

ШАГИ ВИЗИТА В ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ

Kellogg's

ЗАМЕНА



Kellogg's

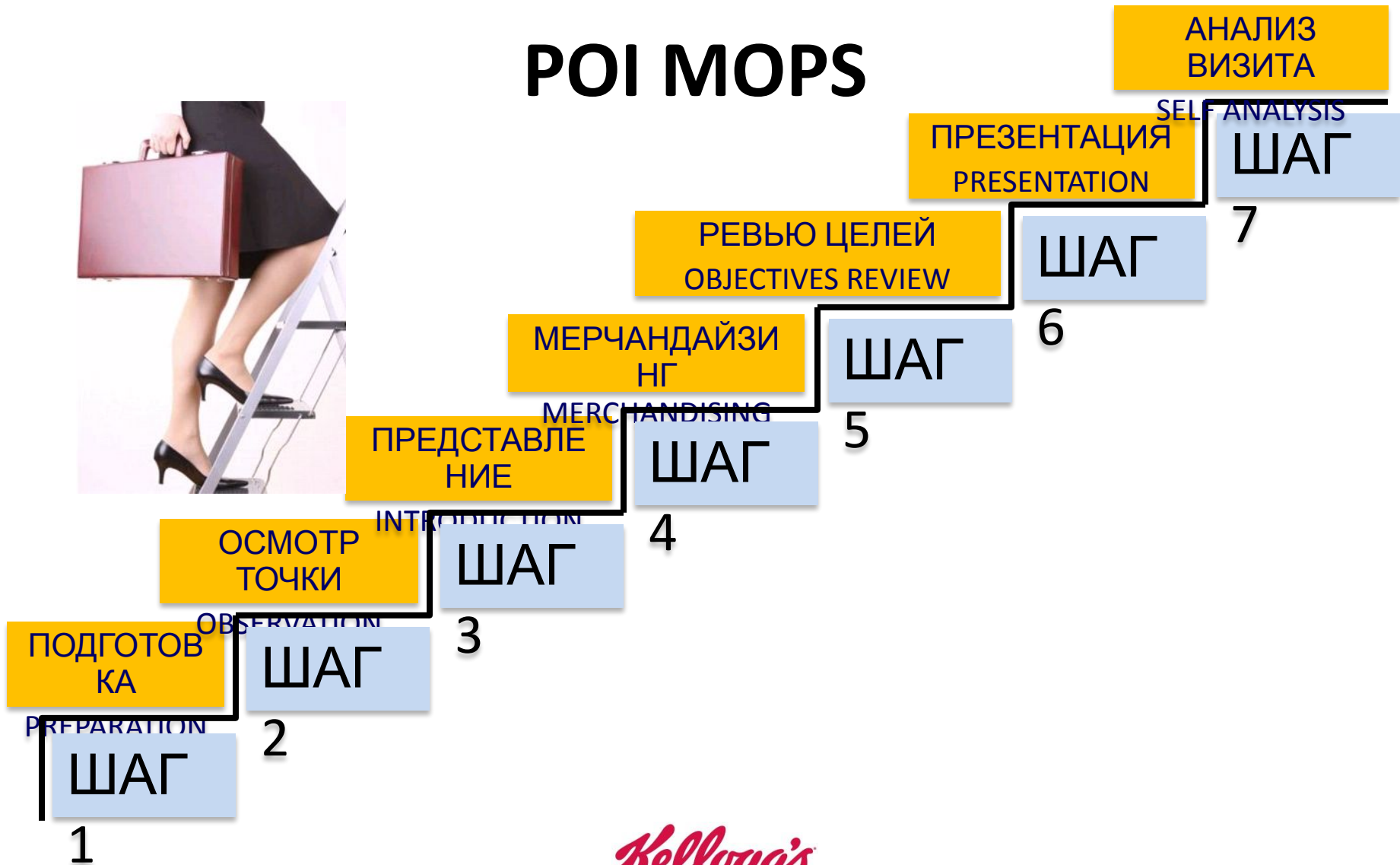
ПОЙ МОПС
POI MOPS



Kellogg's

7 ШАГОВ ВИЗИТА

ROI MOPS



Kellogg's

ПОДГОТОВ
КА

PREPARATION

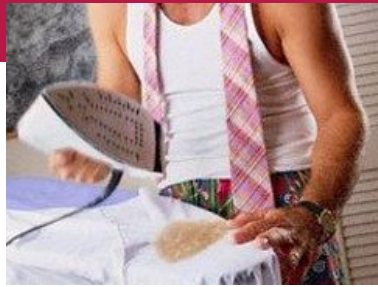
ШАГ

1



ПОДГОТОВКА

ДОМА



ВНЕШНИЙ ВИД
ЧИСТЫЙ ЗАПРАВЛЕННЫЙ
АВТОМОБИЛЬ
ДОКУМЕНТЫ



ПЕРЕД ВИЗИТОМ

ИНФОРМАЦИЯ О ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОШЛОГО ВИЗИТА
ЦЕЛИ НА ПРЕДСТОЯЩИЙ ВИЗИТ
(SMART)



В ОФИСЕ

ЦЕЛИ НА ДЕНЬ
ПРИОРИТЕТЫ
МЕСЯЦА
СЛАМ-ТРЕКЕР
БЛАНК «S&O»
СПИСОК ДОЛГОВ
НАКЛАДНЫЕ
ПРЕЗЕНТОР
НОВИНКИ
ОБРАЗЦЫ
ПРАЙС-ЛИСТ
POSM

Kellogg's

ОСМОТР
ТОЧКИ
OBSERVATION

ШАГ

2



ОСМОТР ТОЧКИ

Расслабьтесь.
Посмотрите вокруг.
Постарайтесь запомнить
максимальное количество
предметов или деталей
СИНЕГО цвета



ИГРА
«ВСПОМНИТЬ ВСЕ»

Kellogg's

ОСМОТР ТОЧКИ

ОСМОТ Р

ВНЕШНИЙ

- РАСПОЛОЖЕНИЕ
- ВНЕШНИЙ ВИД (РЕМОНТ)
- ПАРКОВКА
- РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ
ТРАФИК
ОТНОШЕНИЕ К POSM

ВНУТРЕННИЙ

- СИЛЬНАЯ ПОЛКА
- ЛУЧШАЯ ПОЛКА
- АБСОЛЮТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ
