



Стандарты мерчендайзинга

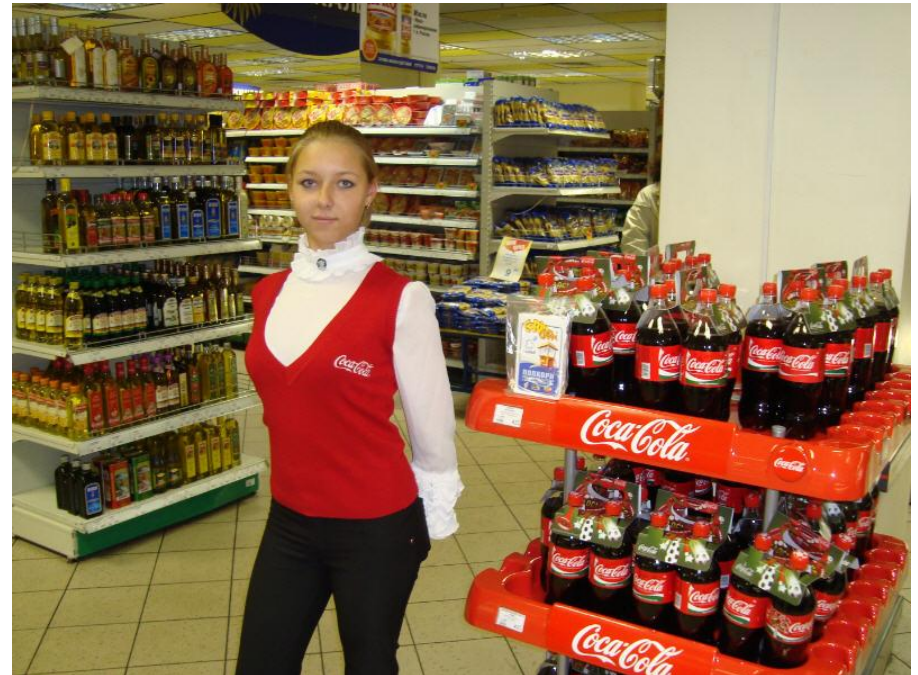
Волжский 2014г.

БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ - товар ИМПУЛЬСНОГО спроса

- Сама продукция или торговое оборудование, напоминает покупателю, что ему также нужны напитки.
- До **70% решений** о покупке напитков принимаются непосредственно в торговой точке!

Понятие мерчендайзинга

Мерчендайзинг - это комплекс мероприятий, проводимых с продуктом в торговой точке и направленный на его продвижение и рост продаж.



Цель мерчендайзинга

Увеличение объема продаж

Создание конкурентного преимущества

Увеличение лояльных покупателей и привлечение новых

Привлечь внимание покупателя

Влиять на поведение и решение покупателя

Стимулировать импульсную покупку

Обеспечение покупателя необходимой информацией

Закрепить в сознании отличительные черты марок

Привлечь внимание к новинкам

Формировать положительный имидж производителя

Формировать приверженность к торговым маркам

Как это работает?

Хотите что-нибудь купить?



А если так?



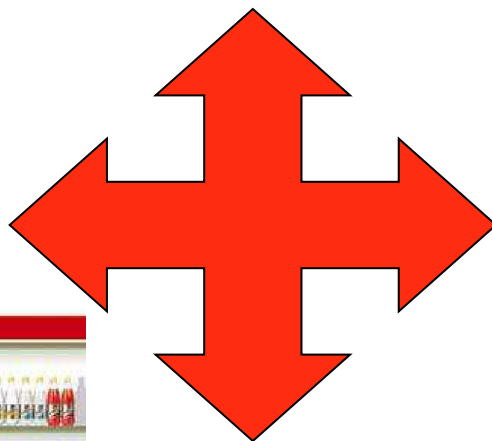
Где ?

