~~*

	Cash & Carry /HM/ SM	Mini mark ets	Disco unter s	Beaut y/ Drug	HFS	E-Commer ce
SHAMTU Шампунь С экстрактом фруктов, 380мл	X	X	X	X	X	X
SHAMTU Шампунь С экстрактом трав, 380мл	X	X	X	X	X	X
SHAMTU шампунь Свежесть ментола, 380мл	X	X		X	X	X

? Найди 10 отличий



VS

**В рамках программы
оптимизации
ассортимента P&G мы
выводим спреи Shantui
(2 SKU: отгрузки
остановлены с 01.01.2015)**

**Проактивно ротируйте
данные SKU на
отсутствующие в
ассортименте вашего
Заказчика Power/Initiative SKU !!!**

Рекомендации по выкладке Shamtu

Семейный

Make it Simple	
1	Разместить в отдельном сегменте – Разместить Шамту в семейном сегменте, рядом с ключевым конкурентом (Shauma)
2	Разместить отдельным бренд блоком – Бренд расположен вертикально в больших магазинах, напр. Гипермаркет (горизонтальное размещение может быть допустимо для маленьких форматов)
3	Совместная выкладка внутри категории – Разместить шампуни и кондиционеры вместе, объединить со спецсредствами в коллекциях, где они присутствуют: Шампунь, Кондиционер, спецсредство)
4	Размещение по коллекциям ;ТОП коллекции на уровне глаз - Новые коллекции рядом с/над/под ТОП коллекциями с - ;минимум 1 фейсингом SH/CON Мужские коллекции горизонтально в 2 блока рядом с - мужскими коллекциями конкурентов
Guide Me	
5	Клеймы на полке – Брендированные клеймы: 100% Объем на полке (в месте продажи); стимулирует дополнительные продажи (trade-in, up, across) и снимает барьеры при покупке.

Цели и инструменты

Цели

- 1) Удержать долю P&G в СКЮ
- 2) Вырастить Power SKU compliance ***
- 3) Удержать 400мл в ассортименте (core size, 75% sales)
- 4) Вырастить долю Shamtu (с ростом сегмента)
- 5) Листить инициативные новинки (H&S, Pantene, Shamtu)**
- 6) В случае оптимизации ассортимента заказчиком вместо СКЮ, дающих нижние 20% продаж, листить 2-й размер в ключевых коллекциях (H&S, Pantene)**

Подробную презентацию вы можете найти [по ссылке](#)

Коллекции
дающие
80% продаж
- удержать

нижние 20%
продаж -
ротировать

* только PSKU compliance помогает удерживать покупателей в высоких ценовых сегментах

** в среднем, 16% продаж одного размера в коллекции происходит за счет другого размера той же коллекции; 84% продаж размера приходит извне

Приоритет #1
100% POWER SKU Compliance

Приоритет #2
Дополнительный листинг
инициативных позиций

Для роста категории **важны**:

- Правильный ассортимент
- Справедливая доля в SKU
- Доступность товара на полках

При важности каждого SKU на полке, Power SKU **особенно** важны

✓ **Диспропорционально** влияют на бизнес результаты

✓ **Стратегически** важны для роста категории

Hair Care PSKU 2015

Что делать - **шаги**:

1. Определить **КОЛИЧЕСТВО SKU P&G** в ассортименте заказчика
P&G доля в SKU **>= доли в продажах заказчика**
2. Завести в ассортимент **POWER SKU (лист А)**
3. Поставить **НОВИНКИ** на полку **ДОПОЛНИТЕЛЬНО**

BRAND	SKU		
	Основной Уход 2в1	Ментол 2в1	Энергия Океана
	Густые Почки	Интересное Восстановление	Антистресс
	Энергия Фруктов	Травяной Коктейль	Свежесть Ментола
	Глубокое восстановление	Объемно и долго	

PSKU Цель – 90%

DISTRICT	TOTAL P&G (ND'14)	Total SH/CND/ TRT(ND'14)	Diff vs P&G	Diff vs PP (AS'14)
Moscow HQ	78%	69%	-9	-6
Fracht	85%	84%	-1	-2
Alidi	84%	81%	-3	-5
Kavkaztorg&TransAsia	90%	88%	-2	-2
Smile	71%	74%	+3	+5
Magnat	72%	76%	+2	+4
DMS	78%	68%	-10	-2
Paritet	87%	85%	-2	-2
AP Trade	83%	85%	+2	0
RDs	80%	77%	-3	-1
NA DD	81%	77%	-4	-1
TOTAL	80%	77%	-3	-1

