

Масленица 2016





Основные факты о Простоквашино

- Бренд был запущен в 2002 году
- Бренд №1 на российском рынке молочных продуктов
- Производится на 17 заводах по всей России и 2 заводах в Беларуси



WOW-ФАКТЫ о Простоквашино

37 млн. упаковок
молока
Простоквашино
ежемесячно
выпивают жители
России

Молоко
Отборное
появилось в компании
Юнимилк в 2003 г. в
Саранске

В портфеле бренда 75
молочных продукта
(на январь 2016г.)

Свыше 70%
населения России
употребляют молоко
хотя бы раз в месяц



«Простоквашино» - бесспорный лидер российского рынка молочной продукции. В его ассортимент входят вкусные продукты высокого качества на каждый день. Продукция «Простоквашино», изготовленная из свежего молока по современным технологиям, без использования ГМО и химических добавок, сохраняет в себе витамины и минералы, и несет хорошее настроение в каждый российский дом.*

В портфеле бренда целых 13 категорий продуктов! «Простоквашино» может порадовать потребителя такими традиционными российскими продуктами, как кефир, сметана и ряженка, приготовленными по всем правилам, сохраняя лучшее в старинных рецептах. Продукция «Простоквашино» - это также и свежее отборное молоко, творог и вкуснейшие кисломолочные десерты с фруктами (йогурты, творожное зерно, ягоды-фруктовыми наполнителями).





В портфеле Простоквашино 13 категорий, в 5 из которых мы лидер

лица
компания с/х компания



1
Пастеризованное
МОЛОКО



1
Сметана



1
Творог и зернёный творог



Стерилизованное
молоко



1
Ферментированные
продукты (ряженка, кефир,
заска)



Питьевые и ложковые
йогурты



Масло



Сливки



Другое



Наша целевая аудитория

КАКАЯ ОНА?

- Активная
- Жизнерадостная
- Заботливая
- Ориентированная на семью
- Хорошая домохозяйка

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕННОСТИ

- Быть сбалансированным человеком (хорошая жена/мать + интересная личность)
- Жить счастливой семейной жизнью
- Равное вовлечение мужчины и женщины в создание семейного быта и воспитание детей



МЕЧТЫ И СТРЕМЛЕНИЯ

- Интересная работа с гибким графиком
- Дачный домик, в котором можно отдохнуть и заняться своими хобби
- Успешный муж, который был бы интересным человеком, хорошим другом и залогом финансовой стабильности

ЧТО ОНА ЛЮБИТ?

- Открывать что-то новое и вдохновлять семью
- Быть активной и всё успевать
- Иметь свободное время для хобби и самореализации



Позиционирование бренда

FEEL

Удовольствие от семейной жизни (т. е. дает тебе радость (тебе не скучно, ты не стоишь на месте) и удовлетворение (надежный результат для твоей семьи))

DOES

Brand: помогает сделать питание семьи (готовку и кормление) вдохновляющим, радостным и разнообразным
Product: здоровое, разнообразное питание для всей семьи, надежность (уверенность в хорошем результате), удобство

HAS

Brand: веселые герои из мультфильма, CRM, промо-акции и призы, большая база рецептов
Product: высокое качество, свежесть, натуральность, вкус, широкий ассортимент, доступность



CONFIDENTIAL

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Привлечь
внимание к
бренду
«Простоквашино»

Переключить
внимание
покупателей на
бренд
«Простоквашино»
с брендов
конкурентов

Увеличить продажи
бренда
Простоквашино

Получить
максимальное
количество
качественных
контактов

Рассказать об
акции



Период
проведения

04.02-06.02; 11.02-13.02 ОКЕЙ

17.02-19.02; 24.02-26.02 АШАН, АШАН СИТИ, ГИПЕРГЛО

18.02-20.02; 25.02-27.02 ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ СЕТИ

Дни
проведения

Все сети: четверг, пятница, суббота.
Ашан, Ашан Сити, Гиперглобус – среда,
четверг, пятница

Время
проведения

будни с 17:00 до 21:00 (4 часа)

выходные с 13:00 до 17:00 (4 часа)

Механика

ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ

Рекламируем
ый продукт

ТМ ПРОСТОКВАШИНО

**В первый рабочий день необходимо приехать
в ТТ не позднее чем за 1 час до старта акции!**

В последующие дни – за 30 минут!