«Теплая» полка



Фирменные полки

ВСЕ МЕСТА ПРОДАЖ



Холодильное
оборудование



Дополнительные места
продаж

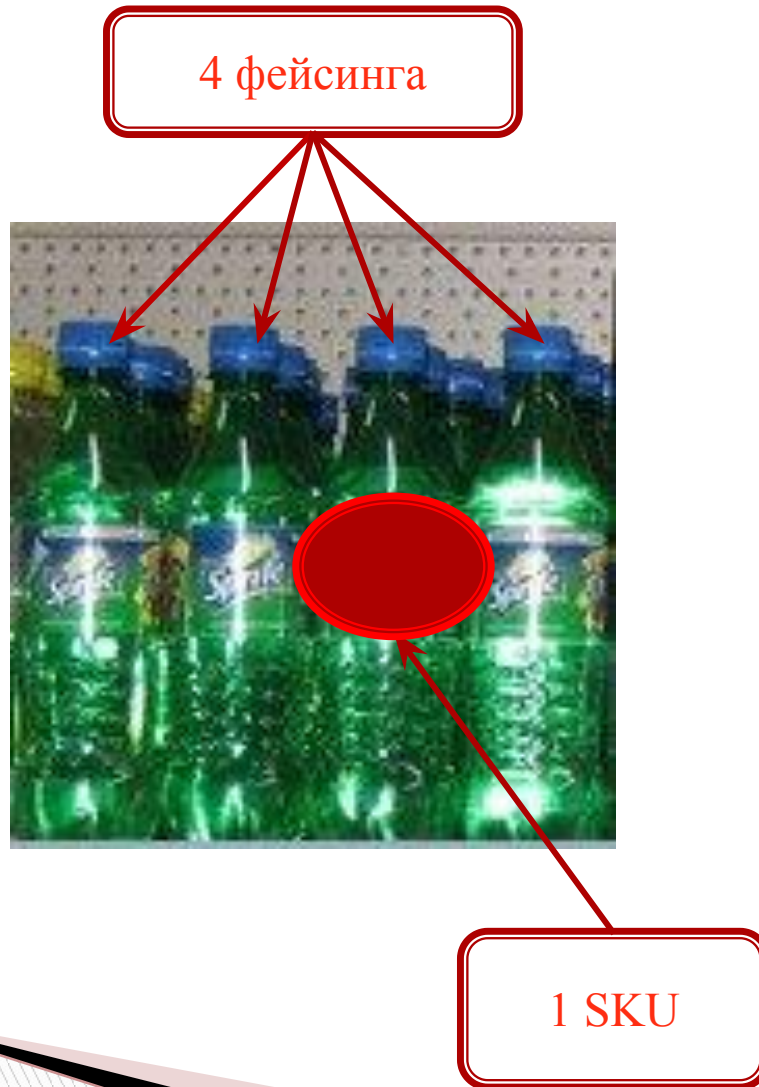


Основные понятия

Планограмма – определенный порядок выкладки максимального количества продукции компании, сгруппированное в одном месте в корпоративный блок



Основные понятия



Фейсинг - это единица измерения полочного пространства, обозначающая единицу продукции, выставленную лицом (этикеткой) к покупателю и занимающую одно место торгового пространства.

Stock keeping unit (SKU) - единица продукции, имеющая свой уникальный артикул, «одна позиция в чеке»

Пример:

□ Сколько SKU? А сколько Фейсингов?



Пример:

□ Сколько SKU? А сколько Фейсингов?



Основное место продажи

Основное место продажи –
оборудование (конструкция) в
торговом зале, на котором
выложен весь ассортимент
товарной группы – основной
стеллаж с продукцией.



Теплая полка. Правило выкладки

- Товар должен быть расположен **ФРОНТАЛЬНО**
- Информация на упаковке должна быть легко читаема – не закрываться ПОС и ценниками
- **«ЛИЦОМ К ПОКУПАТЕЛЮ»**



Дополнительное место продажи

Дополнительное место продажи – оборудование (конструкция) в торговом зале, где только дублируется выкладка ассортимента, представленного на основном месте продаж.

К дополнительным местам продаж относятся: стойки, торцы, паллетные зоны, дисплеи и др.



Дополнительные места продаж.