Hair Care PSKU compliance ниже цели/total P&G portfolio compliance и снижается

**Необходим фокус на Hair Care PSKU !
Важно работать с PSKU листом 2015 года!**

Инициативные PSKU позиции

Наименование	HM/SM/ C&C	MM	Disc	Beauty/ Drug	HFS	E-comm	Pharm
HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Основной уход 400мл	1	1	1	1	1	1	
HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Основной уход 200мл	6	5	6	6	4		1
HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Ментол 400мл	2	2	2	2	2	2	
HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Ментол 200мл	7	6		7	6		2
HEAD & SHOULDERS Шампунь Sports Fresh 400мл	3	4	4	5		3	
SHAMTU Шампунь С экстрактом фруктов 380мл	4	3	3	3	3	4	
SHAMTU Шампунь С экстрактом трав 380мл	5	7	5	4	5	5	

* красным цветом отмечены MUST

SKU

Инициативные ISKU позиции

Наименование	HM/SM/ C&C	MM	Disc	Beauty/ Drug	HFS	E-comm
PANTENE Шампунь Слияние с природой Очищение и Питание 400мл	1	3	1	1	3	1
PANTENE Бальзам-ополаскиватель Слияние с природой Очищение и Питание 400мл	2			2		2
PANTENE Шампунь Слияние с природой Очищение и Питание 250мл	3	1		3	1	
PANTENE Бальзам-ополаскиватель Слияние с природой Очищение и Питание 200мл	4	2		4	2	

* красным цветом отмечены MUST SKU

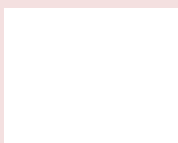
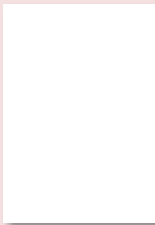
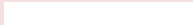
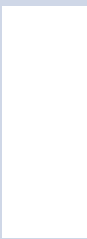
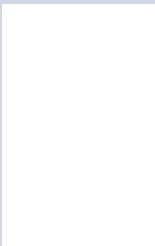
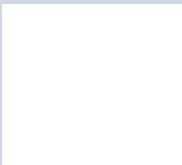
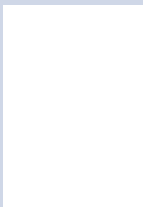
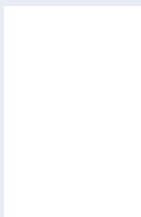
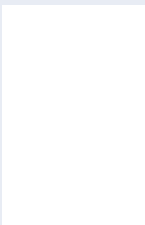
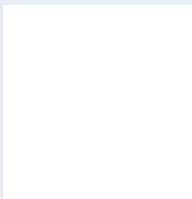
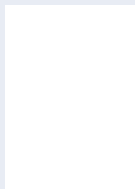
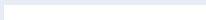
SKU Share target – 27%

**Растить долю в СКЮ через рост H&S и Shamtu и
сохранение доли в СКЮ Pantene**

Display/feature share target - 40%
(цель в неинициативный период -
35%)

**Обеспечить целевую долю
в Промо (дисплеи/листовки) !**

POSM MENU ПРИОРИТЕТЫ

Канал	Pantene						
	H&S						-
	Shamtu						-
		Картонны й дисплей	Декор. торец	Паллетна я обмотка	Постер	Трей	Образов. листовки
HM/C&C/SM		X	X	X	X	X	X
Drug/HH/Disc		X			X	X	X

Инструменты

Промо приоритеты Hair Care

#1

Head&Shoulders

#2

Pantene

#3

Shamtu

Промо стратегия Hair Care

Фокус на
пробную
покупку

Фокус на режимную
покупку
(через Купи-Получи)

Фокус на
пробную
покупку

Фокус на режимную
покупку
(через Купи-
Получи)

**Все решения о цене, промо активностях, размещении на полках и дистрибуции продукции принимаются*

Промо приоритеты в рамках портфеля, Н2 2015

При наличии 2 промо слотов

	La Moda July'15	Hair Care Aug'15	Sept'15	Wella Oct'15	Hair Care Nov'15	Dec'15
H&Sh SH 400 ml		X		X		X
PPV SH+CN 400 ml or PPV SH 400 ml + CN 200 ml	X		X		X	
Shamtu SH 380 ml		X			X	
Wella Pro SH+CN 500 ml				X		
Wellaflex HS+MS 250/200 ml	X			X		X
Aussie	X				X	

