

MARS

Тренинг

Элементы Картины успеха
ШОКОЛАДНАЯ КАТЕГОРИЯ



КАРТИНА УСПЕХА

отвечает на вопрос:

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В ТОРГОВОЙ
ТОЧКЕ

Данная презентация поможет разобраться с целями по
каждому блоку



MODERN TRADE

ОСНОВНЫЕ БЛОКИ

КАРТИНЫ УСПЕХА

КАССА



40%

Покрытие касс - на каждой кассе 12Power SKU

Ассортимент импульс

Правильная сторона,
Размер выкладки

Принципы
планограммы,
подсветка

ПОЛКА



40%

Расположение
категории в зале

Ассортимент полка

Размер
категории и
выкладки

Соседство сегментов в
категории, принципы
планограммы

Additional HOT
SPOTS



20%

Соответствие
сезональному
плану по кол-ву
activity hot spot

Расположение add
hot spots

Мини Hot Spots

Базируясь на законах роста прикассовой зоны, выделены следующие блоки для роста на КАССЕ



КАССА

12 POWER SKU
на каждой

100%

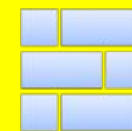
Цель иметь 12
POWER SKU на
каждой кассе

АССОРТИМЕНТ



Задача - иметь
целевой
ассортимент
согласно
формату точки

ВЫКЛАДКА



Цель иметь:

- правильное место на кассе (А или С сторона)
- правильные полки
- размер выкладки
- бренд блоки
- Фейсинг
- Запас продукта
- Подсветка

Правила заполнения карточки клиента

Нужно вносить количество всех постоянно работающих расчетных узлов с кассовыми аппаратами, даже если на них отсутствует оборудование для размещения шоколада, включая кассы самообслуживания!

Если кассы не работают в течение месяца и более (директорские кассы, кассы закрытые из-за низкого трафика) – они не считаются.

Это баллы по
каждому
вопросу по
форматам точек

Три блока по кассе отражены в ДО следующими
вопросами:

Где	Касса	Ответ	Все форматы более 300м	100м-300м	Менее 100м
КАССА	Кол-во мест расчета с Snickers 50g	кол-во	2	3	3
	Кол-во мест расчета с Snickers Supper	кол-во	2	3	3
	Кол-во мест расчета с Snickers Huzelnut	кол-во	2	2	2
	Кол-во мест расчета с M&M's арахис 45g	кол-во	2	3	3
	Кол-во мест расчета с M&M's шоколад 45g	кол-во	2	3	2
	Кол-во мест расчета с Twix std	кол-во	2	2	3
	Кол-во мест расчета с Bounty std	кол-во	2	2	3
	Кол-во мест расчета с Mars std	кол-во	2	2	2
	Кол-во мест расчета с Mars Max	кол-во	1	2	2
	Кол-во мест расчета с Twix extra	кол-во	2	2	3
	Кол-во мест расчета с Bounty trio	кол-во	2	2	2
Кол-во мест расчета с Milky Way std	кол-во	1	2	2	
КАССА	на ОБОРУДОВАННЫХ местах расчета соблюдены правила выкладки?				
	На оборудованных местах расчета Марс блок расположен на А или С стороне	у/n	3	3	12
	На оборудованных местах расчета Выкладка горизонтальными бренд-блоками	у/n	2	3	4
	На оборудованных местах расчета одновременно Snickers и M&M's не ниже 70 см от пола	у/n	2	2	6
	На оборудованных местах расчета одновременно Snickers 50g, Super, M&M's арахис 45g в два фейса (рядом по горизонтали)	у/n	2	3	4
	На оборудованных местах расчета запас ТОП 12 скую не менее одного слоя	у/n	2	2	6
	На оборудованных местах расчета Марс на А+С имеет количество фейсов не менее целевого, согласно BlueBook	у/n	2	2	
	Кол-во мест расчета с установленной подсветкой Mars блоков шоколад	кол-во	1	1	
[Limited Edition] есть на всех кассах	[Limited Edition] Twix White стоит в соответствии с периодным брифом или брифом по клиенту	у/n	2	3	4
МАГАЗИН	общее количество линий Mars Impulse в магазине	кол-во	2	2	4
	ИТОГО				

Как начисляются баллы:

Где	Касса	Ответ	фс	бол		
КА С С А	кол-во мест расчета с шоколадом, где лежит ТОП 12 скую Марс импульс	Кол-во мест расчета с Snickers 50g	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Snickers Supper	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Snickers Huzelnut	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с M&M's арахис 45g	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с M&M's шоколад 45g	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Twix std	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Bounty std	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Mars std	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Mars Max	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Twix extra	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Bounty trio	КОЛ-ВО			
		Кол-во мест расчета с Milky Way std	КОЛ-ВО			
	на ОБОРУДОВАННЫХ местах расчета соблюдены правила выкладки?	На оборудованных местах расчета Марс блок расположен на А или С стороне	y/n			
		На оборудованных местах расчета Выкладка горизонтальными бренд-блоками	y/n			
		На оборудованных местах расчета одновременно Snickers и M&M's не ниже 70 см от пола	y/n	2	2	6
		На оборудованных местах расчета одновременно Snickers 50g, Super, M&M's арахис 45g в два фейса (рядом по горизонтали)	y/n			
		На оборудованных местах расчета запас ТОП 12 скую не менее одного слоя	y/n			
		На оборудованных местах расчета Марс на А+С имеет количество фейсов не менее целевого, согласно BlueBook	y/n			
		Кол-во мест расчета с установленной подсветкой Mars блоков шоколад	кол-во			
[Limited Edition] есть на всех кассах		[Limited Edition] Twix White стоит в соответствии с периодным брифом или брифом по клиенту	y/n			
МАГАЗИН	общее количество линий Mars Impulse в магазине	КОЛ-ВО	2	2	4	
ИТОГО						
			40	49	70	

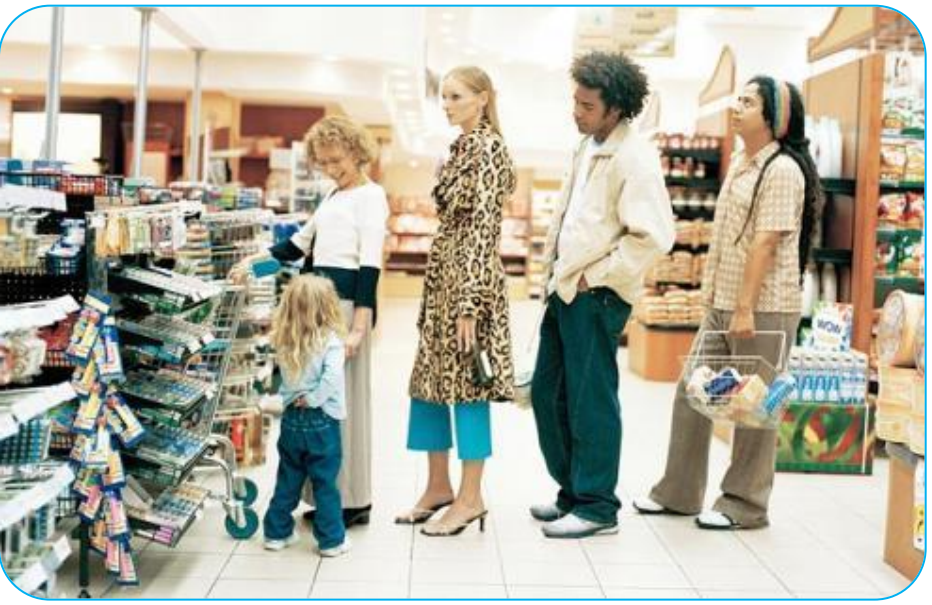
если SKU стоит на 90% и более касс – получаем максимум баллов по вопросу, если от 50% до 90% то 1 балл для тех SKU, где 2 балла, и 0, там где 1 балл, если SKU стоит меньше, чем на 50% касс, то баллы не начисляются.

Если ответ на вопрос положительный (yes), начисляется соответствующий балл, если ответ отрицательный (no), то ставится 0.

12 POWER SKO
на каждой
100%

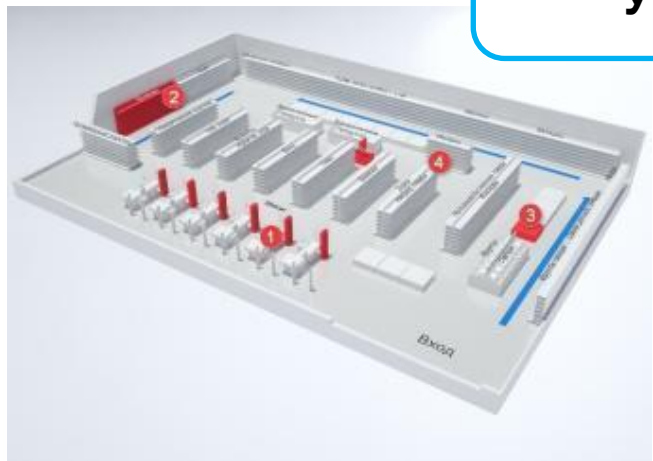
Критично иметь одинаковый ассортимент на всех кассах, так

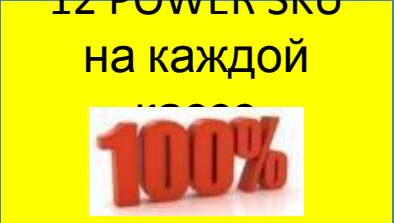
как...
Покупатели выбирают кассу по длине очереди...



70% покупателей не поменяют
кассу, чтобы найти нужный
продукт

1 из 3 уйдет
не купив ничего, если не найдет
нужный продукт – результат:
НЕДОВОЛЬНЫЙ покупатель,
УПУЩЕННАЯ продажа





Почему именно шоколад должен быть на каждой кассе?