- Размещение фирменных европаллет (1.2 на 0.8м) осуществляется согласно адресной программе

Ассортимент закрепленный за оборудованием:

- Кока-Кола Газ нап 1,5л
- Спрайт Газ нап 1,5л
- Фанта Апельсин Газ нап 1,5л
- Кока-Кола Газ.нап. 2л
- Спрайт Газ нап 2л
- Фанта Апельсин Газ нап 2л
- Чай Nestea черн. Лимон ПЭТ 1,75
- Чай Nestea зел. Цитрус ПЭТ 1.75
- Чай Nestea черн. Л. Ягода ПЭТ 1,75
- Бон Аква негаз. ПЭТ 2,0 (1,5 на Юге)
- Бон Аква газ. ПЭТ 2,0 (1,5 на Юге)
- Берн 0,33



Рекомендации:
вместо евро паллета
устанавливаем:
полупаллет SCD- 1ед.,
полупаллет –
Nestea+BonAkva 1ед.

Ещё не много дополнительного оборудования

Холодильники

FV 1200

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	1200	1160
Глубина	544	250
Высота	2010	2003
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	12,21	
Объем 0,5л PET, бут.	160	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, BA, Necta	

EASY REACH (4FT)

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	1210	1155
Глубина	590	215
Высота	2150	2140
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	15	
Объем 0,5л PET, бут.	400	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, Necta	

FV 650

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	710	770
Глубина	690	770
Высота	1900	
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	300	205
Объем 0,5л PET, бут.	8,5	
Вместимость установки (каши) ДТ	20	
Бренд	CC, PWA, Necta, Midea	

FV 500

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	500	500
Глубина	600	610
Высота	1800	
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	4,3	
Объем 0,5л PET, бут.	230	
Вместимость установки (каши) ДТ	20	
Бренд	CC, PWA, Necta	

SUPER 7 (S7)

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	600
Глубина	445	700
Высота	2000	2000
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	5,84	2000
Объем 0,5л PET, бут.	138	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, BA	

OPEN FRONT SMALL (EASY REACH EXPRESS mini LINDE)

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	645
Глубина	445	710
Высота	1740	1400
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	8	
Объем 0,5л PET, бут.	125	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, PWA	

CC 61

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	600
Глубина	450	710
Высота	650	710
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	2,2	
Объем 0,5л PET, бут.	70	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, PWA	

PUNTO FRESCO

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	590
Глубина	450	710
Высота	650	710
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	2,2	
Объем 0,5л PET, бут.	70	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, Midea, Vao	

S5

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	500	465
Глубина	400	600
Высота	820	820
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	78	
Объем 0,5л PET, бут.	70	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, Midea, Vao	

COUNTER EXPRES (CE)

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	318	340
Глубина	420	425
Высота	990	1010
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	1,74	
Объем 0,5л PET, бут.	40	
Вместимость установки (каши) ДТ	80	
Бренд	CC, Necta	

RP02

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	330	330
Глубина	420	420
Высота	600	600
Дополнительная мощность, кВт/ч.лупт.	2,8	
Объем 0,5л PET, бут.	80	
Бренд	CC, Necta	

ACTIVATOR 700

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	780	600
Глубина	760,5	600
Высота	2300	1650
Объем 0,5л PET, бут.	400	
Комплексы LED	Да	

Маркетинг-оборудование

Мини-паллет

CC, BonAqua

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 520x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1020 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров, - традиционный торговля

Стойка со сменными панелями

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм (без панели)
Размерается в каше: - сортировка товаров, - традиционный торговля

Надморозильная полка

CC

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2000 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров, - традиционный торговля

Приходильная стойка

CC, Добрый

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2000 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров, - традиционный торговля

Европаллет

CC, BA, BA-Necta

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1210x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Полу-паллет

CC, BA-Necta, Niva, Burn

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Европаллет

Добрый

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1210x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Полу-паллет

Добрый

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Напольная стойка "Бутылка"

CC

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2040 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Металлический стеллаж

CC

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2040 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Полу-паллет

Rich

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2040 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Надморозильная полка

Добрый

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 2000 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Модульный стеллаж

Добрый

Габаритные размеры: 1040x320x200 мм
Размерается в каше: - СТ

Напольная стойка

Burn

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1950 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Напольная стойка

Burn

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Трей на паллет

BURN

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Гравитационный дисплей

BURN

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Струбица

BURN

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Шелфтрип

BURN

Высота: 17 ящиков ДТ
Размер паллета: 1040x320 мм
Расстояние между полками: 40 мм
Высота: 1700 мм
Размерается в каше: - сортировка товаров

Товарный запас

- ❑ **Out of Stock (OOS)** – «нет в запасе»
- ❑ **Must stock list (MSL)** – обязательный ассортимент для ТТ.
- ❑ **Recommended stock list (RSL)** – рекомендуемый ассортимент для ТТ.