При наличии 1 промо слота

	La Moda July'15	Hair Care Aug'15	Sept'15	Wella Oct'15	Hair Care Nov'15	Dec'15
H&Sh SH 400 ml		X			X	
PPV SH+CN 400 ml or PPV SH 400 ml + CN 200 ml	X					X
Shamtu SH 380 ml			X			
Wella Pro SH+CN 500 ml				X		
Wellaflex HS+MS 250/200 ml	X			X		
Aussie	X				X	

Ценовое промо для KBD1,2

Период: *регулярно*

Продукты: *ассортимент P&G Hair Care*

* Детали смотри в Гайдансе

TFI 3%

Период генерации бюджета: *18.07 - 31.08*

Период инвестирования бюджета: *01.08 – 31.08*

Продукты: *Head&Shoulders, Pantene, Shantel*

Критерии получения: *листинг инициативных SKU
согласно цели по каналу*

Направление инвестиций: *дисплеи, листовки*

Drug channel

Кастомизированные механики Купи-Получи (TBC)

Ценовое промо *:

Альтернативные KBD/Золотые магазины

- 15% Pantene 400мл – 18.07-14.08
- 20% Shamtu 380мл - 18.07-14.08
- 10% H&S 400мл - 15.08-19.09

Оптовики

- 10% Pantene 400мл – 18.07-14.08
- 15% Shamtu 380мл - 18.07-14.08
- 5% H&S 400мл - 15.08-19.09

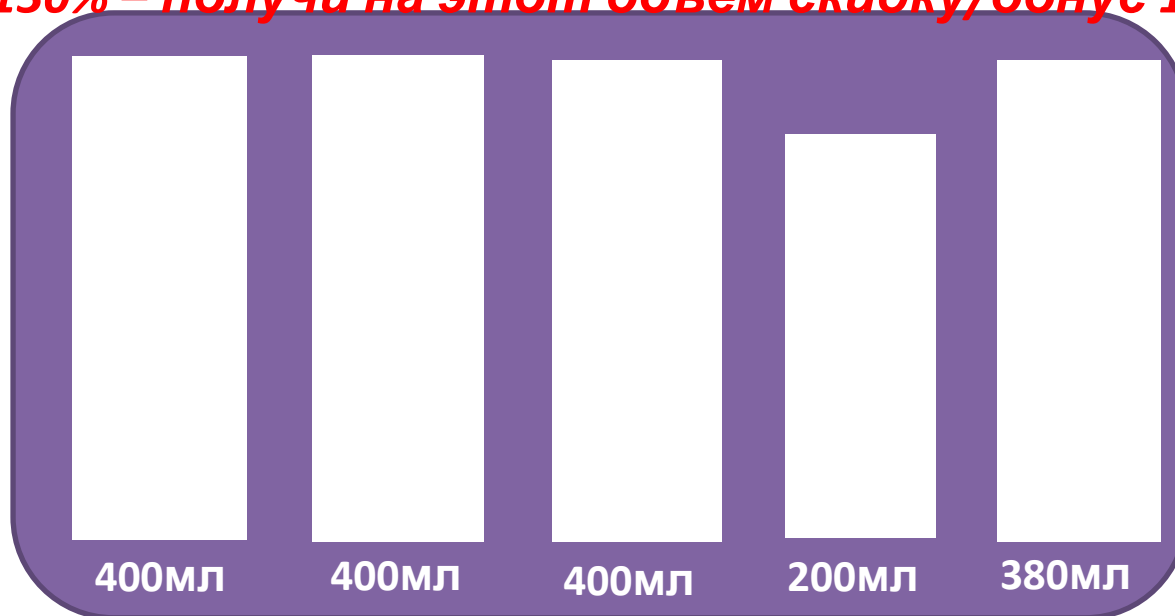
Купи/Получи:

Альтернативные KBD: [- КУПИ/ПОЛУЧИ: Альтернативный KBD - 1](#)
[- КУПИ/ПОЛУЧИ: Альтернативный KBD - 2](#)

Traditional Trade (GS/Non GS): [- КУПИ/ПОЛУЧИ: GS/Non GS - 1](#)
[- КУПИ/ПОЛУЧИ: GS/Non GS - 2](#)

