



**Тренинговая презентация
по дегустации «Дада Экстра-
Витамины»,
19.09-13.10.2019 года**

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ АКЦИИ И ПРОГНОЗЫ

- 
- **Период проведения:** с 19 сентября по 13 октября 2019 г.
 - **Территория проведения:** Казахстан, Кыргызстан, всего 40 торговых точек
 - **Место проведения:** магазины категории А (гипермаркеты и супермаркеты)
 - **Количество рабочих часов:** 4 часа в день
 - **Время работы:** четверг-пятница с 16:00 до 20:00, выходные – с 14:00 до 18:00
 - **Количество промоутеров на точке:** один промоутер
 - **Расположение промостойки:** прикассовая зона **(возможно расположение в прикассовой зоне, внимательно смотреть в разрешении место расположения)**
 - **Продукт акции:** «ДаДа Экстра-Витамины» , три вкуса «Ягодный морс», «Ананас-манго-ромашка», «Яблоко-малина-шиповник»
 - **Формат активности:** дегустация.

 - **Прогнозы по количеству контактов** за весь период акции по всем торговым точкам: **200 000**
 - **Необходимое количество дегустационного продукта** на весь период

ЦЕЛИ АКТИВНОСТИ И ЗАДАЧИ АГЕНТСТВА

Цель активности:

- ✓ познакомить потребителей с новым продуктом;
- ✓ вызвать интерес ЦА к новинке;
- ✓ стимулировать продажи.

Задачи агентства:

- ✓ Просчет предварительной сметы (промо персонал, супервайзинг, логистика, доп. расходы по позиционно);
- ✓ Расчет промо продукта на весь период в литрах;
- ✓ Провести дегустацию новых вкусов.

ПРОМОСТОЙКА

КА



Непосредственно за промостойкой будет проводиться дегустация продукта. Дизайн и габариты конструкции представлены на изображении справа.



ЛИФЛЕТ С ВЛОЖЕНИЕМ СТИКЕРОВ

**ЖЕМИСТІ ДЕ КӨП,
ПАЙДАСЫ ДА КӨПІ***

С **DADA** МАМА МОЖЕТ БЫТЬ УВЕРЕНА,
ЧТО ОБЕСПЕЧИВАЕТ СЕМЬЮ САМЫМ ЛУЧШИМ:

ОБОГАЩЕН ВИТАМИНАМ:
1 стакан DaDa содержит столько же витаминов, как в 1 порции фруктов

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА —
ТОЛЬКО НАТУРАЛЬНЫЕ ФРУКТЫ**

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ
САХАРА**

**БОЛЬШЕ ФРУКТОВ,
БОЛЬШЕ ПОЛЬЗЫ!***

ДАДА РЕКОМЕНДОВАН ДЕТЯМ ОТ 3-Х ЛЕТ.

**ГОДНЫЙ МОРОС
КОЛОДЕЦЫ**

ВИНЕГРАД
В 100 мл сока содержится до 20% витамина С

АННАС-МАНГО-РОМАШКА
Для иммунитета и стройности

ВИТАМИН В
Содержит витамин В, который улучшает обмен веществ

БЛУБЕРА-МАЛИНА-ШИПОВНИК
Зарядит для иммунитета

В 100 мл сока содержится до 50% витамина С

СТЕКЛАНКА DA DA = 1 "ФРУКТ"

ВЛАД-СЕ

**КЕРЕМЕТ КӨՇІЛ-КҮЙ ҮШІН
СТІКЕРЛЕР**

**DADA — МЕН АНА ОТБАСЫНА ЕН
ЖАҚСЫСЫН БЕРГЕНТІНЕ СЕНІМДІ:**

ДӘРУМЕНДЕРМЕН БАЙЫТЫЛҒАН:
1 СТАКАН DA DA ҚУРАМЫНДА
1 ЖЕМИС ПОРЦИЯСЫНДАҒЫ ДӘРУМЕНДЕР БАР

**ЖИДЕК ШЫРЫНЫ
КОЛОДЕЦЫ**

ВИНЕГРАД
В 100 мл сока содержится до 20% витамина С

АННАС-МАНГО-РОМАШКА
Для иммунитета и стройности

ВИТАМИН В
Содержит витамин В, который улучшает обмен веществ

БЛУБЕРА-МАЛИНА-ШИПОВНИК
Зарядит для иммунитета

В 100 мл сока содержится до 50% витамина С

СТЕКЛАНКА DA DA = 1 "ФРУКТ"