Наибольший эффект от прикассовой зоны можно получить, размещая категории, которые соответствуют следующим показателям:

высокая пенетрация, высокая частота покупки и высокая импульсность

	Категории	Пенетрация	Частота покупки	Импульс
Ключевые категории	Шоколадные батончики	53,4	6,2	76
	Жевательная резинка	45,5	9,7	71
Остальные категории	Сахаристые изделия	23,9	3,2	65
	Мятные драже	2,6	3	65
	Шоколадные яйца	18,4	4,3	N/A
	Кофе в сашетах	6,1	2,2	N/A
	Батарейки	20,4	1,8	28
	Бритвенные станки	21,1	1,6	14
	Влажные салфетки	46,4	3,2	45
	Бумажные платки	15,5	2,1	40

Конвертация покупателей
Увеличение
потребительской корзины

	High	Mid	Low
Пенетрация	>40	20-40	<20
Частота покупки	>6	3-6	<3
Импульс	>60	30-60	<30

Benchmark метрикам потребителей по категориям



*Penetration and Frequency - Russian GFK data; Impulsivity - global data and Shopper Study Russia, 2011 (Ipsos)

12 POWER SKU
на каждой
кассе
100%

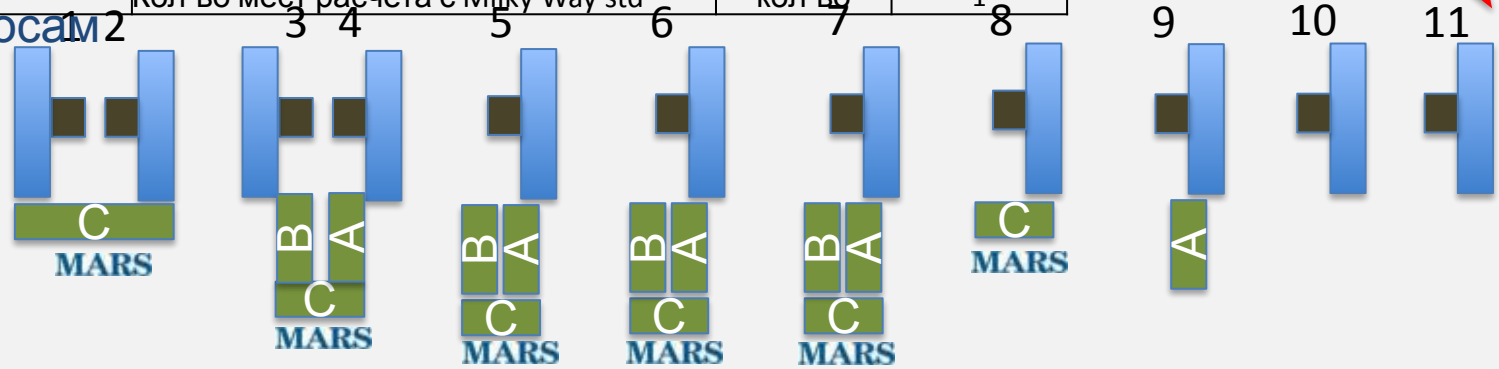
12 POWER SKU ДОЛЖНЫ

Цель иметь 100% касс с 12 POWER SKU, если SKU стоит на 90% и более касс – начисляется максимум баллов по вопросу, если от 50% до 90% то 1 балл для тех SKU, где 2 балла, и 0, там где 1 балл, если SKU стоит меньше, чем на 50% касс, то баллы не начисляются.

кол-во мест расчета с шоколадом, где лежит ТОП 12 SKU Марс импульс	Кол-во мест расчета с Snickers 50g	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Snickers Supper	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Snickers Huzelnut	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с M&M's арахис 45g	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с M&M's шоколад 45g	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Twix std	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Bounty std	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Mars std	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Mars Max	КОЛ-ВО	1
	Кол-во мест расчета с Twix extra	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Bounty trip	КОЛ-ВО	2
	Кол-во мест расчета с Milky Way std	КОЛ-ВО	1

Нужно добавить оборудование и разместить Марс ассортимент на кассы

Пример расчета баллов по данным вопросам



кол-во баллов по Snickers 50г, если он лежит только на 8 кассах = 8 касс/11 касс = 72% => 1 балл
 кол-во баллов по Twix stand, если он лежит только на 2 кассах = 2 касс/11 касс = 18% => 0 балл



12 POWER SKU

на каждой

100%

12 POWER SKU должны быть
в каждой точке на каждой кассе

Snickers Стандарт

Snickers Супер

Snickers Лесной Орех

M&M's арахис 45 г

M&M's шоколад 45 г

Twix Стандарт

Twix Extra

Bounty Стандарт

Bounty Trio

Mars Стандарт

Mars Max

Milky Way Стандарт

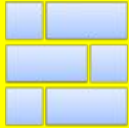


Общее количество линий Mars Impulse в магазине по форматам точек

Для каждого формата точек согласован NBL, в вопросе проверяется наличие целевого количества ассортимента импульса для этого формата, проверяется наличие ассортимента в магазине, то есть для BIG BOX проверяем есть ли они на полке. Если цель выполнена, то начисляются баллы, если нет, то не начисляются.

	NBL	КИО СК	ВТС <60М	С>60М	МТ не 100М	МТ 100-300М	МТ 300-600М	МТ 600-1000М	МТ 1000-3000М	МТ более
IM PU LSE	1	SNICKERS ST 50,5г	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	SNICKERS SUPER 95г	1	1	1	1	1	1	1	1
	3	TWIX ST 55г	1	1	1	1	1	1	1	1
	4	TWIX XTRA 82г	1	1	1	1	1	1	1	1
	5	M&M's АРАХИС 45г	1	1	1	1	1	1	1	1
	6	M&M's ШОКОЛАД 45г	1	1	1	1	1	1	1	1
	7	SNICKERS HAZELNUT 81г	1	1	1	1	1	1	1	1
	8	BOUNTY 55г	1	1	1	1	1	1	1	1
	9	BOUNTY TRIO 82,5г	1	1	1	1	1	1	1	1
	10	MILKY WAY 26г	1	1	1	1	1	1	1	1
	11	MARS 50г	1	1	1	1	1	1	1	1
	12	MARS MAX 81г	1	1	1	1	1	1	1	1
	13	MILKY-WAY 1+1 52г			1	1	1	1	1	1
	14	M & M MAXI АРАХИС 70г			1	1	1	1	1	1
	15	M & M MAXI ШОКОЛАД 70г					1	1	1	1
	16	MILKY-WAY КЛУБ-И КОКТ 26г					1	1	1	1
	17	MALTESERS 37г					1	1	1	1
	18	MALTESERS 85г							1	1
	ИТОГО	12	12	14	14	17	17	17	18	18

12 POWER SKU

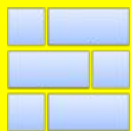


Алгоритм построения выкладки на кассе

1. Определить каждой категории (шоколад, жевательная резинка, сахаристым, non food...) правильное место и размер выкладки
2. Внутри категории шоколад выделить полки под Марс
3. Выложить POWER 12 SKU бренд блоками, отдав брендам Snickers, M&M's и Twix лучшие полки
4. Добавить вторые фейсы для Snickers 50g, Super, M&M's арахис 45g
5. Если остается место – добавить фейсы другим SKU согласно Next Best Line
6. Выложить LE, если есть в данный момент

Плитка на кассе отдельно не мониторится – проверяем кол-во наших сдю в вопросе – кол-во сдю марс плитки в магазине.

ВЫКЛАДКА



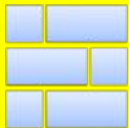
На всех местах расчета
выкладка
должна быть
горизонта
бренд-блок

Горизонтальные блоки
максимизируют
заметность продуктов,
легкость поиска и
продажи!

В случае, если корзины
узкие и нет
возможности весь
бренд блок выложить
на одной полке,
допускается смещение
второго фейса или
большого (маленького)
формата ниже.

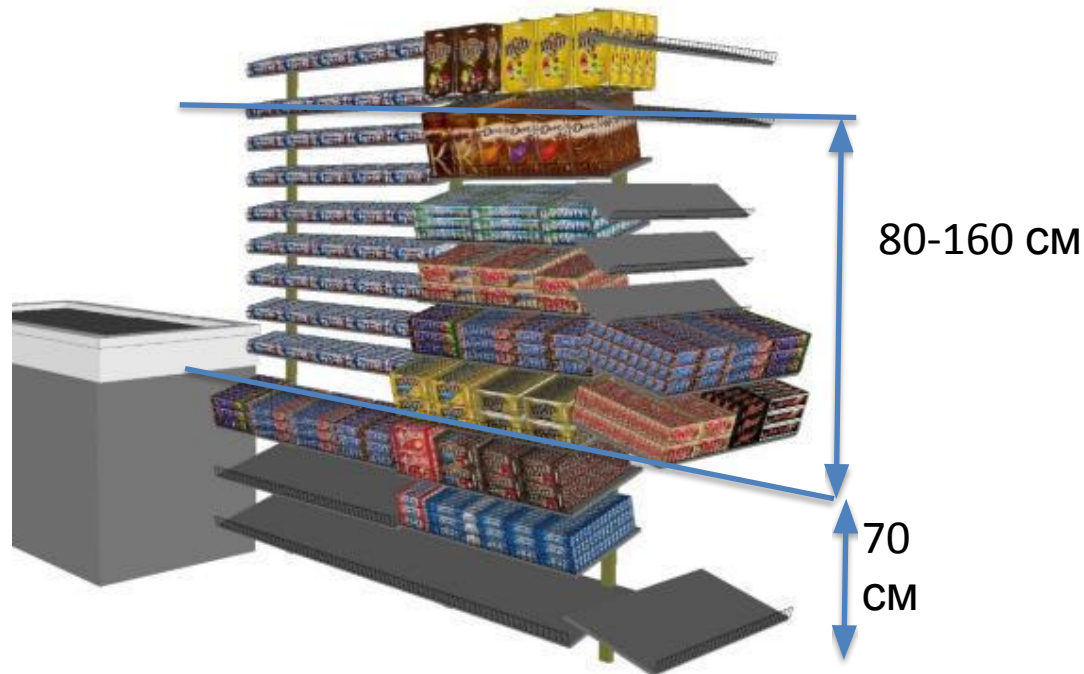


ВЫКЛАДКА

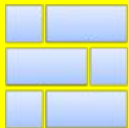


На всех местах расчета
одновременно
Snickers и M&M's не ниже 70
см от пола

Ключевые бренды
Snickers и M&M's
должны стоять как
можно ближе к
золотым полкам,
частично или
полностью
располагаясь выше 70
см от пола.