- МАССИВНЫЙ ДИСПЛЕЙ

- КОНКУРЕНТЫ
- ПРАЙС-ПРОМО



ВОЗМОЖНОСТИ УЛУЧШЕНИЯ СЛАМ-
ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ
ЗАПОЛНЕННЫЙ БЛАНК СЛАМ-ТРЕКЕРА

Kellogg's

Сильная полка

- Лучшему продукту – лучшее место!
- Приоритетное место для размещения – «золотая полка»!
- Выкладка всех категорий единым блоком
- Согласованный ассортимент по каналам
- Правило FIFO (first in - first out): товары с меньшим сроком годности должны быть доступны в первую очередь

Лучшее место

- SKU располагаются по ходу покупательского потока в соответствии со стандартами представленности
- Приоритетное размещение дополнительного места продаж в местах максимального трафика
- Кросс – категорийное размещение
- «Горячие» зоны в магазинах

Kellogg's

Абсолютная доступность

- Полка должна быть на **100%** заполнена
- Необходимое количество фейсингов ТОП-селлеров
- Чем выше продажи SKU - тем больше фейсингов данного SKU!
- Фокус на Must Have

Массивный дисплей

- Максимальные размеры дисплеев - чем больше, тем лучше!
- Доступная коммуникация - выделенная промо цена!
- Использование POSM