Правило ротации продукции F I F O

- «First in – First out» - «Первым пришел – первым ушел»
- При пополнении запаса в торговом зале товар, поступивший со склада, должен ставиться назад, а имеющийся на полке – передвигаться вперед!

СМОТРИ СРОКИ ГОДНОСТИ!

Коммуникация цены.

Правило размещения ценников

- Наличие ценника обязательно,
- Ценник не должен закрывать товар,
- Ценник должен располагаться так, чтобы покупателю было понятно к какому продукту он относится

«НЕТ ЦЕННИКА – НЕТ ПРОДАЖ»

Правило присутствия

Позиции, представленные на витрине, должны быть доступны в продаже

* Правило распространяется на случай, если на витрине представлен «муляж» с ценником

Презентация продукции в ТТ

Внешний вид продукта

- Без технической упаковки
- Без повреждений
- Чистый



Что делает мерчендайзер?

Выкладка продукции	Работа с ценниками	Ротация (Отслеживание сроков годности)	Запас продукции	Отслеживание деятельности конкурентов
 <p>На золотой полке</p> <p>По плануграмме</p> <p>% соотношение</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие 2. Смена 4. Целостность 5. Актуальность 	 <ol style="list-style-type: none"> 1. Склад / полка 2. Сток / фейс 3. Просрочка 	<ol style="list-style-type: none"> 1. OOS 2. Угроза OOS 	<p>Промоакции</p> <p>Резкое падение цен</p> 

Шаги визита мерчендайзера

Шаги визита мерчендайзера

1. Представление.

Мерчендайзеру необходимо подойти к ЛПР (лицо принимающие решение - управляющий, менеджер, администратор торгового зала), поздороваться, представиться и сообщить цель своего визита, получить согласие

Мерчендайзеру необходимо сделать соответствующую запись в журнале учёта посетителей



Шаги визита мерчендайзера

2. Снятие остатков.

Мерчендайзеру необходимо провести мониторинг остатков в магазине;
Звонок ТП (при необходимости)



Шаги визита мерчендайзера

3. Выкладка товара на полку.

- Соблюдение достигнутой доли полки в ТТ и увеличение кол-ва фейсингов на теплой полке свыше контрактных условий;
- Наполненность полок до отказа;
- Обязательное наличие матрицы магазин;
- Выкладка на теплой полке в соответствии с планограммой;
- Приоритет расширенной выкладки – акционный товар, премиум сегмент;

Подтоварка:

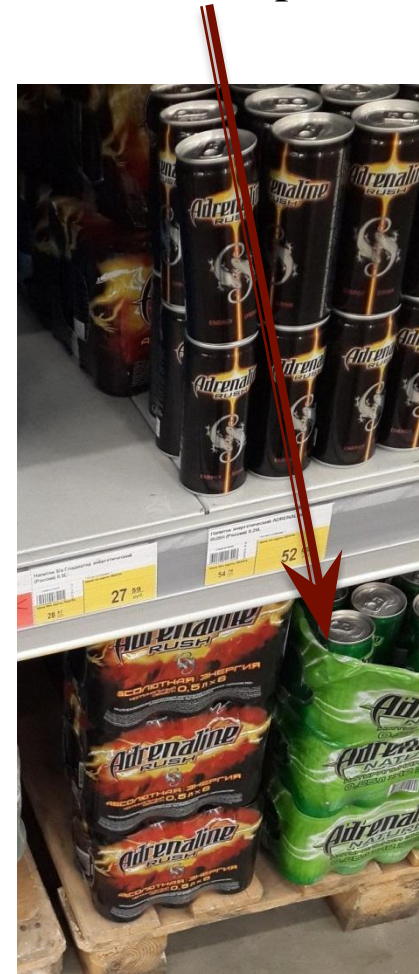
- Перемещение продукции с задних рядов на внешние (при обнаружении продукции в задних рядах стандарт считается не выполненным);
- При ограниченном кол-ве продукции в ТТ приоритет выкладки – тёплая полка;
- Вся продукция повернута этикеткой к потребителю;
- Звонок ТП (при необходимости)