ВЫКЛАДКА

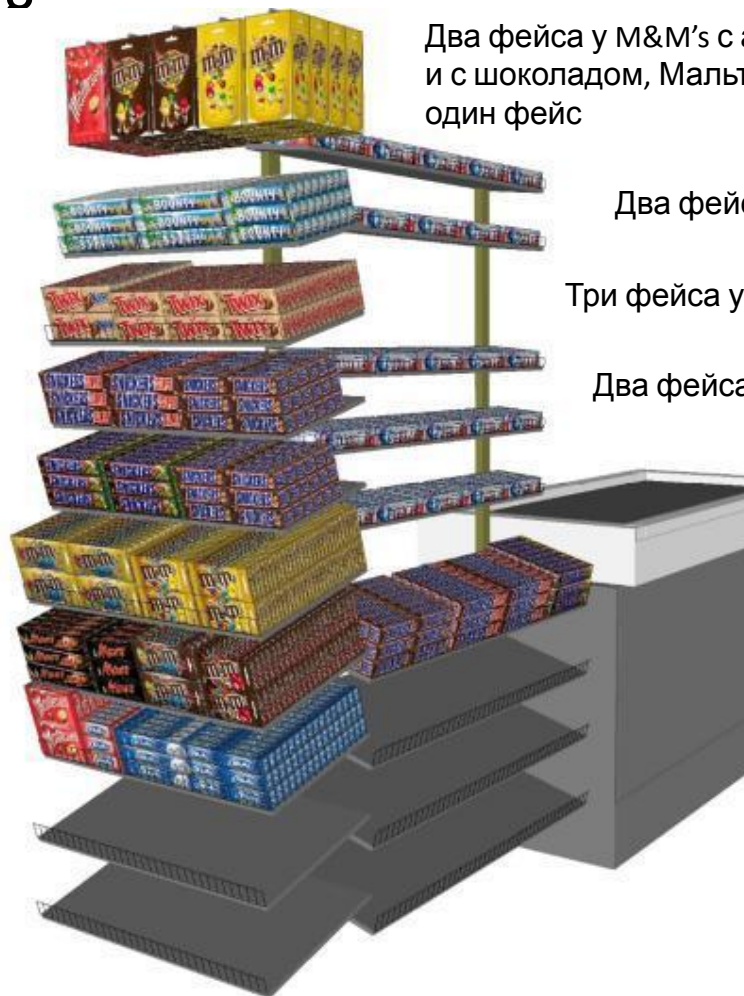


На всех местах расчета
одновременно
Snickers 50g, Super, M&M's
арахис 45^г

LE не заменяют второй фейс
Snickers 50g, Super, M&M's
арахис 45g!!!
В два фейс
горизонта

Так же как и
горизонтальные
блоки, второй и
третий фейс
помогают
увеличить
заметность
продукта и
увеличить
продажи!

**Если один и тот же продукт
стоит рядом друг с другом –
это считается второй,
третий фейс**



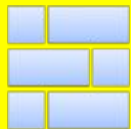
Два фейса у M&M's с арахисом
и с шоколадом, Мальтизерс висит в
один фейс

Два фейса у Баунти трио

Три фейса у Твикс стандартного

Два фейса у Сникерса стандартного

ВЫКЛАДКА

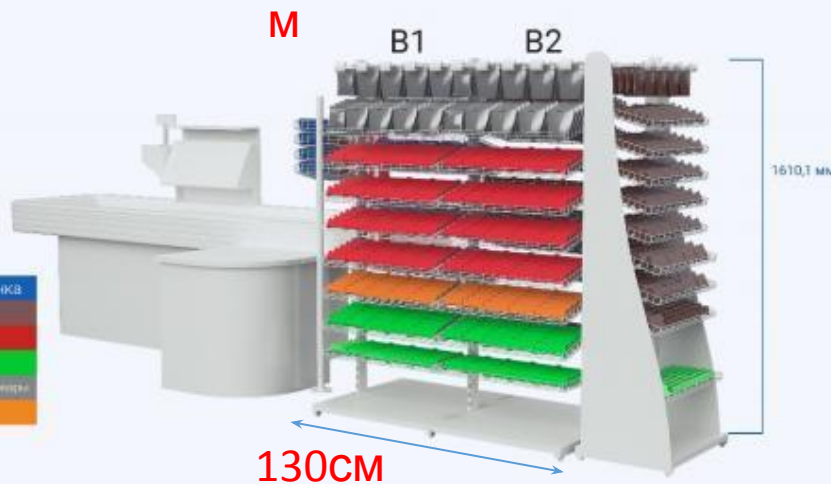
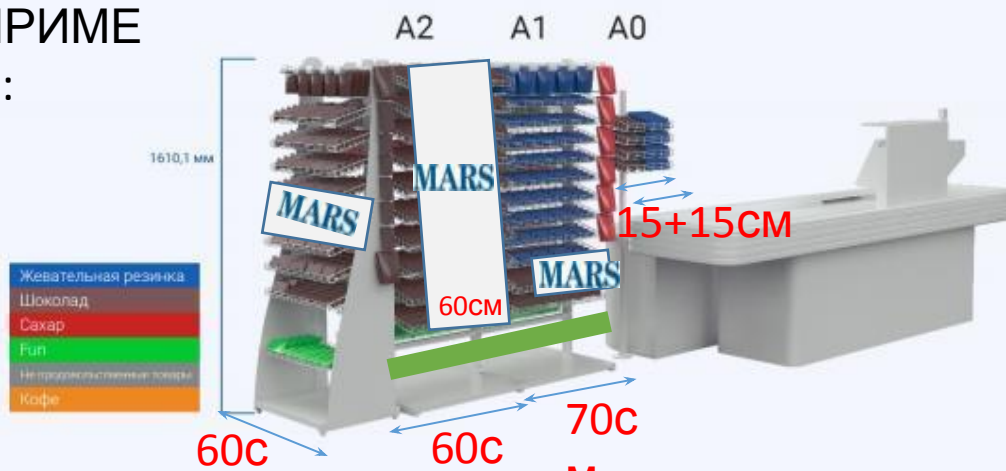


Марс имеет линейный размер не менее

целевого, согласно BlueBook

$$\frac{\text{Линейный размер Марс}}{\text{Линейный метраж прикладной метраж всей прикассы}} \geq 22\%$$

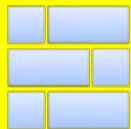
ПРИМЕР:



ВНИМАНИЕ!
 В расчет **берутся** все категории (прод и непрод). Ряд крючков считается, как полка. Металлические струбцины считаются, как полка.
Не берутся: паразиты (навески), пакеты, место под транспортером, холодильники, палеты, приставные стойки с журналами, носками, открытками, сигареты.

ПРИМЕР:
 $(70\text{см} + 60\text{см} * 9\text{полок} + 60\text{см} * 2\text{полки} + 15\text{см} * 4\text{полки}) /$
 $(130\text{см} * 9 + 60\text{см} * 10 + 70\text{см} * 12 + 60\text{см} * 11 + 30\text{см} * 4) =$
 $790 / 3390 = 23\%$

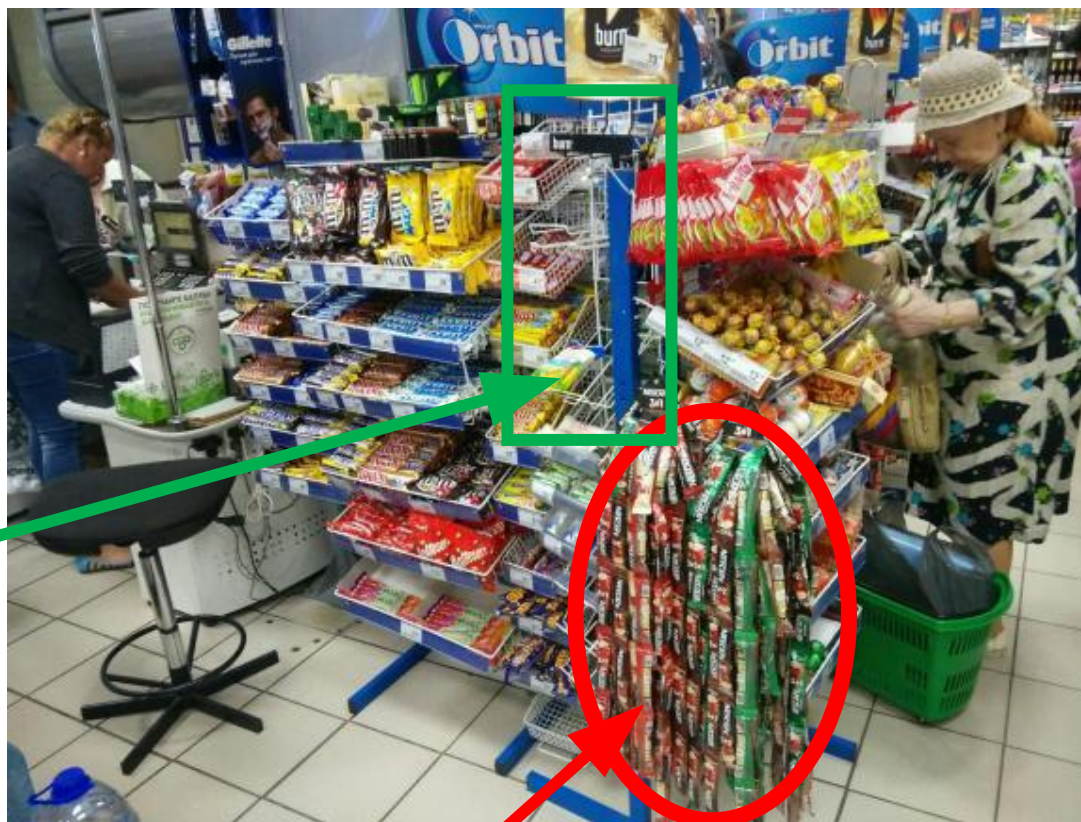
ВЫКЛАДКА



Как измерить размер кассы

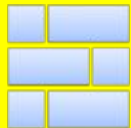
ПРИМЕ
Р:

Металлические
струбцины
берутся в учет



Паразиты не берутся в
учет

ВЫКЛАДКА



Как измерить размер кассы

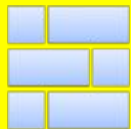
ПРИМЕ
Р:



А0 берется в учет
(даже, если там
стоят алкоголь, не
продовольственн
ые товары)

Выкладка под
транспортером
не берется в
учет

ВЫКЛАДКА



Как измерить размер кассы

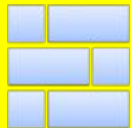
ПРИМЕ
Р:



Металлические
струбцины
берутся в учет

Холодильник **не берется** в
учет

ВЫКЛАДКА



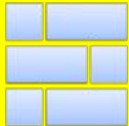
Как измерить размер кассы

ПРИМЕ
Р:

Приставные стойки не
берутся в учет



ВЫКЛАДКА



Кест во мост растота с
установленной
подсветкой Mars блоков
шоколад

без подсветки



с подсветкой



+10% прироста
продаж

Привлекает
внимание



Срабатывает
импульс



Совершается
покупка

ПОЛКА

Ассортимент полка



Цель поставить целевой ассортимент с фокусом на MARS TOP 12 SKU.