**КАНТ ҚОСЫЛМАҒАН —
ТЕК ТАБИҒИ ЖЕМИСТЕР**

**КАНТ ЖОҚ!
АКСИДТЕН**

**АЛМА-ТАНҚУРАЙ КІТМУҒЫ
КЕЛІСЕТІН ДАДА**

В 100 мл сока содержится до 50% витамина С

**СТІКЕРСІ ДҮЛІ
ХОРОШЕГЕ НАСТРОЕНИЯ**

ДАДА 3 ЖАСТАН АҚСАТ БАЛАЛАРҒА ҰСЫНЫЛҒАН

Информационный лифлет для потребителей раздается всем посетителям торговой точки. Помимо сведений о новинках он полезен тем, что в нем есть яркие наклейки с изображением фруктов и значков витаминов, которые смогут украсить любую поверхность.

ПРОМОФОРМ А

Промофрма (платье с ремешком)

Цвет: голубые платья в цвет упаковки,
ремешки цветные.

Материал: габардин, экокожа.

Брендинг: логотип с левой стороны
передней части платья, на спинке лого
большого размера. Обувь – черные
туфли/балетки - промоутеры используют
свои.

Под платье можно одевать теплый свитер,
но его не должно быть видно!!!

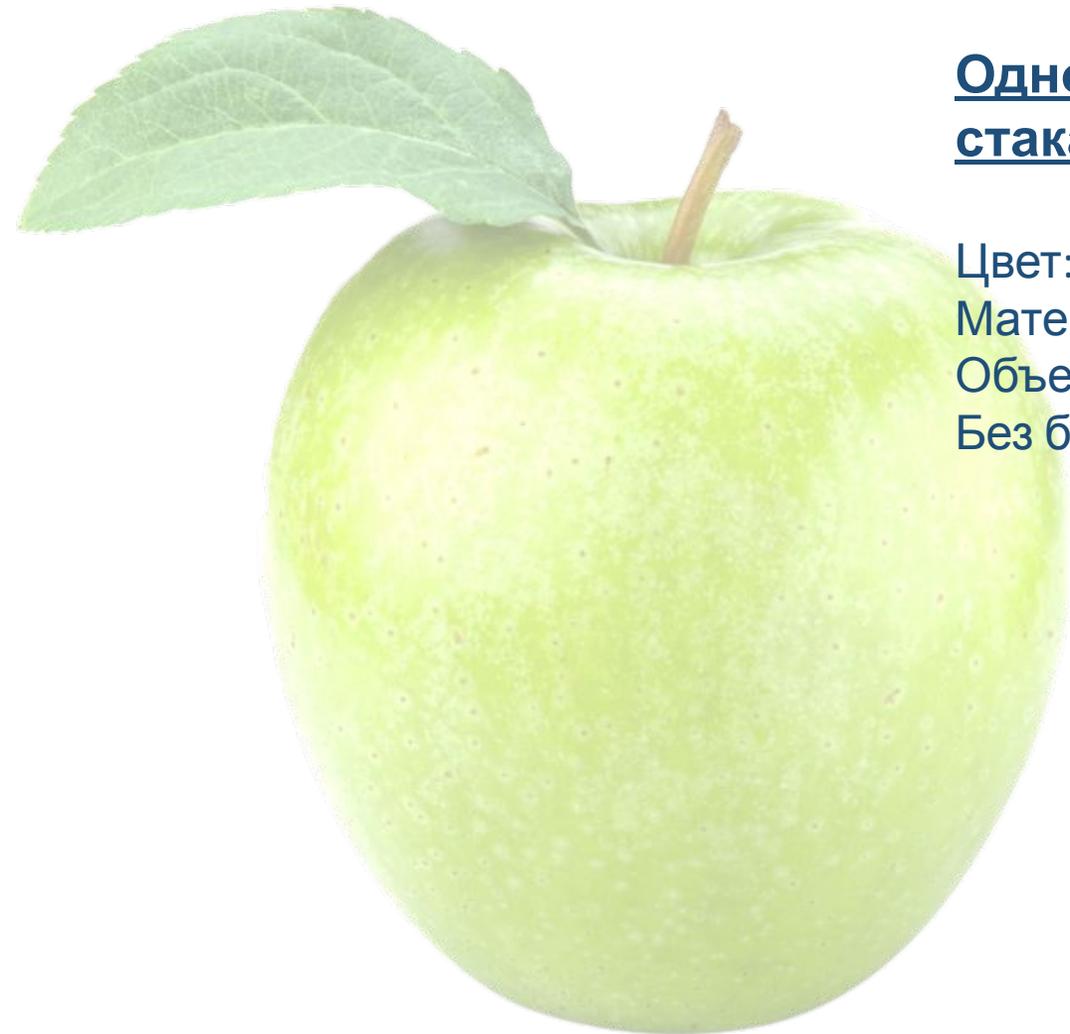
**Сверху одевать кофту\куртку
ЗАПРЕЩЕНО!!!**