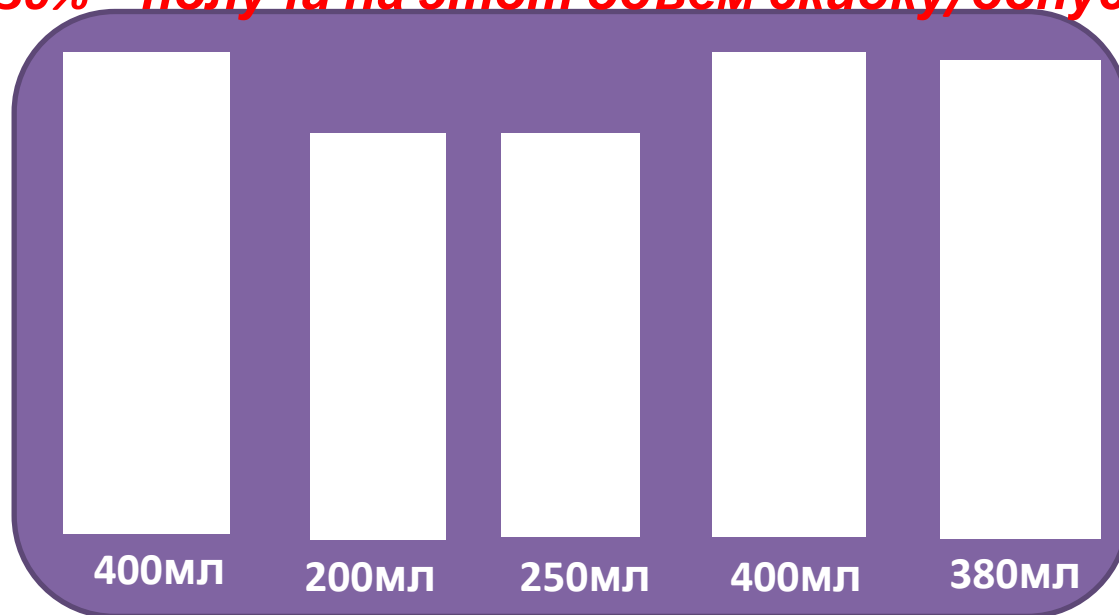
Оптовики: [- КУПИ/ПОЛУЧИ: Оптовики](#)

**Купи 5 инициативных SKU, вырасти отгрузки по ним в сравнении со
среднемесячными отгрузками данных SKU за период
Май/Июнь/Июль'15
с индексом 130% – получи на этот объем скидку/бонус 10%**



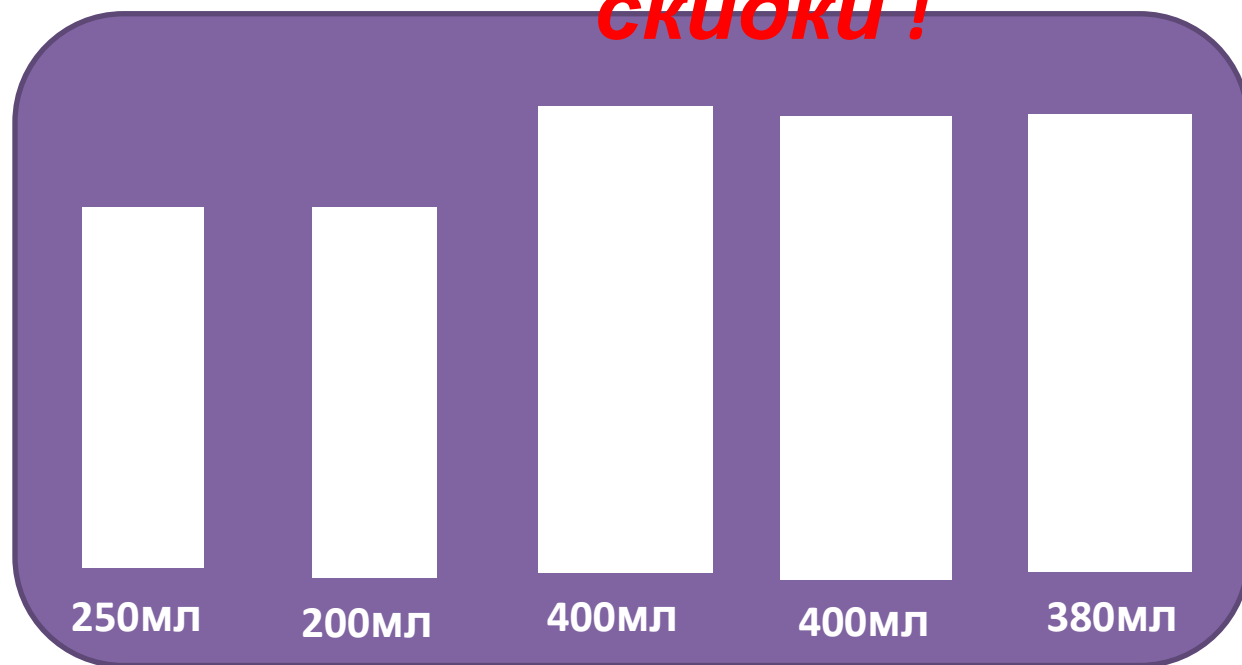
- 1) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 против перхоти Основной уход 400мл
- 2) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Ментол 400мл
- 3) HEAD & SHOULDERS Шампунь против перхоти Энергия океана 400мл
- 4) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 против перхоти Основной уход 200мл
- 5) SHAMTU Шампунь С экстрактом фруктов 380мл