Размер категории и выкладки



Цель обеспечить каждому сегменту правильный размер выкладки, чтобы обеспечить покупателя ассортиментом и покрыть его потребности

Принципы планировки



Цель сделать такую выкладку, при которой поиск продукта будет максимально быстрым, и останется время на импульсные покупки

Соседство сегментов в категории



Расположение категории в зале



Цель поставить категорию в правильном месте, собрать категорию, так чтобы покупателю было просто найти и выбрать нужный продукт

ДНЕВНОЙ ОТЧЕТ

		ПОЛКА	ОТВЕТ	100-300М
ПОЛКА	есть ли ТОП 12 скуп	Есть ли одновременно развес Snickers и Twix	y/n	2
		Есть ли одновременно мультипаки Snickers и Twix	y/n	1
		Есть ли одновременно Минисы Snick и Twix	y/n	2
		Есть ли одновременно M&M's арахис 360g и 130g	y/n	1
		Есть ли одновременно Коркунов "Ассорти Темный и Молочный" 108g, 190g	y/n	2
		Есть ли одновременно плитка DOVE Молочный и Цельный фундук	y/n	1
	для расчета доли выкладки	Линейный размер выкладки сегмента коробочных конфет (в метрах)	кол-во	Q1
		Линейный размер выкладки сегмента плитки (в метрах)	кол-во	Q2
		Линейный размер выкладки сегмента пакетированных конфет, минисов, мультипаков и дражке (в метрах)	кол-во	Q3
		Линейный размер выкладки сегмента батонов и мультипаков (в метрах)	кол-во	Q4
		Линейный размер выкладки сегмента драже (в метрах)	кол-во	Q5
		Линейный размер (в метрах) или ячеек (в шт) выкладки сегмента развес	кол-во	Q6
		Линейный размер выкладки коробочных конфет Марс	кол-во	Q7
		Линейный размер выкладки плитки Марс (в метрах)	кол-во	Q8
		Линейный размер выкладки пакетированных конфетконфет, минисов, мультипаков и дражке Марс(в метрах)	кол-во	Q9
		Линейный размер выкладки батонов и мультипаков Марс (в метрах)	кол-во	Q10
		Линейный размер выкладки драже Марс (в метрах)	кол-во	Q11
		Линейный размер (в метрах) или ячеек (в шт) выкладки развес Марс	кол-во	Q12
		Марс имеет линейный размер внутри Коробочных конфет	расчет	2
		Марс имеет линейный размер внутри плитки	расчет	2
		Марс имеет линейный размер внутри пакетированных конфет, минисов, мультипаков, драже	расчет	2
		Марс имеет линейный размер внутри батонов и мультипаки	расчет	2
		Марс имеет линейный размер внутри драже	расчет	2
		Марс имеет линейный размер внутрис развеса	расчет	2
	соблюдены ли правила выкладки?	Развесные конфеты Марс продаются россыпью?	y/n	2
		Развесные конфеты Марс стоят отдельно от пакетированных конфет Марс Minis?	y/n	2
		Соблюдаются бренд блоки Марс во всех сегментах?	y/n	2
		ВСЕ бренд блоки Марс стоят на уровне глаз-рук (130-160 см) или занимаем целый блок от нижней до верхней полки?	y/n	2
		Коробочные конфеты Dove Promises отделены от конфет Коркунов?	y/n	1
		Коробочные конфеты Марс стоят фронтальной стороной (не книжкой)	y/n	2
		Категория шоколад на полках расположена вся в одном месте?	y/n	2
		Сегменты стоят в следующем порядке: плитка, пакеты, коробки, развес	y/n	2
		Минисы + мультипаки сгруппированы по брендам	y/n	2
M&M's одновременно расположен в шоколадной категории и отдельно от Skittles (на касе и полке)?		y/n	2	
МАГАЗИН	Кол-во линий коробочных конфет Марс в магазине	кол-во	3	
	Кол-во линий плитка Марс в магазине	кол-во	3	
	Кол-во линий FC (пакеты, развес, мультипаки, драже >100g) Марс в магазине	кол-во	3	

Максимум 49
баллов



ДНЕВНОЙ ОТЧЕТ

	ПОЛКА	ответ	Менее 100м
Основная полка	Есть одновременно развес Snickers и Twix	y/n	3
	Есть ли одновременно Коркунов "Ассорти Темный и Молочный" 108g, 190g	y/n	2
	Есть ли одновременно плитка DOVE Молочный и Цельный фундук	y/n	2
	Развесные конфеты Марс стоят в секции развеса или рядом в нашем оборудовании	y/n	3
	Коробочные конфеты Марс стоят фронтальной стороной (не книжкой)	y/n	2
	Соблюдается бренд блок Коркунов в конфетах	y/n	2
	Соблюдается бренд блок Dove в секции плитки	y/n	2
	ВСЕ бренд блоки Марс стоят на уровне глаз-рук (130-160 cm)	y/n	3
	количество линий конфеты Марс в магазине	кол-во	3
	количество линий плитка Марс в магазине	кол-во	3
	Кол-во линий FC (пакеты, развес, мультипаки, драже >100g) Марс в магазине	кол-во	3

Максимум 28
баллов

Ассортимен

т полка



На основной полке в каждом из шести сегментов должно быть 2 бестселлера, которые покрывают максимум потребностей.

есть ли ТОП 12 SKU	Есть ли одновременно развес Snickers и Twix
	Есть ли одновременно мультипаки Snickers и Twix
	Есть ли одновременно Минисы Snick и Twix
	Есть ли одновременно M&M's арахис 360g и 130g
	Есть ли одновременно Коркунов "Ассорти Темный и Молочный" 108g, 190g
Есть ли одновременно плитка DOVE Молочный и Цельный фундук	

Выбранные 12 sku являются блокбастерами для всех каналов!

Баллы начисляются, если ответ положительный. Ответ «yes» может быть только при наличии обоих указанных SKU на полке!

Ассортимент
полка



Кол-во линий FC (пакеты, развес, мультипаки, драже >100g)
 Марс в магазине – вопрос, который проверяет наличие
 целевого кол-ва SKU по NBL для данного формата

Для каждого формата точек согласован NBL, который позволяет
 создать правильную долю Mars внутри каждого сегмента.

	NBL	КИ ОС К	ВТ ОМ	ВТС М	ее М	МТ е	МТ 10	МТ 30	МТ 60	МТ 100	МТ 300	МТ 600	МТ 1000	МТ	
														10	30
FUTURE CONS	1	SNICKERS LOOSE		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	TWIX LOOSE		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	3	M&M's АРАХИС 130гр		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	4	MILKY WAY LOOSE			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	5	BOUNTY LOOSE			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	6	SNICKERS MINIS BAG 180г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	7	TWIX MINIS BAG 184г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	8	SNICKERS MULTIPACK 200г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	9	TWIX MULTIPACK 220г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	10	M&M's ШОКОЛАД 130г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	11	MILKY WAY MINIS BAG 170,5г					1	1	1	1	1	1	1	1	1
	12	MARS MINIS BAG 180г					1	1	1	1	1	1	1	1	1
	13	M&M's АРАХИС 360г					1	1	1	1	1	1	1	1	1
	14	TWIX CAPUCHINO LOOSE							1	1	1	1	1	1	1
	15	SNICKERS HAZELNUT MINIS BAG							1	1	1	1	1	1	1
	16	M&M's ШОКОЛАД 360г							1	1	1	1	1	1	1
	17	BOUNTY MULTIPACK 192,5г							1	1	1	1	1	1	1
	18	MARS LOOSE							1	1	1	1	1	1	1
	19	SNICKERS HUZELNUT LOOSE							1	1	1	1	1	1	1
	20	MILKY WAY CHOCO LOOSE							1	1	1	1	1	1	1
	21	MILKY WAY MULTIPACK 130г							1	1	1	1	1	1	1
	22	SNICKERS HYPERPACK 360г							1	1	1	1	1	1	1
	23	MARS MULTIPACK 202,5г									1	1	1	1	1
	MALTESERS 175г											1	1	1	





Кол-во линий плитка Марс в магазине -вопрос, который проверяет наличие целевого ассортимента согласно NBL для данного формата

Для каждого формата точек согласован NBL, который позволяет создать правильную долю Mars внутри каждого сегмента.

	NBL	КИОСК	BTC		MT		MT		MT		MT		
			<60 М	>60 М	менее 100 М	100-300М	300-600М	600-1000М	1000-3000М	более 3000М			
ПЛИТКА	1 DOVE МОЛОЧНЫЙ 90г	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	2 DOVE МОЛОЧНЫЙ ЦЕЛЬНЫЙ ФУНДУК 90г		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	3 DOVE МОЛОЧНЫЙ ФУНДУК ИЗЮМ 90г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	4 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ 90г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	5 А.КОРКУНОВ ГОРЬКИЙ 90г			1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	6 DOVE Almond orange crunch 90г					1	1	1	1	1	1	1	
	7 DOVE МОЛОЧНЫЙ ФУНДУК 90г						1	1	1	1	1	1	
	8 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ ОРЕХ И ИЗЮМ 90г							1	1	1	1	1	
	9 DOVE МОЛОЧНЫЙ ИНЖИР 90г								1	1	1	1	
	10 А.КОРКУНОВ ГОРЬКИЙ 72% 90г								1	1	1	1	
	11 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ ЦЕЛЬНЫЙ ОРЕХ 90г								1	1	1	1	
	12 DOVE ТЕМНЫЙ 90г								1	1	1	1	
	13 А.КОРКУНОВ ГОРЬКИЙ С МИНДАЛЕМ 90г									1	1	1	
	14 А.КОРКУНОВ ГОРЬКИЙ ЦЕЛЬНЫЙ ОРЕХ 90 г									1	1	1	
	15 DOVE PROMISES МОЛ. МИНДАЛЬ И КАРАМЕЛЬ 93г											1	1
	16 DOVE PROMISES МОЛ. ФУНДУК 93г												1
	17 DOVE PROMISES МОЛОЧНЫЙ 96г												1
	ИТОГО	1	2	5	5	6	8	12	14	17			



Кол-во линий коробочных конфет Mars в магазине – вопрос, который проверяет наличие целевого ассортимента согласно NBL для данного формата

Для каждого формата точек согласован NBL, который позволяет создать правильную долю Mars внутри каждого сегмента.