СТАКАН Ы

Одноразовые стаканчики

Цвет: белый.
Материал: пластик.
Объем: 200 мл.
Без брендинга.



МЕХАНИКА РАБОТЫ

За 30-15 минут до начала рабочего времени промоперсонал прибывает в торговую точку, где приводит в порядок свое рабочее место: протирает стойку одноразовыми влажными салфетками, расставляет одноразовые стаканы, салфетки, готовит место под использованные материалы – мусоросборник (каждая точка оборудована мусорными коробками и пакетами для использованных стаканов). Производит выкладку продукта (3 упаковки с новыми вкусами выставляются на стойке, повернуты центральной частью к потребителю).

Промостойка располагается в прикассовой зоне, за ней работает девушка-промоутер. Она предлагает посетителям принять участие в дегустации новинок от торговой марки «ДаДа Экстра-Витамины» и консультирует по продукту. Дегустация проводится в одноразовых перчатках.

МЕХАНИКА РАБОТЫ

На выбор представлено три вида напитков: «ДаДа Экстра-Витамины» «Ягодный морс», «Ананас-манго-ромашка», «Яблоко-малина-шиповник».

Промоутер интересуется, какой из них желает попробовать потребитель и сразу наливает его (из расчета **50 мл** на каждый контакт) в один из одноразовых стаканчиков, расставленных на промостоле. Во время дегустации продукта промоутер рассказывает основные преимущества нового продукта от Да-Да и вручает потребителю лифлет с вложением стикеров (не молчит, пока клиент дегустирует напиток).

Ежедневно промоутеры заполняют отчетные ведомости по количеству израсходованных напитков и передают в конце дня супервайзеру.

Сами соки и стаканы на ежедневной основе на точку привозит супервайзер, который в течение дня по мере необходимости довозит продукт, а в конце дня забирает остатки и закрывает вместе с промоутером ТТ, проверяя состояние промостойки и аккуратность работы промоутера. Забирает мусор.

ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ ПРОМОУТЕРА

- 1) Соблюдение внешнего вида;
- 2) Идеальное знание и использование промоспича при работе;
- 3) Донесение до потребителя краткой информации о новинке, а также о том, что «ДаДа Экстра-Витамины» имеют гарантированный кэшбек в ВПЛЮСЕ;
- 4) Проведение дегустации (продукт всегда должен быть выставлен во всех трех видах);
- 5) Предложение приобрести товар активности (влияние на мнение потребителя);
- 6) Знание стоимости товара;
- 7) Знание сроков проведения рекламной кампании (даты, время) и торговых точек, в которых проходит дегустация;
- 8) Знание вкусов продукта акции.
- 9) ЗАПРЕЩЕНО сокращать наименование напитка до просто ДаДа, наименование всегда должно звучать **ДаДа Экстра-Витамины**



ТРЕБОВАНИЯ К

ПРОМОУТЕРСОНАЛУ

- * Работа должна начинаться с 08:00 по 19:00.
- * Форма должна быть чистая и выглаженная.
- * Макияж дневной (НЕ яркий), чистые волосы, ногти чистые, аккуратные, лак неяркий, чистое лицо, отсутствие кожных заболеваний, без дополнительных украшений (пирсинга, татуировок и т.д.).
- * Волосы промоутеров собраны в высокую гладкую шишку, не должны выбиваться из прически и падать на лицо.
- * Промоутер имеет право отходить от рабочего места только в том случае, когда на точке присутствует супервайзер, который может «присмотреть» за рекламными материалами и продуктом, и не более, чем на 5 минут.
 - Промоутер работает за промостойкой (в прикассовой зоне или в торговом зале у полок с продуктом, если это прописано в разрешении);
 - Обязательно строгое соблюдение промоспича и механики акции.
- * На протяжении всего рабочего дня промоутеры должны сохранять такт и доброжелательность по отношению ко всем клиентам, уметь уклониться от конфликта и **УЛЫБАТЬСЯ ПРИ КАЖДОМ КОНТАКТЕ!**
- * Обо всех возникающих проблемах промоутеры информируют супервайзера или менеджера проекта Kley agency.
- * Запрещено: пользоваться сотовым телефоном, общаться с другими промоутерами, знакомыми, вести беседы на посторонние темы с сотрудниками торговых точек и др.