**Купи 5 уникативных SKU, вырасти отгрузки по ним в сравнении со
среднемесячными отгрузками данных SKU за период
Май/Июнь/Июль'15
с индексом 130% – получи на этот объем скидку/бонус 10%**



- 1) PANTENE Шампунь Густые и Крепкие 400мл
- 2) PANTENE Бальзам-ополаскиватель Густые и Крепкие 200мл
- 3) PANTENE Шампунь Интенсивная Защита и Восстановление 250мл
- 4) PANTENE Шампунь Aqua Light 400мл
- 5) SHAMTU Шампунь С экстрактом трав 380мл

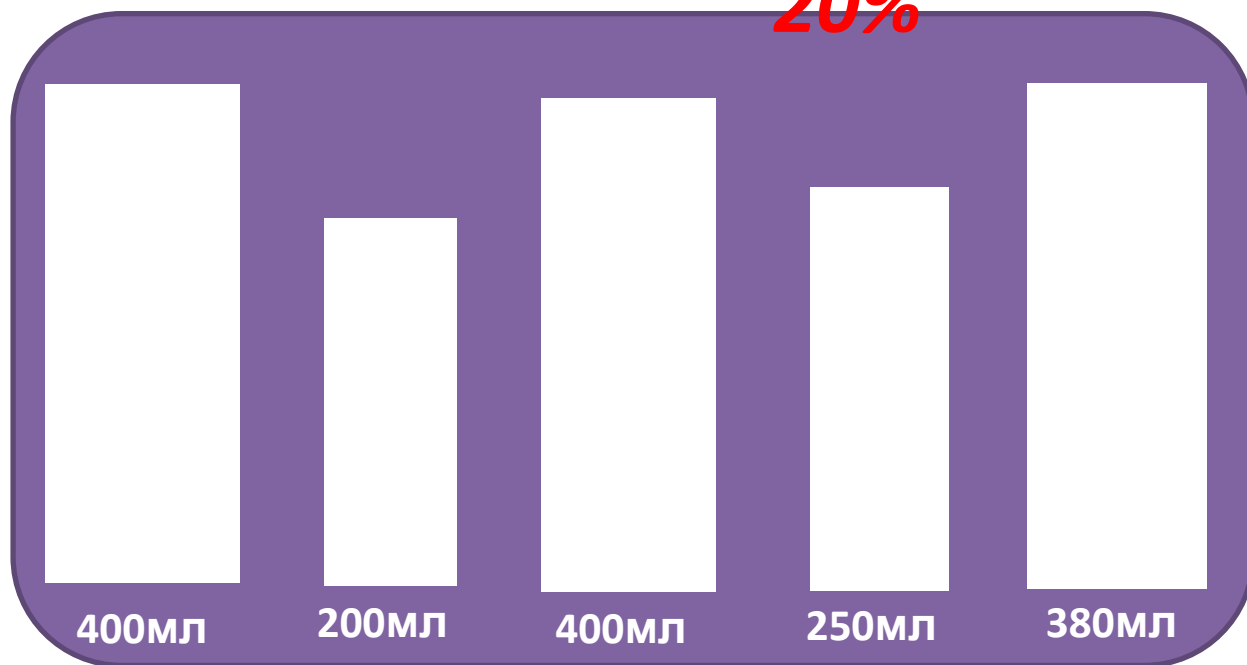
Купи 5 инициативных SKU – получи 25% скидки !