Выкладка товара на полку



Подтоварка



Шаги визита мерчендайзера

4. Выкладка товара в холодильном оборудовании (если имеется)

- Заполненность не мене 80 %.
- Отсутствие иной продукции в холодильнике;
- Выкладка продукции согласно планограммы или исходя из оперативной необходимости;
- Увеличение кол-ва фейсингов в холодильном оборудовании сети свыше контрактных условий
- Замена брендинга на холодильном оборудовании (канапе) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом;
- Установка холодильного оборудования, предусмотренного контрактом;
- Вся продукция повернута этикеткой к потребителю;
- Планограмма находится на самом холодильном оборудовании

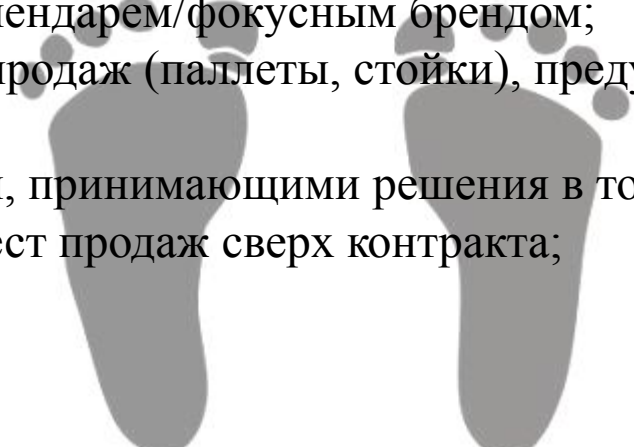
Звонок ТП (при необходимости)



Шаги визита мерчендайзера

5. Выкладка товара на дополнительном месте продаж.

- Перемещение соответствующей продукции со склада ТТ на дополнительное место продаж (паллеты, стойки, гондолы) (после выкладки на теплой полке и в холодильнике)
- Выкладка на дополнительных местах продаж (паллеты, стойки, гондолы) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом
- Все верхние упаковки на дополнительном месте вскрытые (SKU доступны для покупателя)
- Замена брендинга на дополнительных местах продаж (сменные панели), гондолах (сменные панели, видео ролик), плазменных панелях сети (видео ролик) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом;
- Установка дополнительных мест продаж (паллеты, стойки), предусмотренных контрактом;
- Проведение переговоров с лицами, принимающими решения в торговой точке, о размещении дополнительных мест продаж сверх контракта;



Шаги визита мерчендайзера

6. Коммуникация цены.

- Наличие актуального ценника под каждым SKU: на тёплой полке, в подтоварке, в холодильнике, на дополнительном месте продаж (отсутствие ценников – стандарт считается не выполненным);
- Обязательно дублирование ценника на теплой полке, подтоварке , холодильнике и на каждом месте дополнительных продаж ;
- При проведении промо –активности в ТТ обязательно наличие акционного ценника , на каждом месте продаж акционного товара (на теплой полке, подтоварке , холодильнике и на каждом месте дополнительных продаж);



Шаги визита мерчендайзера

7. Качество

- Вся продукция чистая;
- Обязательно наличие этикетки на каждом SKU;
- Обязательно ротация всей продукции в ТТ (на тёплой полке , в подтоварке , в холодильнике , на дополнительном месте продаж);
- При обнаружении продукции с остаточным сроком реализации менее 30 дней, необходимо об этом уведомить ТП;
- Вслучае невыполнения данного требования, ответственность за просроченную продукцию ложится на мерчендайзера;
- Звонок ТП (при необходимости)



Шаги визита мерчендайзера

8. Уход из точки

- Необходимо сообщить ЛПРу об окончании работ и попрощаться.
- Мерчендайзеру необходимо сделать соответствующую запись в журнале учёта посетителей магазина.



Приложение

Стандарты выкладки

Постоянная секция напитков. Стандарты размещения.