ПРОМОСПИ Ч

Здравствуйте!

Попробуйте новинку **«ДаДа Экстра-Витамины»** (это название продукта, нельзя коверкать, менять местами слова или пропускать какое-то слово).

Еще больше фруктов- еще больше пользы!

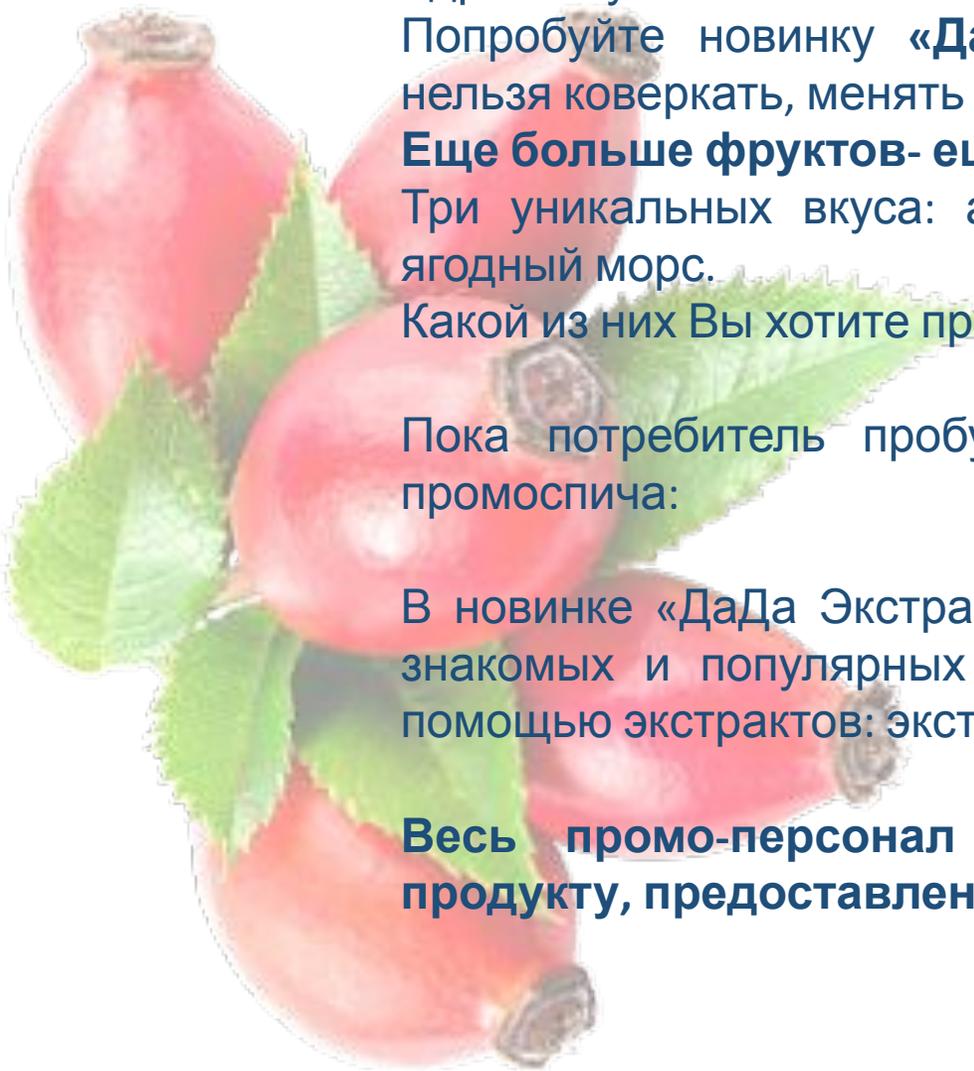
Три уникальных вкуса: ананас-манго-ромашка, яблоко-малина-шиповник и ягодный морс.

Какой из них Вы хотите продегустировать?

Пока потребитель пробует промоутер проговаривает следующую часть промоспича:

В новинке **«ДаДа Экстра-Витамины»** вы найдете сочетание понятных, всем знакомых и популярных фруктов и ягод, а польза витаминов усилена с помощью экстрактов: экстракт ромашки, экстракт шиповника, экстракт малина.