DANONE

ВНЕШНИЙ ВИД ПРОМОУТЕРА

Лица
компания для компании

*Рабочее место
(промо –
стойка):*



*Внешний вид
(промо-форма):*



- *Платье*
- *Жакет*
- *Шарфик*
- *Колготки телесного цвета*
- *Обувь (своя) классические туфли, балетки*

Схема по сборке стойки находится в инструкции



Внешний вид:

• Улыбка обязательна – ВАЖ



- Чистые волосы
- Нейтральный макияж (яркие губы и тени не допускаются);
- Нейтральный маникюр
- Волосы **обязательно** должны быть собраны в хвост, пучок, заплетены в косичку;
- Отсутствие крупных и ярких украшений (кроме обручального кольца); пирсинг на лице не допускается;
- Чистая униформа, классические туфли, колготки телесного цвета.

Дополнительные элементы не допускаются

• Размер промоутеров 44-46



Инструкция по эксплуатации рекламного демонстрационного стола

При сборке все трубки плотно вкручивайте в отверстия полок! Сборка рекламного стола осуществляется строго по порядку соединения элементов конструкции, указанных на схеме-сборки.

При необходимости, снимите со столешниц защитную пленку!

1. Сборка рекламного стола осуществляется строго по порядку соединения элементов конструкции, указанных на схеме-сборки (рис.1):

- В любую из полок без усилителя вставляем 4 ножки.
- В передние отверстия полки №1 с ножками вставляем 2 средние трубки (без липучек), а в задние отверстия полки №1 вставляем 2 средние трубки (с липучками).
- Сверху надевается средняя полка №2(без усилителя), затем также вставляем 2 средние трубки без липучек и 2 - с липучками. Сверху надевается верхняя полка №3(с усилителем).
- Для установки нижнего дисплея, зафиксируйте его на одной из боковых задних трубок с помощью липучек, а затем обведя дисплей по огибающей, зафиксируйте его на другой боковой задней трубке с помощью липучек(сторона трубы с "липучками" должна "смотреть" вбок, т.е. перпендикулярно центральной оси симметрии).

• Две длинные трубки вставляются(прорезью вниз) в боковые отверстия верхней полки со столешницей, затем сверху надевается верхний дисплей.

2. Допустимая максимальная нагрузка на стол в собранном состоянии – 60 кг.

3. Транспортировка стола осуществляется только в разобранном виде.

4. Разборку следует производить в обратном порядке.

5. Если по какой-либо причине изделие не собирается, не применяйте грубых усилий, еще раз прочитайте инструкцию и попробуйте заново.

6. Компания не несет ответственность за поломку изделия в результате несоответствия действий данной инструкции сборки-разборки изделия.

7. Избегать:

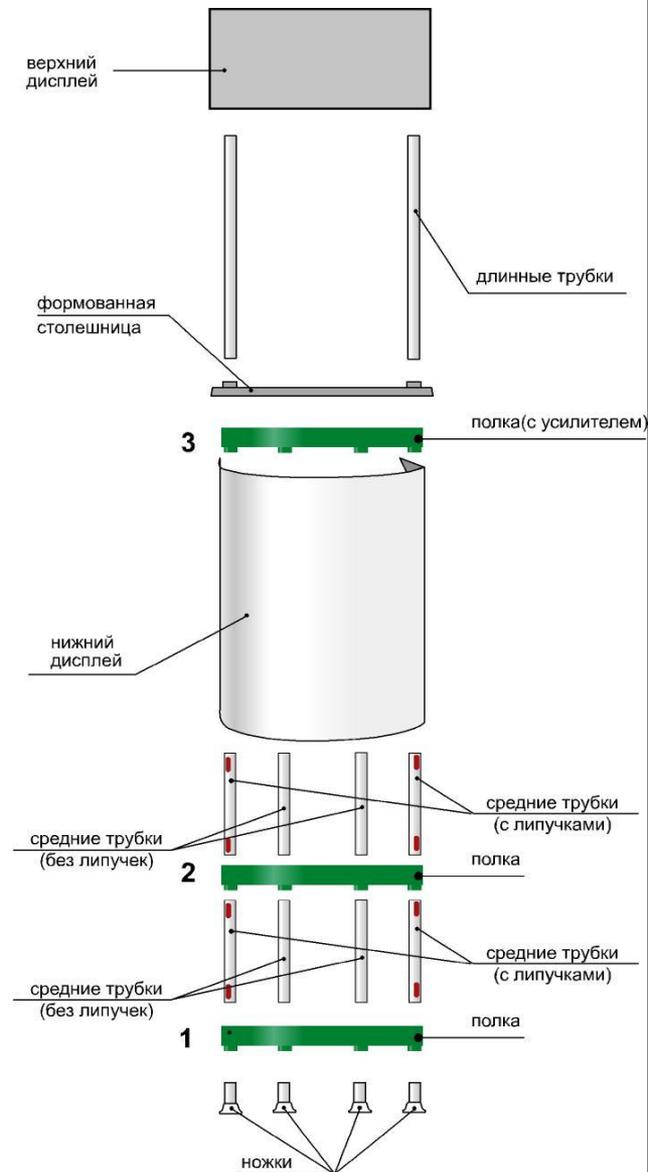
- Резкие механические воздействия (кидать, ломать), а так же воздействия острыми предметами на стол в собранном виде и его элементы в отдельности.
- Воздействия агрессивных кислотно-щелочных материалов на поверхность элементов стола.