- Продукция должна быть первой по ходу движения покупателя.
- Продукция должна быть выставлена вертикальным корпоративным блоком
- Продукция должна занимать не менее 50-% в секции
- COCA-COLA должна занимать 50% корпоративного блока
- В секции напитков должен быть представлен весь ассортимент
- Расстановка всех вкусов должна соответствовать их доле продаж в категории (принцип: «доля на полке согласно продажам»).
- Не менее 2-х фейсингов (кол-во бутылок в первом ряду) на каждый SKU
- На уровне глаз расположены упаковки с маленьким литражом, внизу – с большим.
- Расположение бренда в секции напитков: COCA-COLA всегда первая по ходу движения покупательского потока, далее идут COCA-COLA LIGHT, SPRITE, FANTA АПЕЛЬСИН, FANTA другие вкусы (FLAVORS), SCHWEPPEES
- COCA-COLA мультикпаковки должны быть расположены в середине полки для 2L продукции, горизонтально, в месте, отведенном для COCA-COLA, расположение в конце полки не допускается

Супермаркет - газированные напитки

0,5л
0,33л
6x0,33л



1л



1л



2л



2л

2x2л



Постоянная секция соков и нектаров.

Стандарты выкладки

- Минимум по 3 фейсинга сока «ДОБРЫЙ ЯБЛОКО» в упаковках 0,2L, 0,5L, 1L, 1,5L, 2L и по 3 фейсинга «РИЧ АПЕЛЬСИН» в упаковках 0,2L, 1L (при этом, всегда больше фейсингов, чем фейсингов других вкусов)
- Минимум по 2 фейсингов остальных вкусов сока «ДОБРЫЙ» 0,2L, 0,5L, 1L, 1,5L, 2L (мультифрукт, апельсин, томат, персик, яблоко-вишня, ананас) и по 3 фейсинга «РИЧ» (яблоко, вишня, грейпфрут)
- RICH 1L должен быть расположен на уровне глаз
- ДОБРЫЙ 1L должен быть расположен на уровне рук
- Все остальные упаковки всех вкусов должны быть расположены ниже сока ДОБРЫЙ 1L
- На самых нижних полках должен быть расположен сок ДОБРЫЙ 2L и 1,5L.
- Расположение вкусов в секции напитков, соков и нектаров: согласно ранжированию слева на право.



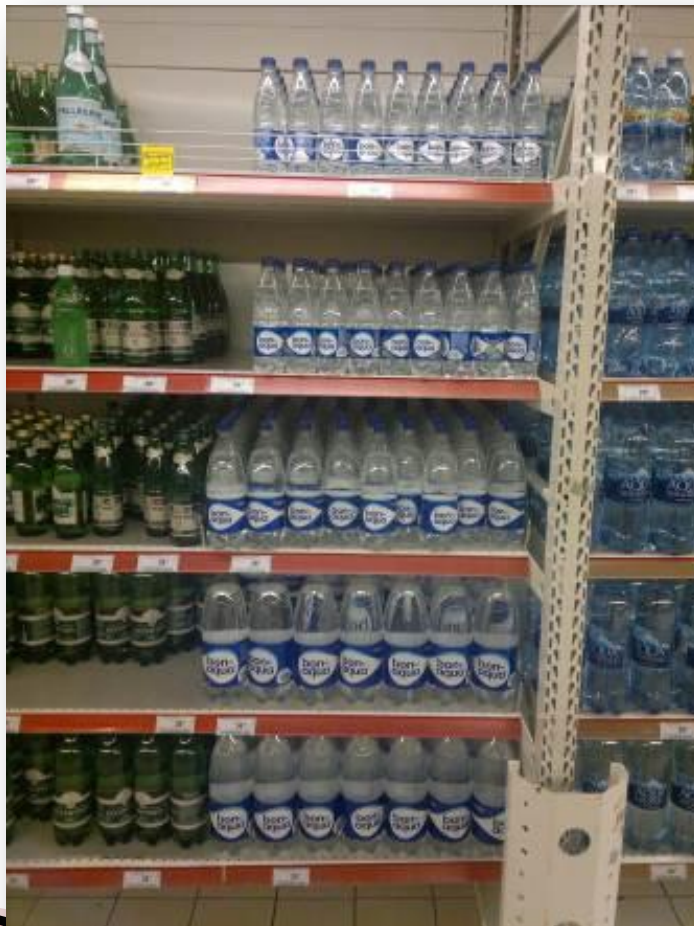
Постоянная секция энергетиков. Стандарты выкладки.