КОРОБОЧНЫЕ
КОНФЕТЫ

NBL	KI	BT	BTC	MT	MT	MT	MT	MT	MT	MT
1 KORKUNOV "АССОРТИ" 190г		1	1	1	1	1	1	1	1	1
2 KORKUNOV ASSORTI 108		1	1	1	1	1	1	1	1	1
3 А.КОРКУНОВ «АССОРТИ» МОЛОЧНЫЙ 190г			1	1	1	1	1	1	1	1
4 DOVE PROMISES ACCORTI 118г КОРОБКА			1	1	1	1	1	1	1	1
5 KORKUNOV ASSORTI 250GR AX KR					1	1	1	1	1	1
6 KORKUNOV MOLOCHNIY 108					1	1	1	1	1	1
7 А.КОРКУНОВ ТЕМНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ОРЕХОМ 190г					1	1	1	1	1	1
8 А.КОРКУНОВ «АССОРТИ» 135г						1	1	1	1	1
9 DOVE PROMISES МОЛОЧНЫЙ 120г						1	1	1	1	1
10 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ОРЕХОМ 190г							1	1	1	1
11 DOVE PROMISES Dessert assorty							1	1	1	1
12 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ОРЕХОМ 250г							1	1	1	1
13 А.КОРКУНОВ «АССОРТИ» МОЛОЧНЫЙ ШОКОЛАД 135г							1	1	1	1
14 А.КОРКУНОВ ТЕМНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ЛЕСНЫМ ОРЕХОМ 250г								1	1	1
15 А.КОРКУНОВ РОССО 230г										1
16 А.КОРКУНОВ ЛУЧШЕЕ 280г										1
17 А.КОРКУНОВ МОЛОЧНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ОРЕХОМ 135г										1
18 А.КОРКУНОВ ТЕМНЫЙ ШОК. С ЦЕЛЬНЫМ ОРЕХОМ 135г										1
ИТОГО	0	2	4	4	7	0	12	14	12	12

Эти вопросы предназначены, чтобы обеспечить правильный размер выкладки каждого сегмента и покрыть потребности покупателя

для расчета доли выкладки

Линейный размер выкладки всего сегмента коробочных конфет (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки всего сегмента плитки (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки всего сегмента пакетированных конфет и минисов (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки всего сегмента батончиков и мультипаков (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки всего сегмента Шоколадного драже (в метрах)	кол-во
Линейный размер (в метрах) выкладки всего сегмента развес	кол-во
Линейный размер выкладки коробочных конфет Марс	кол-во
Линейный размер выкладки плитки Марс (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки пакетированных конфет и минисов Марс (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки батончиков и мультипаков Марс (в метрах)	кол-во
Линейный размер выкладки драже Марс (в метрах)	кол-во
Линейный размер (в метрах) выкладки развеса Марс	кол-во
Марс имеет линейный размер внутри Коробочных конфет	расчет
Марс имеет линейный размер внутри плитки	расчет
Марс имеет линейный размер внутри пакетированных конфет	расчет
Марс имеет линейный размер внутри батончиков и мультипаки	расчет
Марс имеет линейный размер внутри драже	расчет
Марс имеет линейный размер внутрис развеса	расчет

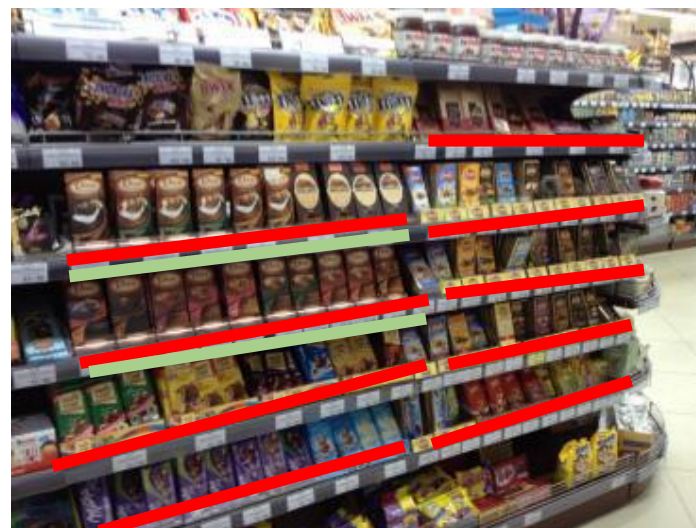
Вносим в магазин

Расчетный показатель

Пример: Измеряем сегмент плитки ($9 \text{ полок} * 125 \text{ см} = 1125 \text{ см}$) и наш блок ($2 \text{ полки} * 125 \text{ см} = 250 \text{ см}$)

Правила расчета линейного метража:

необходимо замерить длину полочного пространства, на котором стоит измеряемая продукция. При этом не учитывается глубина полок (сколько друг за другом стоит продукта) и количество фейсов в высоту (друг на друге). Если продукция стоит в разных концах – то считается длина в одном месте, в другом, потом складывается. Если продукт стоит на доп местах – он не считается в линейный метраж замеряемый по полке. Если это постоянный дисплей, который заменяет собой полку, то есть вся категория стоит там – то считается (острова для развеса). С плиткой сложнее – она может стоять так: некоторые бренды стоят на полке, остальные на стойках по всему залу



Размер
категории и
выкладки



Подсчет развеса так же идет в метрах



Пример:
 $60\text{см} * 4 + 90\text{см} * 4 + 120\text{см} * 4 = 10,8\text{м}$



Внимание!!! при заполнении данных вопросов, обратите внимание, что входит в сегменты пакетированных конфет и развесных конфет

Линейный размер выкладки всего сегмента коробочных конфет (в метрах)

Линейный размер выкладки всего сегмента плитки (в метрах)

Линейный размер выкладки всего сегмента пакетированных конфет и минисов (в метрах)

Линейный размер выкладки всего сегмента батончиков и мультипаков (в метрах)

Линейный размер выкладки всего сегмента Шоколадного драже (в метрах)

Линейный размер (в метрах) или ячеек (в шт) выкладки всего сегмента развес

Для удобства подсчета замер метража делается **по всем** пакетированным конфетам – шоколадным и сахаристым (памадки), так же и для развеса.

Драже замеряется только шоколадное (маленькие конфетки в шоколадной глазури без индивидуальной упаковки, может быть орехи, сухофрукты в шоколаде, кроме M&M's есть частные марки у сетей, у Сладкой сказки и др.)

Если развесные конфеты фасует торговая точка – то они все равно считаются развесом, но в вопросе про «продаются ли они в россыпь» отвечать нужно «нет».

Размер
категории и
выкладки



В идеале доп дисплеи стоят в категориях чай, кофе, соки, чипсы... и не засчитываются в размер секции и нашего блока.

Исключение: convenience менее 300м, там стойки могут формировать категорию, например, размер категории на стеллаже крайне маленький и на HOT SPOT стоит разный ассортимент. Тогда нужно замерить метраж стоек и добавить его в метраж категории и наш метраж, при этом критично, чтобы стойка стояла в притык к основному месту продаж данного сегмента (наша стойка развес рядом с остальным развесом), чтобы покупатель тоже расценивал ее как продолжение категории, а не доп место.



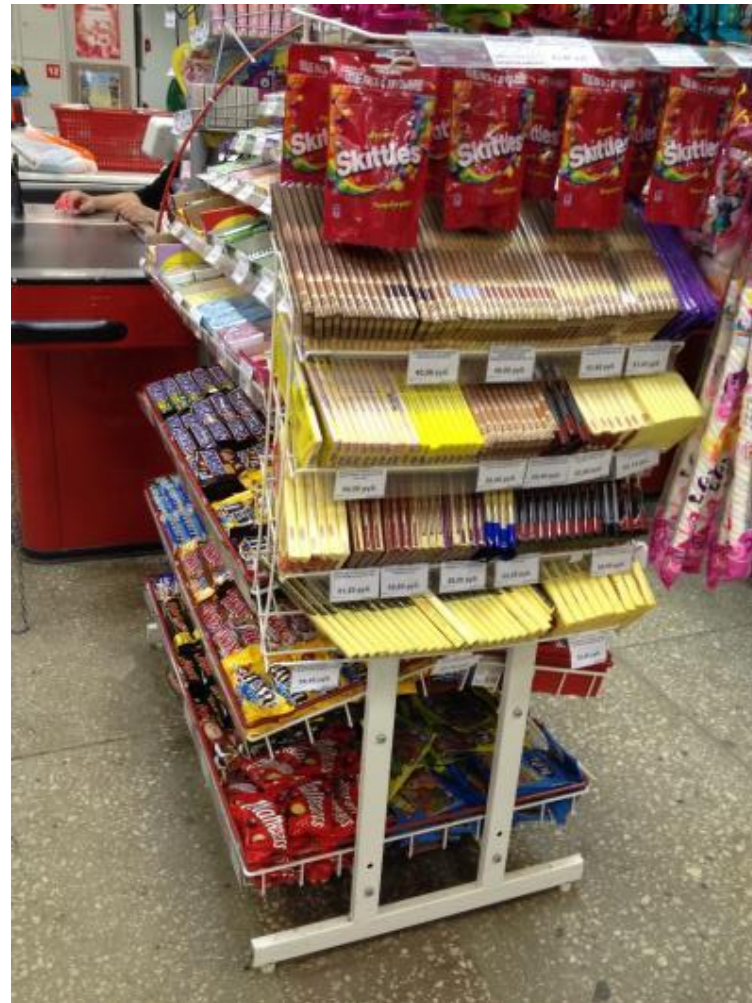


Если плитка стоит на кассе, как измерить размер категории и МАРС?