8. Хранение осуществлять только в упаковке в стоячем положении. Штабелирование нескольких упаковок в лежачем положении недопустимо.

КОМПЛЕКТАЦИЯ:

- 3 полки (1 полка с усилителем)
- 4 ножки с подпятниками
- 8 средних трубок(4 трубки с липучками + 4 трубки без липучек)
- 2 длинные трубки
- 1 верхний дисплей
- 1 нижний дисплей
- 1 столешница

СХЕМА СБОРКИ



МЕХАНИКА АКЦИИ

СМ

- При покупке **5 продуктов**, участвующих в акции, в подарок – КРУЖКА,
- При покупке **6 продуктов**, участвующих в акции, в подарок – ТАРЕЛКА,

ГМ

- При покупке **5 продуктов**, участвующих в акции, в подарок – КРУЖКА,
- При покупке **6 продуктов**, участвующих в акции, в подарок – ТАРЕЛКА,
- При покупке **8 продуктов**, участвующих в акции, в подарок – ЧАЙНИК

- Чеки могут суммироваться.
- Чеки собирать не нужно, но на обороте ставить отметку о количестве выданных призов.
- Даты чеков только в дни проведения акции.
- Выдача подарка осуществляется в том магазине, в котором совершена покупка.

5 ПРОДУКТОВ



6 ПРОДУКТОВ



8 ПРОДУКТОВ



В АКЦИИ ПРИНИМАЕТ
УЧАСТИЕ ЛЮБОЙ
ПРОДУКТ
ПРОСТОКВАШИНО,

КРОМЕ:



НЕ
УЧАСТВУЕ
Т
В ПРОМО



НЕ
УЧАСТВУЕ
Т
В ПРОМО



НЕ
УЧАСТВУ
Т
В ПРОМО



Молоко
стерилизованн
ое

Сгущенное
молоко

Сырки
глазированные

Йогурты



В МАГАЗИНЕ РАБОТАЕТ 2 ПРОМОУТЕРА

1 промоутер в молочном отделе:

АКТИВНО работает во всем молочном отделе!

- Рассказывает покупателям об акции;
- Показывает подарки;
- Консультирует покупателей по продукту;
- Переключает покупателей с брендов других торговых марок;
- Если видит, что покупатель берет продукты Простоквашино, например, советует, что можно еще взять чтобы получить подарок.

2 промоутер в закассовой зоне за стойкой:

- **Громко и часто** рассказывает покупателям об акции;
- Выдает подарки за покупку при предъявлении чека;
- Заполняет отчетность – сразу фиксирует наименование выданного подарка и купленных тов!



Речь промоутера произносится не реже 1 раза в 1 минуту.

«Добрый день! Сегодня Простоквашино дарит подарки! Покупайте акционные продукты Простоквашино и получайте ценные подарки: кружку, тарелку или чайник!»



- Накануне рабочего дня, созвониться с супервайзером и договориться о месте встречи.

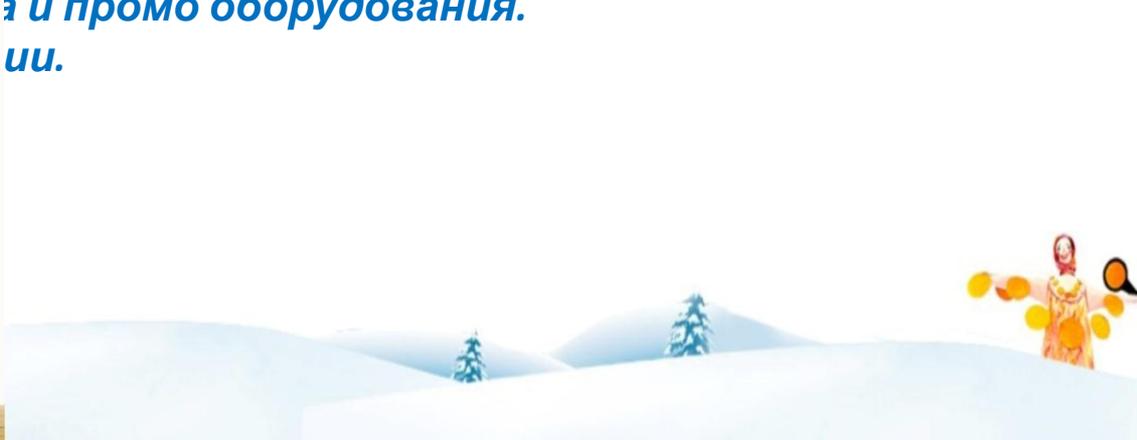
Телефон супервайзера сообщает координатор. Если координатор не сообщил, позвонить самому.