- Продукция должна быть первой по ходу движения покупательского потока в секции энергетических напитков.
- Продукция должна быть выставлена вертикальным корпоративным блоком.
- Продукция должна занимать минимум 25% в секции энергетических напитков
- Весь имеющийся ассортимент должен быть выставлен в секции с энергетическими напитками
- Первый в покупательском потоке стоит литраж 0,25L, далее 0,5L
- 60% в корпоративном блоке должно быть отведено под объем 0,25L , остальные 40% под 0,5L .



Постоянная секция вода. Стандарты выкладки.

ГАЗ



НЕ ГАЗ



Постоянная секция чай. Стандарты выкладки.



Постоянная секция алкоголь. Стандарты выкладки.



Постоянная секция газированные напитки. Стандарты выкладки.



Напольные дисплеи (промо-поддоны). Стандарты размещения.



- Напольный дисплей устанавливается на заводском поддоне в основании и брендированных проложках из пластика
- На первых 2-х уровнях должны быть установлены бутылки по отдельности (без упаковки)
- Выкладка должна быть только из 1SKU, если размер дисплея до 64 упаковок. Если более 2-х поддонов (паллет), то выкладка может состоять из 3 SKU, но Coca-Cola должна быть приоритетным SKU
- На нижних двух уровнях продукция выставляется в упаковках, но не должно быть заводской обмотки

Холодильное оборудование.

Формат магазина 1
(4000 - 5000)

2 струбцины виш



Двухдверный открытый
холодильник EasyReach130

Формат магазина 2,3,4
(7 000-12 000)

2 струбцины виш



Двухдверный открытый
холодильник EasyReach130

Прикассовый холодильник КОКА-КОЛА

Easy Rich



Modern Trade

Punto Fresco



Modern Trade





BROWN-FORMAN

Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ВОДКИ.



- Вся линейка Finlandia = 40% от премиальной водки (ориентировочно от 410 до 650 руб. за 0,5 л);
- Finlandia Classic = 40% от всей линейки Finlandia;
- Очередность сортов: Platinum, 101, Classic, Blackcurrant, Grapefruit, Cranberry, Lime, Redberry (внутри сорта – от большего литража к меньшему);
- Выкладка слева направо.

• **ПРИМЕР ВЫКЛАДКИ** →

- Очередность сортов слева направо: 101, Classic, Blackcurrant, Grapefruit, Cranberry, Redberry (внутри сорта от большего литража к меньшему)





BROWN-FORMAN

Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ВИСКИ.



- Jack Daniel's – минимум 10% от категории виски, следом за Chivas Regal, Johnnie Walker Black;
- Jack Daniel's – размещение блоком от большего литража к меньшему в рамках сорта;
- Jack Daniel's – подарочные упаковки на полке размещаем до основной выкладки соответствующего СКЮ,
- Jack Daniel's - подарочные упаковки преимущественно размещаем на доп выкладках;
- Early Times – размещение рядом с дешевыми виски. **Строго НЕ рядом с Jack Daniel's!**
- Early Times – удвоение фейсинга;

ПРИМЕР ВЫКЛАДКИ

- Подарочная упаковка с бутылкой 0,7 размещена до выкладки регулярной бутылки 0,7;
- Early Times размещен отдельно.



Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ТЕКИЛЫ.



- Pepe Lopez: размещение в категории доступных текил от 600 до 1100 руб.;
- El Jimador: размещение в категории премиальных текил от 1100 до 2000 руб.(Olmeca, Sauza);
- Herradura: размещение в категории суперпремиальных текил от 2000 руб. (Patron, Olmeca Tezon, Don Julio);
- Размещение блоком Reposado/Gold и Plata/ Blanco/Silver, от большего литража к меньшему;
- Выкладка слева направо.

Спасибо за внимание!