Такое размещение не эффективно:

- 1) потому что подкатегория с высокой пенетрацией и частотой покупки стоит вне категории – и вся категория шоколад теряет трафик
- 2) Потому что на кассе не возможно поставить широкий ассортимент и покрыть все потребности в разных вкусах, ценах, брендах.
- 3) Потому что теряется эффективность кассы – одна или несколько касс теряют продажи импульсного ассортимента из-за отсутствия на них.

Поэтому для аудита принято решение в случае вынесения плитки на кассу – измерять ее размер и размер Марс, но не отмечать, что «вся категория стоит в одном месте»



Размер
категории и
выкладки



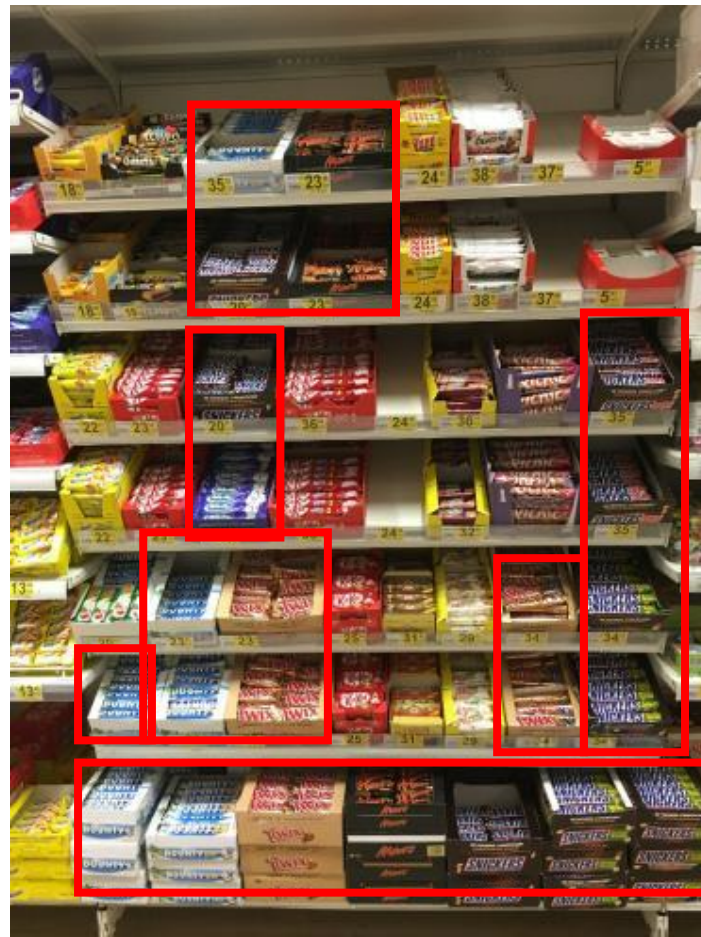
не по
сегментам, как считать
размер
сегментов? Если выкладка
Марс внутри
сегмента не сгруппирована
в одном месте?

Необходимо замерить каждый кусочек и сложить в метраж
сегмента или блока Марс!

Можно посчитать как количество
фейсов, умноженное на средний
размер фейса

ПРИМЕР:

24 фейса*20см=480см





Цель по размеру Mars блока в сегментах:

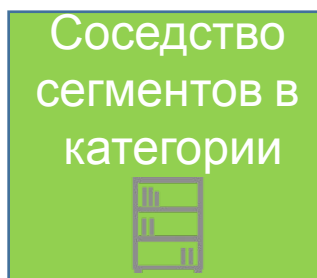
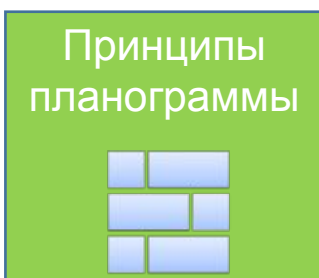
CONVENIENCE (менее 1000м)

Сегмент	цель
Марс имеет линейный размер внутри Коробочных конфет	25%
Марс имеет линейный размер внутри плитки	10%
Марс имеет линейный размер внутри шоко и не шоко пакетированных конфет, минисов, мультипаков и драже	12%
Марс имеет линейный размер внутри шоко и не шоко развеса	14%

Данные вопросы

соблюдены ли правила выкладки?	Развесные конфеты Марс продаются россыпью?	y/n
	Развесные конфеты Марс стоят отдельно от пакетированных конфет Марс Minis?	y/n
	Соблюдаются бренд блоки Марс во всех сегментах?	y/n
	ВСЕ бренд блоки Марс стоят на уровне глаз-рук (130-160 см) или занимаем целый блок от нижней до верхней полки?	y/n
	Коробочные конфеты Dove Promises отделены от конфет Коркунов?	y/n
	Категория шоколад на полках расположена вся в одном месте?	y/n
	Сегмент шоколадного драже стоит возле сегмента батончики/мультипаки или плитки	y/n
	Сегмент батончиков/мультипаков открывает категорию от центральной аллеи?	y/n
	Внутри Батончиков бренд блок Snickers в ширину не менее 50 см и открывает сегмент батончиков от центральной аллеи?	y/n
	M&M's одновременно расположен в шоколадной категории и отдельно от Skittles (на кассе и полке)?	y/n

закрывают три блока из картины успеха





Развесные конфеты Марс стоят отдельно от пакетированных конфет Марс Minis?

Данное размещение является **неправильным**, так как увеличивает переключение покупателей с упакованных минисов на развес, когда наша цель удовлетворить разных покупателей!

Развес должен **стоять в развесе!!!**

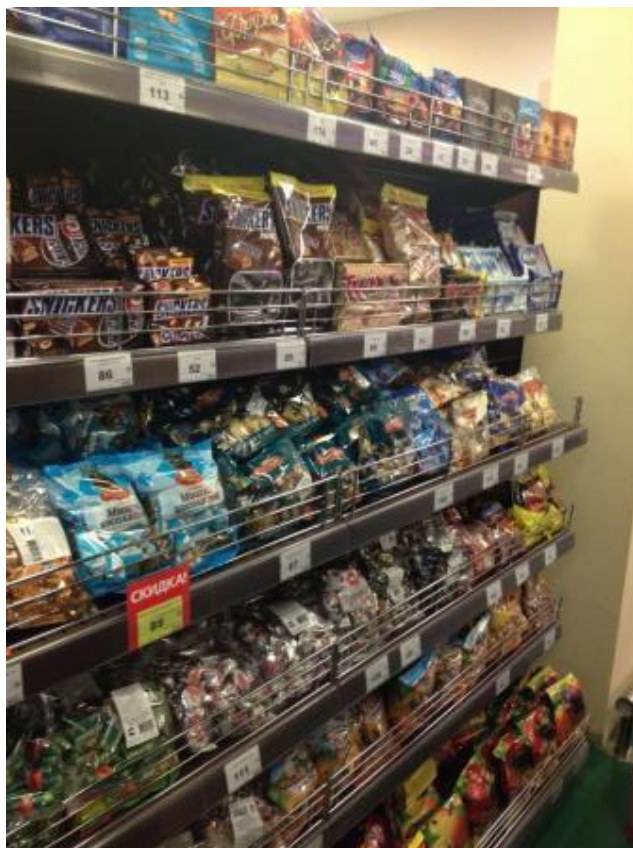




Соблюдаются бренд блоки Марс во всех сегментах?

Вопрос проверяет наличие бренд блоков Коркунов в коробках, Dove в коробках, Коркунов в плитке, Dove в плитке, Snickers в Future consumption, Twix в FC, M&M's в FC... то есть не наличие блока производителя Марс, а то что бренды выложены блоком внутри

сегментов
ФОТО



Есть бренд блок у Snickers и Twix

ФОТО не



Нет бренд блока у Snickers и Twix



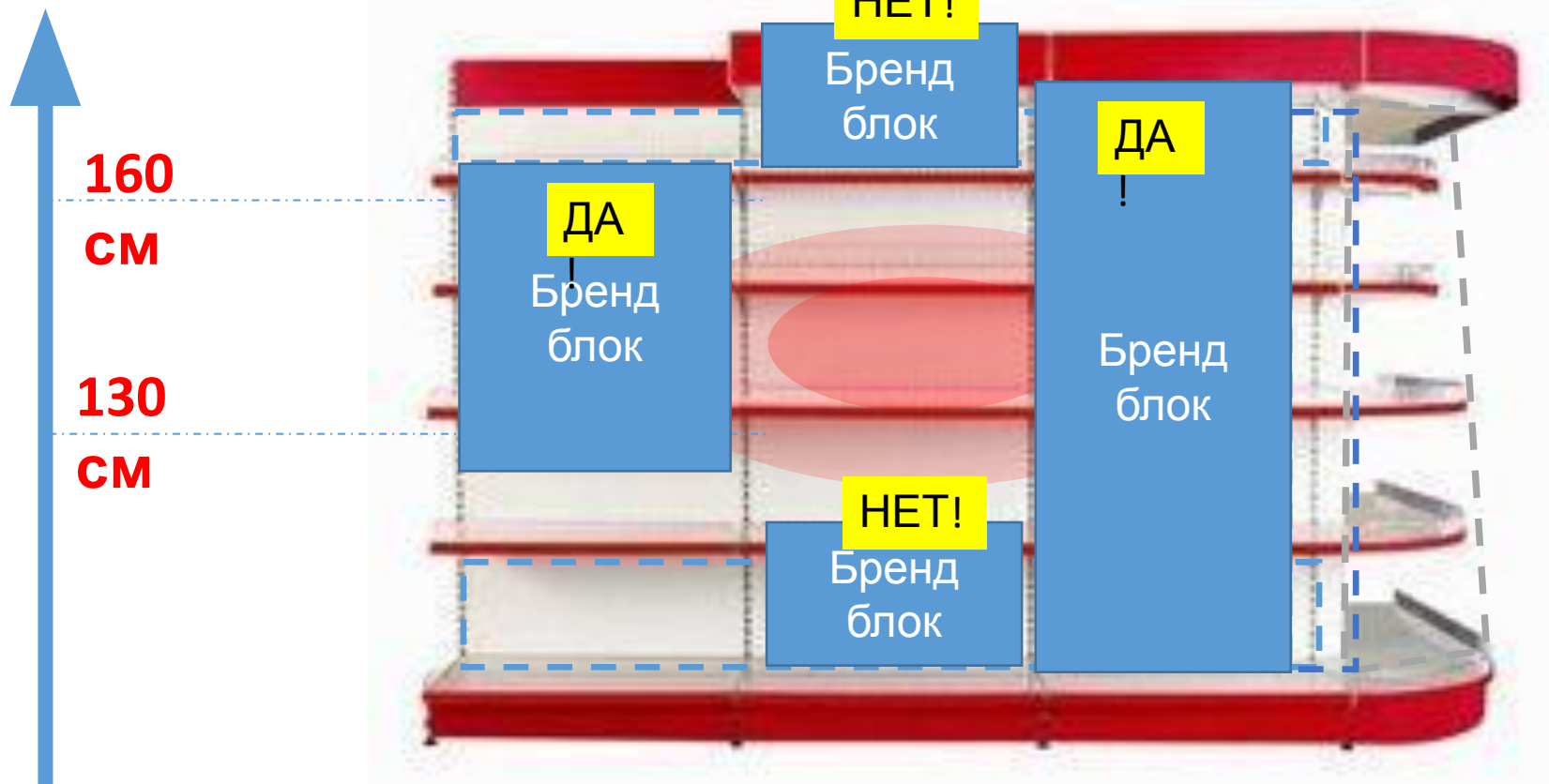
Соблюдаются бренд блоки Марс во всех сегментах?



