



Розница/ Диспенсеры 2019

Диспенсеры. Опыт розницы.



90%* клиентов всех розничных сетей стоят в очереди
47%* клиентов обращают внимание на товары в прикассовой зоне
28%* клиентов совершают покупку товаров размещенных в прикассовой зоне...»
* из исследования Nielsen



7%** посетителей (конверсия***) приобретают шоколад, жевательную резинку с оборудования в прикассовой зоне

** данные компании MARS.

*** Конверсия – соотношение покупок sku с диспенсера/общее кол-во клиентов совершивших операцию в Отделении почтовой связи



Диспенсеры - это пластиковый бокс для размещения промо sku импульсного спроса.

Основные sku:

- шоколад собственной торговой марки,
- шоколад компании MARS (snickers, mars, пр..)
- жевательная резинка компании ORBIT,
- батарейки..

№ п/п	Типовое наименование
1	Батарейки ЭП АА
2	Батарейки ЭП ААА
3	Шоколад Молочный, 80 г бренд
4	Шоколад Молочный с лесным орехом бренд
5	Шоколад Молочный, 25 г бренд
6	Шоколад Темный, 25 г бренд
7	Шоколадный батончик «Сникерс», ООО «МАРС» 50,5 г
8	Шоколадный батончик «Твикс», ООО «МАРС» 55 г
9	Жевательная резинка «Orbit»
10	Сладкая мята 13,6 г Лотереи



ЦЕЛЬ 2019



Конверсия 7%...



Диспенсеры. Адресная программа.



41 370 ОПС формирование адресной программы

19 288 ОПС/18 УФПС
исключены:

3539 ОПС в Территориально
удаленных* 16 УФПС

2000 ОПС в 2 УФПС с
преобладающей долей ОПС
в АП Магнит

3613 ОПС Временно не
работающие/ 375 ОПС
закрытого типа/

9 761 ОПС имеющие менее
900 транзакций в мес.

22 082 орс/ 40000 окон/
64 УФПС вошли в АП

64 УФПС

8793 ОПС / 24 758 окон
в ГОПС

13 290 ОПС / 15 810 в
СОПС

размещение диспенсеров в ОПС (по мес)



Динамика ОПС и диспенсеров накопленным итогом



Диспенсеры распределение по МР



ЦЕЛЬ 2019



18 УФПС вне АП



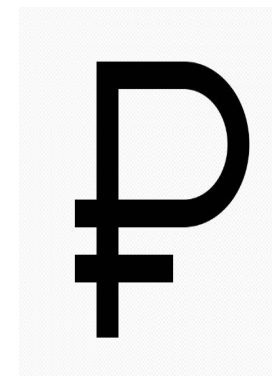
64 УФПС в АП

Диспенсеры. Потенциал/ план ОПС.



40 000 опер окон будут оборудованы диспенсерами
22 000 ОПС в период с мая по октябрь 2019 г.
2 000 диспенсеров еженедельно будет направляться в
УФПС (в соответствии с адресной программой).

4.0 млн клиентов ежедневно посещают эти 22 000 ОПС
100 клиентов на 1 окно
7 клиентов совершат покупку (* статистика кампании MARS).
45 рублей средняя стоимость позиции в Диспенсере
315 рублей средний потенциал дневной выручки с 1
диспенсера
39% маржа по промо SKU в диспенсере, что выше маржи по
группе продукты питания (35%)



ЦЕЛЬ 2019



40 000 диспенсеров



22 000 ОПС

Задачи АУП

- ✓ Обеспечить наличие системной отчетности на уровне МР/ УФПС с 01.05.2019
- ✓ Обеспечить отправку скрипта продаж для операторов (до 25.04.2019).

Задачи УФПС

- ✓ Организовать проведение презентаций с ОПС с целью понимания задачи
- ✓ Организовать проведение конкурсов «лучшие продажи» с диспенсеров
- ✓ Организовать размещение диспенсеров с 25.04.2019
- ✓ Обеспечить товарный запас по 9 промо sku
- ✓ Обеспечить механику продаж операторов (скрипту).
- ✓ Обеспечить конверсию минимум 7% от трафика.
- ✓ Обеспечить выполнение плана 6000 руб в мес на 1 диспенсер

Задачи ОПС

- ✓ Организовать системное пополнение диспенсеров
- ✓ Предложить каждому клиенту промо товар в соответствии со скриптом продаж
- ✓ Обеспечить продажу 7% клиентов ОПС
- ✓ Обеспечить выполнение плана 300 руб / в день 6000 руб в мес на 1 диспенсер
- ✓ 6-8 штук в день 120-160 штук в мес.



ЦЕЛЬ 2019



300 руб в день



6000 руб в мес