ЗАПОЛНЕНИЕ БЛАНКА СЛАМ-ТРЕКЕРА

Ежедневный отчет о визите в ТТ
 № маршрута
 ФИО ТП, МЧ
 Дата

№	Отчет ТП/МЧ	Наименование ТТ	Адрес ТТ	Классификация ТТ	Категория товарной группы	Сильная полка		Лучшее место	Абсолютная Доступность										Массивный дисплей	ПОСМ				
						Доля полки, % RTEC / Pringles	Доля полки, % ВС		Соответствие Планиграмме RTEC / PRINGLES	Соответствие Планиграмме ВС	кол-во ДМП в торговом точке	Общее кол-во Core RTEC / PRINGLES	Общее кол-во Core ВС	Хлопья кукурузные 370 гр. / Pringles Original 165 г	Шарики шоколадные 250 гр. / Pringles sour cream & onion 165 г	Крекер антрацит с сыром 235 гр. / Pringles cheesy cheese 165 г	Печенье овсяное классическое 285 гр.	Топленое молоко 400 гр.		Печенье шоколадное 335 гр.	массивный дисплей (от 2-х паллет /от 2-х стоек)	ПОСМ (шефтокер, стопер, раздатчик, граб. полка)	Полупаллета	напольный дисплей (стойка) картон
						Число	Число	+/-	+/-	Число	Число	Число	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	Число	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	
3					Core																			
					Pringles																			
4					Core																			
					Pringles																			
5					Core																			
					Pringles																			
6					Core																			
					Pringles																			
7					Core																			
					Pringles																			
8					Core																			
					Pringles																			



ПРЕДСТАВЛЕН
ИЕ

INTRODUCTION
ШАГ

3



ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

КТО?

- ПОЗДОРОВАЙСЯ
- ПРЕДСТАВЬСЯ, НАЗОВИ СВОЮ ФАМИЛИЮ И ИМЯ

ОТКУДА?

- КОМПАНИЯ, КОТОРУЮ ТЫ ПРЕДСТАВЛЯЕШЬ
- ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ТВОЯ КОМПАНИЯ, БРЕНДЫ

ЗАЧЕМ?

- СООБЩИ ВСЕ ЦЕЛИ ТВОЕГО ВИЗИТА

15''



ОБЯЗАТЕЛЬНО

УЗНАЙ ИМЯ И ОТЧЕСТВО КЛЮЧЕВОГО
ЛИЦА, ПОЗНАКОМЬСЯ С ПЕРСОНАЛОМ

*ПРЕДУПРЕДИ ОБ
ОСМОТРЕ И
МЕРЧЕНДАЙЗИНГЕ*

Kellogg's

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ДЛЯ НОВОГО КЛИЕНТА



ДОБРЫЙ ДЕНЬ!

МЕНЯ ЗОВУТ _____.

**Я ЯВЛЯЮСЬ ТОРГОВЫМ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ КОМПАНИИ «АБВ»,
КОТОРАЯ ПРОДАЁТ ПРОДУКЦИЮ
КОМПАНИИ «КЕЛЛОГГ РУС»,
ПРОИЗВОДЯЩЕЙ ПЕЧЕНЬЕ, КРЕКЕРЫ И
ГОТОВЫЕ ЗАВТРАКИ ПОД ТОРГОВОЙ
МАРКОЙ «ЛЮБЯТОВО», Kellogg's,
Pringles.**

**ХОЧУ ДОГОВОРИТЬСЯ С ВАМИ О
СОТРУДНИЧЕСТВЕ!**

Kellogg's

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ДЛЯ СТАРОГО КЛИЕНТА



ДОБРЫЙ ДЕНЬ!

**Я _____, КОМПАНИЯ
«АБВ», ТОРГОВЫЕ МАРКИ «ЛЮБЯТОВО»,
Kellogg's и Pringles.
ХОЧУ ПООБЩАТЬСЯ С ВАМИ ОБ
ОЧЕРЕДНОМ ЗАКАЗЕ!**

Kellogg's

МЕРЧАНДАЙЗИ
НГ

MERCHANDISING
ШАГ

4



Kellogg's

**МЕРЧАНДАЙЗИНГ – ЭТО
КОМПЛЕКС МЕР В
ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ ПО
УВЕЛИЧЕНИЮ ПРОДАЖ**



ПРИНЦИПЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- Соответствие торговой точки **СЛАМ**
- Отсутствие **Out Of Stock** в торговой точке
- Наличие обязательного ассортимента **Must Have**
- Наличие основного ассортимента **Core Range**
- Следование принципу **FIFO**
- Всегда достаточный **запас** на витрине
- Расположение единым блоком, **планограмма**
- Наличие **POSM**
- Наличие **ценников**