Бренд блок - продукты одного бренда в рамках одного сегмента стоят вместе, формируя правильную геометрическую фигуру. Сегменты описаны выше. **Исключение может быть только в плитке в канале гипермаркетов** – где может быть соблюден принцип выкладки по вкусу (молочный, темный, белый), так как он является более важным в дереве принятия решения, тогда бренд блок должен быть соблюден внутри вкуса. Если бренд разбит в коробках, это нарушение, так как первым критерием в дереве принятия решения является бренд, потом уже размер и вкус.



ВСЕ бренд блоки Марс стоят на уровне глаз-рук (130-160 см) или занимаем целый блок от нижней до верхней полки?



Этот вопрос проверяет, что продукты Марс не стоят на плохо работающих полках.

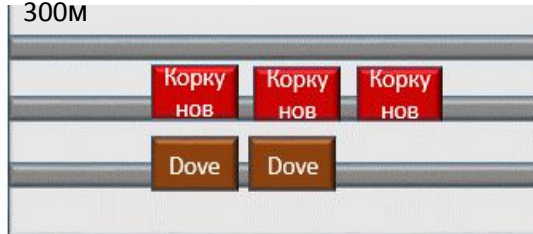


Коробочные конфеты Dove Promises отделены от конфет Коркунов?

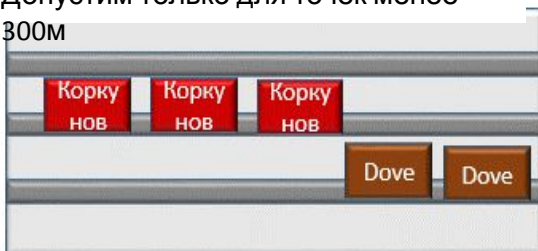
Данный вариант точно соответствует условию



Допустим только для точек менее
300м



Допустим только для точек менее
300м



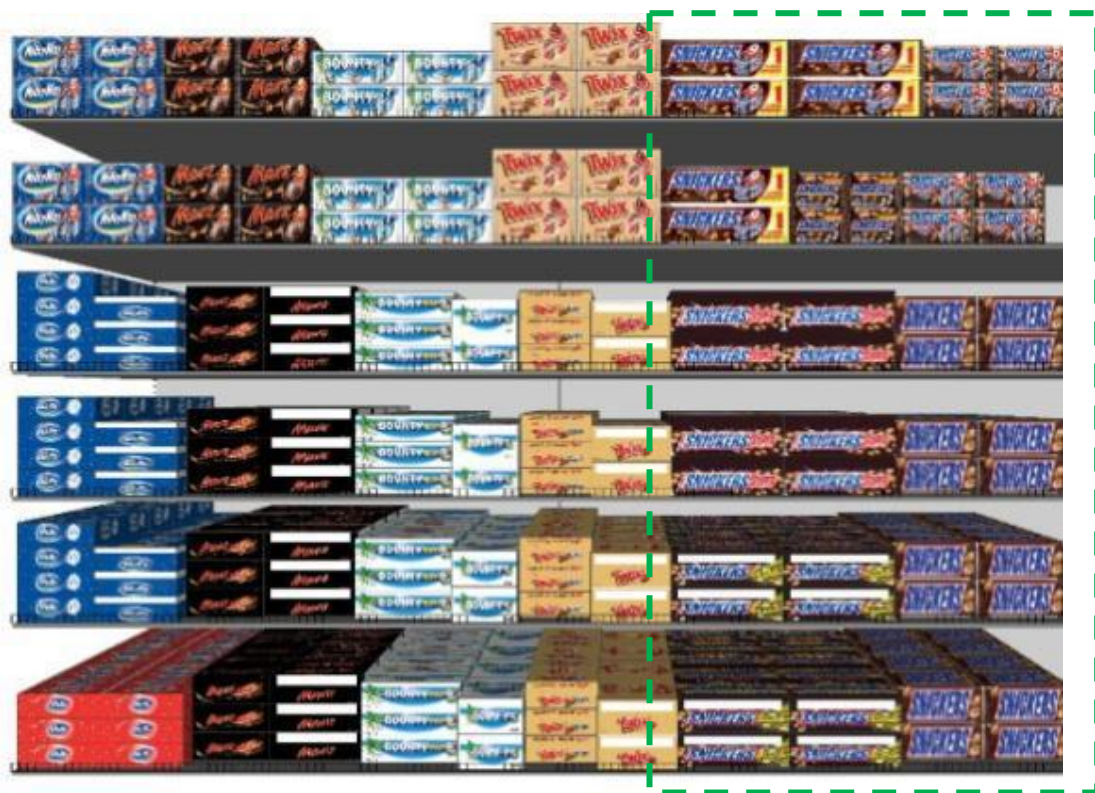
*Много зависит от формата магазина и размера сегмента коробки на полке. **НО главное понимать цель данного вопроса:** соблюдать правильное конкурентное соседство для брендов, и не терять представленность из-за факта, что это продукты одного производителя. Оптимальным соседством для Dove считается Мерси, Комильфо, может быть Рафаэло. Для Коркунов - Ферреро, Вдохновение. То есть бренды из одного ценового диапазона и похожей аудиторией. Из вариантов выше вариант, там где Дав стоит под Коркуновым, возможен только при очень маленькой полке в магазинах у дома до 300м. В остальных точках - он не позволит соблюсти соседство и приведет к риску сокращения выкладки одного из брендов.*



Внутри Батончиков бренд блок Snickers в ширину не менее 50 см и открывает сегмент батончиков от центральной аллеи?

Здесь критично, чтобы блок Snickers был не менее 50см, иначе он будет слишком узким и попадет в мертвую зону

Big Boxes >3000м2



Покупательский поток

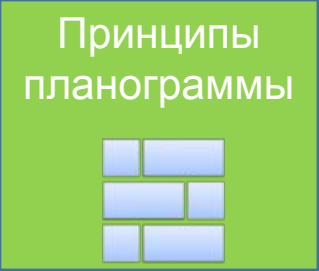


Минисы + мультипаки сгруппированы по брендам

Это вопрос для
CONVENIENCE

Размещая мультипаки и минисы по брендам, создаются более крупные бренд блоки, которые более заметны, чем если бы продукты были собраны по типу.





M&M's одновременно расположен в шоколадной категории и отдельно от Skittles (на кассе и полке)?

Траффик



1	2	4	7	1
Ж-ка и Минт с	Нешоколадные пакетированные конфеты	Шоколадные пакетированные конфеты	Коробочные конфеты	Фигурный шоколад

15

Батоны, Мультипаки	Драже	Плитка	Развесные конфеты
4	1	4	6

15



Траффик



6
Печенье

Плитка	мультипаки, минисы, драже, пакетированные конфеты	Коробочные конфеты	Развесные конфеты
1	1,5	1,5	2

Крайне важно разносить на полке M&M's и Skittles, чтобы покупатели не путали продукты. M&M's должен стоять среди шоколадных продуктов





Коробочные конфеты Марс стоят фронтальной стороной (не книжкой)

Правильно – видно каждое
СКЮ



Не правильно – не видно каждое
СКЮ



Additional HOT SPOTS



Соответствие
сезональному
плану по кол-ву
activity hot spot

Расположени
е activity hot
spots

Мини Hot
Spots

Как начисляются баллы в блоке HOT SPOT

A D D H O T S P O T	Hot Spot		От 600 до 3000 м	От 300 до 600м	Менее 300м	
		Кол-во Activities Hot Spot Марс в торговой точке	кол-во	4	4	
		Кол-во Mini Hot Spot Марс в торговой точке (н-р, лента M&M's, герой M&M's, карманы Impulse, навески Dove и Коркунов) в категории соки, воды, чай, кофе, снеки	кол-во	2	3	2
		Activity Hot Spot 1				
	1-й доп. дисплей по ходу покупателей	место размещения дисплея (близость к категории)	выпадающий список	2	3	
		первый шоколадный Hot Spot в точке среди конкурентов	у/н	2	3	
		Activity HS стоит на трафике, лицом к основному покупательскому потоку, виден с 3 метров, открыт для подхода (мин с 3 сторон)	у/н	2	3	
		на Activity HS стоит правильный ассортимент, соблюдена планограмма (согласно Брифу), есть ценники, загрузка дисплея продуктом минимум 80%	у/н	1	2	
		тип Activity HS	выпадающий список	1	2	
		Activity Hot Spot 2				
2-й доп. дисплей по ходу покупателей	место размещения дисплея (близость к категории)	выпадающий список	2			
	Activity HS стоит на трафике, лицом к основному покупательскому потоку, виден с 3 метров, открыт для подхода (мин с 3 сторон)	у/н	2			
	на Activity HS стоит правильный ассортимент, соблюдена планограмма (согласно Брифу), есть ценники, загрузка дисплея продуктом минимум 80%	у/н	1			
	тип Activity HS	выпадающий список	1			
	ИТОГО по блоку		20	20	2	

Где отмечать регулярные hot spot?