- 1) PANTENE Шампунь Слияние с природой Очищение и Питание 250мл
- 2) PANTENE Бальзам-ополаскиватель Слияние с природой Очищение и Питание 200мл
- 3) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 против перхоти Основной уход 400мл
- 4) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Ментол 400мл
- 5) SHAMTU Шампунь С экстрактом фруктов 380мл

Купи 5 уникативных SKU - получи скидку

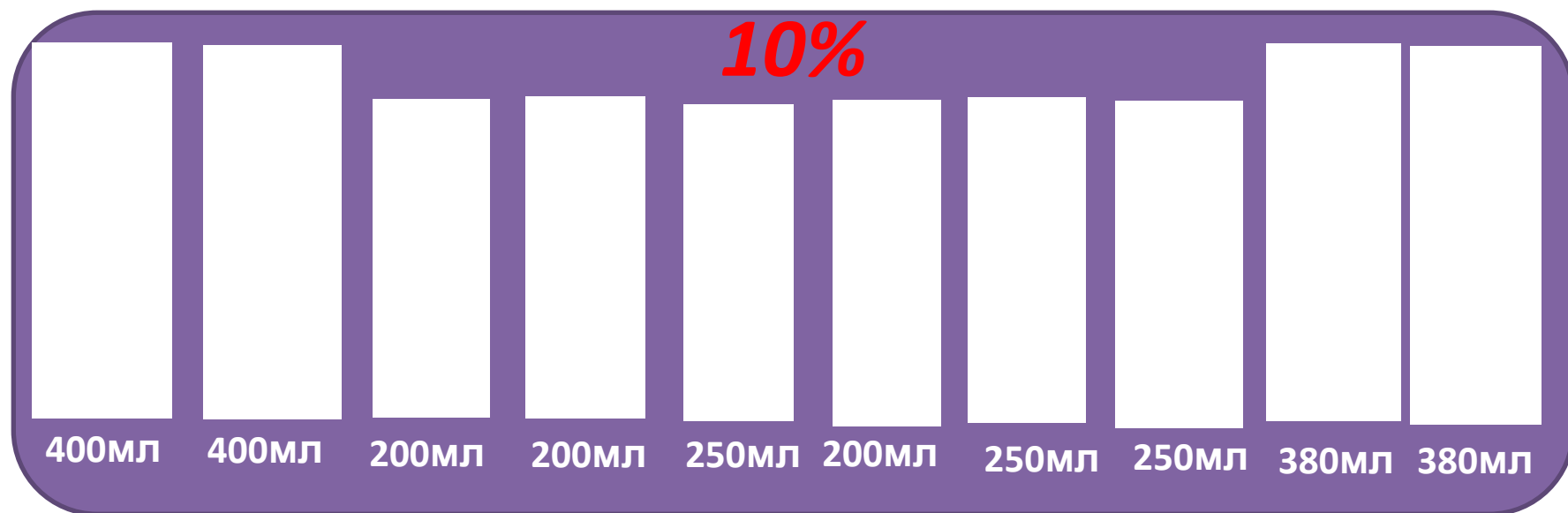
20%



20%

- 1) HEAD & SHOULDERS Шампунь против перхоти Энергия океана 400мл
- 2) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 против перхоти Основной уход 200мл
- 3) PANTENE Шампунь Густые и Крепкие 400мл
- 4) PANTENE Шампунь Интенсивная Защита и Восстановление 250мл
- 5) SHAMTU Шампунь С экстрактом трав 380мл

Купи 10 PSKU – получи скидку



- 1) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 против перхоти Основной уход 400мл
- 2) HEAD & SHOULDERS Шампунь 2в1 Ментол 400мл
- 3) HEAD & SHOULDERS Шампунь против перхоти Основной уход 200мл
- 4) HEAD & SHOULDERS Шампунь против перхоти Энергия океана 200мл
- 5) PANTENE Шампунь Густые и Крепкие 250мл
- 6) PANTENE Бальзам-ополаскиватель Густые и Крепкие 200мл
- 7) PANTENE Шампунь Интенсивная Защита и Восстановление 250мл
- 8) PANTENE Лёгкий питательный шампунь Aqua Light 250мл
- 9) SHAMTU Шампунь С экстрактом фруктов 380мл
- 10) SHAMTU Шампунь С экстрактом трав 380мл



**ХОРОШИХ
ПРОДАЖ**