Kellogg's

ПРИНЦИПЫ ПЛАНОГРАММЫ

- Лучшим торговым маркам - лучшее **место**
- Мультифейсинг - **дублирование** bestsellers
- **Горизонтально** читаемое название бренда
- Легко читаемые за ценниками **названия**

Kellogg's

МУЛЬТИФЕЙСИНГ



100%



123%



148%



154%



161%

Kellogg's

ЦЕННИКИ



**ЦЕНА
39-00**



**ЦЕНА
39-00**

- ✓ Должны быть на каждом продукте
- ✓ Должны быть легко читаемые
- ✓ Должны не закрывать название продукта

ТОВАР БЕЗ ЦЕННИКА НЕ ПРОДАЕТСЯ

Kellogg's

РЕВЬЮ ЦЕЛЕЙ

РЕВЬЮ ЦЕЛЕЙ OBJECTIVES REVIEW

ШАГ

5



СФОРМИРОВАННЫЙ ЗАКАЗ НА ОСНОВЕ
S&O
ПЛАН УЛУЧШЕНИЯ СЛАМ-
ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ
ПЛАН ПРЕЗЕНТАЦИИ



Kellogg's

Полный ассортимент продукции в магазине позволяет:

- потребителям разной возрастной группы приобрести нашу продукцию
- удовлетворить предпочтения потребителей по всем видам продукции и упаковок
- продемонстрировать стабильность бизнеса клиента



**Запас продукции в ТТ должен
быть в **1,5 раза** больше
объема продаж за
предыдущий период**

ЗАКАЗ: ПРАВИЛО 1,5

- Объем продаж за неделю =
(Прoshлый остаток + Объем предыдущей доставки) -
Нынешний остаток
- Рекомендуемый запас =
Объем продаж за неделю \times 1,5
- Заказ = Рекомендуемый запас - Нынешний остаток

Kellogg's

ПРИМЕР ЗАПОЛНЕНИЕ БЛАНКА S&O (STOCK&ORDER)

Бланк S&O

Название _____ Адрес _____

Дата: 1,10,15 8,10,15

ЛЮБЯТОВО RTEC	1,10,15			8,10,15								
	О	П	З	О	П	З	О	П	З	О	П	З
Хлопья кукурузные 1/370 ц/п	4	4	2	2	4	4	0	6?	9?			
Шарики шоколадные 1/250 кор	1	4	5	6	0	0						
Подушечки с шоколадной начинкой 1/250 кор												
Овсяные колечки с медом 1/200 кор												
Шарики шоколадные 1/350 ц/п												
Подушечки с молочной начинкой 1/175 ц/п												



ВЫГОДЫ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАКАЗА ПО «ПРАВИЛУ 1,5»

- Обеспечивает постоянное наличие продукции в торговой точке
- Помогает учитывать изменения спроса на продукцию
- Устанавливает доверие клиента к Компании
- Повышает ежегодный объём продаж
- Увеличивает прибыль клиента



ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ НОВОМУ КЛИЕНТУ

- Первым в точку должен быть продан MUST HAVE
- Во вторую очередь – продажа Новинок
- Третьим приоритетом является Core Range в соответствии с торговым каналом и типом торговой точки
- Не старайтесь чрезмерно “загрузить” клиента



ПРЕЗЕНТАЦ
ИЯ

PRESENTATION
ШАГ

6



ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION



АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION

АНАЛИЗ
ПОТРЕБНОСТЕЙ
NEEDS ANALYSIS



1

РАМКИ
ПЕРЕГОВОРОВ
ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

ОТКРЫТЫЕ
НАПРАВЛЯЮЩИЕ
ВОПРОСЫ

ЗАКРЫТЫЕ
ВОПРОСЫ

РЕЗЮМЕ

Kellogg's

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION

РЕЗЮМЕ
SUMMARISE

2

- Резюмируй ключевые потребности клиента для демонстрации их понимания
- Задай уточняющие вопросы, чтобы убедиться, что ничего не упущено
- Используй слова клиента
- Получи согласие на продолжение переговоров