Так как цели по регулярным HOT SPOT не являются частью картины успеха, то нет общего вопроса для аудита кол-ва регулярных стоек.

Они могут считаться по желанию региона в тактических записях.

Исключение стойка «герой M&M's» - она засчитывается как мини хот спот.

Почему нет целей по регулярным hot spot?

Анализ продаж с регулярных стоек показал, что прирост продаж с них меньше, чем с activity (промо, сезон) в два раза.

Поэтому они используются в случае:

- 1) когда основная полка слишком маленькая для поддержания стока и ассортимента (например стойка под развес рядом с секцией развеса)
- 2) когда их размещение дает целевой ROI (магазины не требуют больших инвестиций за размещение).

Соответствие
сезональному
плану по кол-ву
activity hot spot

Кол-во Activity Hot Spot Марс в торговой точке

зависят от сезона (от периода)

ТИП ТОЧКИ	Приоритет для установки	Low-Season	Season	New Year
		(P1, P4-P8)	(P2-P3, P9-P11)	(P12-P13)
		2 AHS	3 AHS	6 AHS
Big Boxes	1	на входе (не ближе 3 м)	на входе (не ближе 3 м)	на входе (не ближе 3 м)
	2	рядом с категориями Напитки или Чай/кофе	на сезонной аллее	на сезонной аллее
	3	-	рядом с чай/кофе	в зоне "праздничных" напитков
	4	-	-	рядом с соками/напитками
	5	-	-	рядом с чай/кофе
	6	-	-	рядом с хлебом
	7	-	-	-
	8	-	-	-
Convenience Big (600-1000)		2 AHS	2 AHS	3 AHS
	1	на входе (не ближе 3 м)	сезонная выкладка	сезонная выкладка
	2	рядом с категориями Хлеб или Напитки или Чай/кофе	рядом с хлебом, чай/кофе, напитками	рядом с хлебом, чай/кофе, напитками
	3	-	-	в зоне "праздничных" напитков
	4	-	-	-
	5	-	-	-
	6	-	-	-
Convenience Medium(300- 600)		1 AHS	2 AHS	2 AHS
	1	рядом с хлебом или чай/кофе	сезонная выкладка	сезонная выкладка
	2	-	рядом с хлебом, чай/кофе, напитками	рядом с хлебом, чай/кофе, напитками
	3	-	-	-
Convenience Small (300-)		0 AHS	0 AHS	0 AHS
	1	-	-	-
	2	-	-	-

Если фактическое количество \geq 50% от цели, тогда 2 балла.
Если фактическое количество \geq 90% от цели, тогда 4 балла.
Если фактическое количество $<$ 50% от цели, тогда 0 баллов.

Соответствие
сезональному
плану по кол-ву
activity hot spot

Кол-во Activity Hot Spot Марс в торговой точке

ВНИМАНИЕ! При ответе на этот вопрос - вносится все кол-во наших activity hot spot, а качество размещения и наполнения дисплеев оценивается не всех, а только первых двух, которые встречаются по ход покупательского потока.

Это связано с задачей минимизировать кол-во вопросов и времени на заполнение отчетов в торговых точках.

Мини Hot Spots

Точке
(н-р, лента M&M's, герой M&M's,
карманы
Impulse, навески Dove и Коркунов) в
категории

зависят от сезона (от периода)

соки, воды, чай, кофе, снеки

Тип точки	№ приоритет а HS	miniHS без активности	miniHS в активность
		(P2-P3)	(P4-P13)
		6 miniHS	8 miniHS
Big Boxes	1	Impulse - в категории Снеки	miniAHS - в категории "праздничные" напитки
	2	M&M's - в категории Напитки	miniAHS - в категории Напитки
	3	M&M's - в категории Орехи/Сухофрукты	miniAHS - в категории Снеки
	4	Minis/Multipack - в категории Печенье/Кондитерка к чаю (сдоба, рулеты)	miniAHS - в категории Чай/кофе
	5	Плитка - в категории Чай/кофе	Impulse - в категории Снеки
	6	Плитка - в категории "праздничные" напитки	M&M's - в категории Орехи/Сухофрукты
	7	-	Minis/Multipack - в категории Печенье/Кондитерка к чаю (сдоба, рулеты)
	8	-	Плитка - в категории Чай/кофе
		4 miniHS	6 miniHS
Convenience (600-1000)	1	Impulse - в категории Снеки	miniAHS - в категории "праздничные" напитки
	2	M&M's - в категории Напитки/Снеки	miniAHS - в категории Напитки
	3	Minis - в категории Печенье/Кондитерка к чаю (сдоба, рулеты)	miniAHS - в категории Снеки
	4	Плитка - в категории Чай/кофе	miniAHS - в категории Чай/кофе
	5	-	M&M's - в категории Напитки/Снеки
	6	-	Minis - в категории Печенье/Кондитерка к чаю (сдоба, рулеты)
		2 miniHS	3 miniHS
Convenience (300-600)	1	M&M's - в категории Напитки/Снеки	miniAHS - в категории "праздничные" напитки
	2	Minis - в категории Печенье/Кондитерка к чаю (сдоба, рулеты)	miniAHS - в категории Чай/кофе
	3	-	M&M's - в категории Напитки/Снеки
		2 miniHS	2 miniHS
Convenience	1	M&M's - в категории Напитки/Снеки	miniAHS - в категории Чай/кофе

Если фактическое количество больше либо равно 50% от цели, тогда 1 балл.
Если фактическое количество больше либо равно 90% от цели, тогда начисляется заданное количество баллов.



Место размещения дисплея (близость к категории)

ВНИМАНИЕ! Место Hot SPOT зависит от периода и

Сезона
Big Box 1000 – 3000 m², Big Box > 3000 m²

Вопрос	Тип данных	Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
Место размещения дисплея (близость к категории)	выпадающий список	На входе	2	2	2
		Промо место	0	2	2
		Хлебобулочный отдел	0	0	2
		Напитки	2	0	2
		Отдел Кофе\Чай	2	2	2
		Другое	0	0	0

Convenience 600 - 1000 m²

Вопрос	Тип данных	Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
Место размещения дисплея (близость к категории)	выпадающий список	На входе	2	0	0
		Промо место	0	2	2
		Хлебобулочный отдел	2	2	2
		Напитки	2	2	2
		Отдел Кофе\Чай	2	2	2
		Другое	0	0	0

Вопрос	Тип данных	Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
Место размещения дисплея (близость к категории)	выпадающий список	На входе	0	0	0
		Промо место	0	3	3
		Хлебобулочный отдел	3	3	3
		Напитки	0	3	3
		Отдел Кофе\Чай	3	3	3
		Другое	0	0	0

Расположение activity hot spots

шоколадный Hot Spot в точке среди конкурентов

Picture of Success P9'2016
Convenience Big (600-1000)



Разместить 2 AHS:

- На входе (не ближе 3м) – Театр «Снова в Школу»
- Первый шоколадный рядом с трафикообразующими категориями – Хлеб, Напитки, Чай/Кофе – Мэджик «Снова в Школу»

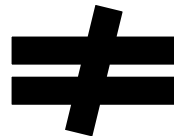


Размещение на входе в BIG BOX особенно критично – так как это место, которое проходят все, при размещении не ближе 3 м от входа можно получить максимальную заметность больших дисплеев

Расположени
е activity hot
spots

к основному
покупательскому
поток, виден
с 3 метров, открыт для
подхода (мин с 3
сторон)

ВНИМАНИЕ!!!!
Задача не просто доставить АНС
куда-нибудь,
а поставить на **ЛУЧШЕЕ**
МЕСТО!



Все АНС (вне зависимости от места) стоят одинаково,
а рост продаж отличается в 10-ки раз



АРГУМЕНТАЦИЯ



- Шоколад - импульсная категория
 - Около 70% покупок совершается импульсно
 - Решение о покупке принимается за секунды в месте продажи шоколада
 - С дополнительных мест продаж шоколада покупается до 50%, при этом других категорий не более 15%
- Шоколад – растущая категория
 - Потребление шоколада в России - 4 кг на душу населения, в Европе от 8 до 12 кг
 - Только 25% посетителей торговых точек заходят в секцию
- Рынок шоколада имеет ярко выраженную сезонность

Расположение activity hot spots

ассортимент, соблюдена планограмма (согласно Брифу), есть ценники, загрузка ПИЕЛОС ПРОДУКТОМ

Picture of Success P9'2016

Convenience Medium (300-600)

Для каждой активности проходит согласование ассортимента и выкладки на AHS, который необходимо соблюдать!



Размещаем 1 AHS: Первый шоколадный рядом с трафикообразующими категориями – Хлеб, Чай/Кофе

Разместить Ценниковывделитель и Воблер для усиления информации о Промо



АКЦИЯ



Тип Activity HS

Типы Hot SPOT не зависят от периода и сезона

Big Box 1000 – 3000 m², Big Box > 3000 m²

Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
> 1 Паллеты	1	1	1
Паллета/Театр	1	1	1
Промо-торец	1	1	1
Остров/Мэджик	0	0	0
Торец/Хлоп	0	0	0
Мини-дисплей/Выкладка CRP	0	0	0

Convenience 600 - 1000 m²

Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
> 1 Паллеты	0	0	0
Паллета/Театр	1	1	1
Промо-торец	1	1	1
Остров/Мэджик	1	1	1
Торец/Хлоп	0	0	0
Мини-дисплей/Выкладка CRP	0	0	0

Convenience 300 - 600 m²

Вариант ответа для вып.списка	Баллы (P1, P4-P8)	Баллы (P2-P3, P9-P11)	Баллы (P12-P13)
> 1 Паллеты	0	0	0
Паллета/Театр	0	0	0
Промо-торец	0	0	0
Остров/Мэджик	2	2	2
Торец/Хлоп	2	2	2
Мини-дисплей/Выкладка CRP	2	2	2

Тип Activity HS

Тип торговой точки	Тип дисплея АНС	Размер
Big Boxes (1000+)	Больше 1 Паллеты Паллета Промо-торец Театр	>1 паллеты 1 европаллета торец регала 1 европаллета
Convenience Big (600-1000)	Паллета Промо-торец Остров/Мэджик	1 европаллета торец регала 1/2 европаллеты
Convenience Medium (300-600)	Остров/Мэджик Торец/Хлоп Выкладка SRP	1/2 европаллеты 1/4 европаллеты 1/8 европаллеты
Convenience Small (300-)	нет нет	