- В первый рабочий день прибытие в точку обязательно за час до начала работы.

Далее за 30 минут до начала работы.

- Промоутер для прохода в магазин должен при себе иметь следующие документы:

- Паспорт;
- Действующую Медицинскую книжку;
- Подписанную заявку на проведение Акции в данном магазине, в которой должны быть указаны: ФИО, паспортные данные; период проведения Акции; и промо оборудования.



ОБЯЗАННОСТИ ПРОМОУТЕРА

- **Заинтересовать продуктом Простоквашино максимальное количество людей!**
- Промоутер **всегда энергичен, активен и позитивен.** Постоянно общается с покупателями и стимулирует покупку Простоквашино!
Летко рассказывает об условиях акции и помогает покупателям совершать покупки Простоквашино;
Промоутер обязан знать всю предоставляемую информацию по акции, продукту и уметь отвечать на все вопросы покупателей.
В случае, если ответ не известен, то необходимо направлять потребителя на Горячую линию (номер указан на упаковке);
- Перед стартом акции необходимо изучить все представленные на полке магазина продукты – **знать ассортимент!**
- Необходимо быть всегда благожелательным по отношению к покупателю;
- Обязательно соблюдать инструкции;
- Быть вовремя на рабочем месте.



Промоутерам запрещено

На проекте действует система штрафов в случае ненадлежащего исполнения своих обязанностей и несоблюдения требований инструкции.

раньше положенного времени;

•Создавать конфликтные ситуации;

азговаривать по мобильному телефону, набирать СМС (кроме решения важных организационных вопросов);

арушать требования к внешнему виду;

идеть на рабочем месте, облакачиваться на стойку;

урить на протяжении рабочего времени;

итаться, жевать жевательную резинку на рабочем месте;

и в коем случае нельзя быть пассивными в работе;

ести посторонние разговоры с сотрудниками, клиентами и 3-ми лицами (например, другими промоутерами);

•Участвовать в других акциях;

•Складывать личные вещи и акционные материалы возле стойки (только внутри стойки либо в подсобном

В случае возникновения нестандартных ситуаций (закончился подарочный продукт, отсутствие оборудования и материалов для акции, конфликтные ситуации, сложности с администрацией магазинов, сложности с посетителями) необходимо СРОЧНО

СООБЩИТЬ



Работа на проекте



Работа с
сетями



1. Проход в ТТ:

Заранее (не менее , чем за неделю) торговые представители Данон и супервайзеры от РА информируют магазин о предстоящем промо. Особое внимание – АШАН.

2. Замена ТТ - по согласованию с Рег. ТМ.

3. Заявки в сеть с данными персонала:

Внимание – отправляются в сеть за неделю до старта промо.

4. Отработки в ТТ – по по согласованию с Рег. ТМ.

5. Конфликтные ситуации – немедленное информирование Рег. ТМ + Лица.

6. Благодарственные письма от сетей.



ПРОДУКТ



1. Рег. ТМ вместе с торговой командой контролирует **увеличение продукта** на полке минимум в 3 раза.
2. Рег. РА фиксирует количество продукта и сообщает о проблемах, связанных с отсутствием товара.



Промоматериал



1. Как должна быть собрана стойка.
2. Планограмма - расположение призов.
3. Форма – сапоги – согласование с рег. ТМ.
4. Хранение материалов в ТТ.

Должна быть отметка, что это акционное оборудование.

Сохранность материалов – ответственность РА



Чеки, отчетные формы, аудит



1. Промоутер должен сразу после выдачи подарков фиксировать в отчетной форме наименование приза и купленных продуктов.
2. Чеки могут суммироваться.
3. Даты чека только в период проведения акции.
4. Фотоотчеты – стойка видна в полную величину.
5. Заполнение отчетных форм проверки (находятся у промоутеров).



Предоставлены сводные отчеты проекта



1. В течение дня и на утро после промо РА должно владеть всей информацией по количеству выданных призов и остатках
2. При старте промо необходимо делать 5-10 фотографий
3. При запросе данных от Рег. ТМ – вся информация сразу транслируется

Конкуренты



1. Периоды (февраль-март)
2. Сети, примерный охват
3. Наименования призов
4. Фотографии



**СПАСИБО!
УСПЕШНЫХ
ГОДАЖ!**