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION

ПРЕДЛОЖЕНИЕ
PROPOSAL

3



- ❑ Сделай свое предложение понятным и простым
- ❑ Сообщи ценность своего предложения, чтобы заинтересовать клиента
- ❑ Будь позитивным и проявляй энтузиазм

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION
ПОТРЕБНОСТИ-
СВОЙСТВА - ВЫГОДЫ
NEEDS-FEATURES-BENEFITS

4

- ❑ Четко отметить как сделанное предложение удовлетворит ранее обозначенные потребности клиента
- ❑ Покажи финансовую выгоду от сделанного предложения. Это предаст вес твоей презентации
- ❑ Объясни, как предложение будет работать на практике: где на полке будет размещаться товар, откуда возьмётся место для товара, когда будет первая поставка

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

PRESENTATION

ЗАКРЫТИЕ,
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА
COMMITMENT

5



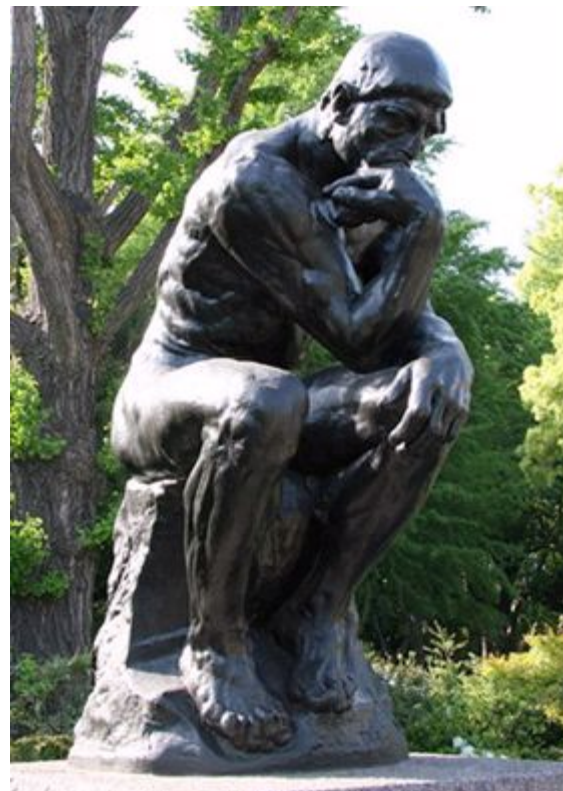
- ❑ Сделай **закрытие** ... сделай паузу... дай время клиенту подумать... дождись его ответа
- ❑ Получи согласие о ваших договоренностях
- ❑ Договорись о плане реализации договоренностей: кто/ что/ когда

АНАЛИЗ ВИЗИТА

АНАЛИЗ
ВИЗИТА

SELF ANALYSIS
ШАГ

7



Kellogg's

СТРУКТУРА АНАЛИЗА

КАКИЕ ЦЕЛИ СТОЯЛИ ПЕРЕДО МНОЙ?

ЧТО БЫЛО ДОСТИГНУТО?

СРАВНИТЕ РЕЗУЛЬТАТ С ЦЕЛЯМИ.

ЧТО Я СДЕЛАЛ ПРАВИЛЬНО?

ЧТО Я СДЕЛАЛ БЫ ПО-ДРУГОМУ?

КАК МОИ ДЕЙСТВИЯ СВЯЗАНЫ СО
СТРУКТУРОЙ
7-МИ ШАГОВ ВИЗИТА?

ЧТО Я ДОЛЖЕН ИЗМЕНИТЬ/РАЗВИТЬ?

Kellogg's

ЦЕЛИ НА СЛЕДУЮЩИЙ
ВИЗИТ
ЗАПОЛНИТЬ В S&O

Администрирование



Успехов в полях!



Kellogg's