Весь промо-персонал владеет дополнительной информацией по продукту, предоставленной Заказчиком!!!



ПРОМОСПИЧ (ОТВЕТЫ НА ВОЗМОЖНЫЕ ВОПРОСЫ)

Вопрос	Ответ
Кто производитель продукта?	Производитель продукта компания RG Brands – это отечественный производитель, который на нашем рынке уже 25. Бренду DaDa 20 лет и это самая узнаваемая и самая любимая марка казахстанцев.
Какое содержание натурального сока в продукте?	Во вкусе «Яблоко-малина-шиповник» содержание сока 50%, в «Ананас-манго-ромашка» - 34%, а в «Ягодном морсу» - 15% (соком можно называть только продукцию, на 100% состоящую из сока - информация для промоутера, потребителю не озвучиваем эту информацию).
В продуктах нет сахара?	«Яблоко-малина-шиповник» и «Ананас-манго-ромашка» производится без добавления сахара, в «Ягодном морсе» сахар есть. (в продукции есть сахара натурального происхождения, поэтому мы не можем говорить, что сахара совсем нет)
А есть маленькие упаковки?	Все вкусы представлены только в объеме 950 мл (1 литр)
Откуда в соке витамины?	Витаминный комплекс добавляется в процессе производства
Ромашка, шиповник и малина – из них тоже делают сок?	Ромашка, шиповник и малина (листья малины) добавляются в виде экстрактов
Где можно купить продукт?	В данном магазине в отделе соков и на аллее скидок на паллетах
Можно ли давать продукт детям?	«DaDa Экстра-Витамины» рекомендован детям от 3-х лет (подтверждено Свидетельством гос. регистрации)
На них есть скидка	Да, сейчас на соки ДаДа действует скидка (цену проговариваем ту, которая действует в ТТ)

ПРОВЕРКА РАБОТЫ ПРОМО-ПЕРСОНАЛА

На промо-стойке на протяжении всей акции должна находиться
 «АНКЕТА ОЦЕНКИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА НА ДЕГУСТАЦИИ «ДАДА ЭКСТРА
 ВИТАМИНЫ»».

Город: _____
 Название ТТ (сети) _____
 Адрес торговой точки: _____
 ФИО промоутера: _____

№	Критерий	Оценка	Примечание	ФИО представителя RGB	Дата\время проверки
РАБОЧЕЕ МЕСТО					
1	Внешний вид промо-стойки (чистота, отсутствие пятен, захламленности на стойке)				
2	Выкладка товара на промо стойке				
ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ					
1	Внешний вид (униформа и ее состояние, ухоженность волос, рук)				
2	Запах (пота, сильного парфюма, перегара, сигарет, жвачка)				
3	Соблюдение промо спича				
4	Предоставление информации о продукте (новые вкусы, новая рецептура, новый дизайн этикетки и форма бутылки)				
5	Предоставление информации о программе ВПЛЮСЕ				
6	Голос и культура речи (дикция, связность речи, жаргон, слова-паразиты)				
7	Предложение приобрести продукт акции в магазине				
8	Улыбка, приветствие, идет ли на контакт				
9	Характер реакции на вопросы и реплики покупателя				
10	Знание информации о продукте в ТТ (цена, вкусы)				

Примечание\общее впечатление от визита:

ОБЯЗАННОСТИ СУПЕРВАЙЗЕРА

- 1) Перед началом акции супервайзер забираем из офиса агентства все необходимые рекламные материалы (промостойку, одноразовые стаканы, салфетки, урну, мешки для мусора и продукт).
- 2) Порция продукта на один рабочий день – индивидуально, в зависимости от города и ТТ.
- 3) В первый день акции супервайзер собирает промостол в торговой точке.
- 4) Ежедневно супервайзер за 15 минут до акции привозит на точку продукт.
- 5) Обеспечивает точку необходимыми для проверок анкетами.
- 6) В течение дня по мере необходимости супервайзер довозит продукт.
- 7) Делает фотографии со старта и с финиша с кодовым словом, отправляет их в промогруппу в вацапе, также он делает фото рабочего процесса (10-15 хороших четких неразмытых кадров).
- 8) В конце дня забирает остатки продукта, урну, салфетки и закрывает вместе с промоутером ТТ, проверяя состояние промостойки и аккуратность работы промоутера.
- 9) Забирает и выбрасывает мусор.

