

alliance DISTRIBUTION GROUP

alliance DISTRIBUTION GROUP

DSPM

Основы дистрибуции «Пирамида продаж»

alliance DISTRIBUTION GROUP

Что такое дистрибуция?

- Прямые продажи в торговые точки.
- Осуществление доставки товара.
- Распространение товара по
- принципам **3В**
- или по правилу **3 100%**.



Что такое дистрибуция?

□ Принцип 3В.

- **В**сё - весь ассортимент.
- **В**езде – во все места продаж.
- **В**сегда – товар всегда в наличии.

□ Правило 3 по 100%.

- **100%** ассортимента.
- **100%** покрытия территории.
- **100%** времени товар в наличии.



ОПРЕДЕЛЕНИЕ СЕГМЕНТА РЫНКА.

- **Продажи ТНП. (FMCG)**
- **Товары**
- **Народного**
- **Потребления**
- **Сегмент рынка удовлетворяющий спрос населения на часто употребляемые товары.**
- **Fast Moving Customer Goods**



Определение	Описание	Терминология
Розничная торговая точка.	Торговая точка расположенная на территории, потребитель покупает для потребления в другом месте.	Retail сегмент. OFF-TRADE.
Отели. Рестораны. Кафе.	Торговая точка расположенная на территории, потребитель покупает и употребляет на месте.	HoReCa сегмент Hotel. Restaurant. Café. ON-TRADE.
Оптовая торговая точка.	Торговая точка расположенная на территории, ориентированная на оптовые продажи.	Retail сегмент. OFF-TRADE.

**■ Чего необходимо
добиться еще, для
дальнейшего развития
бизнеса?**



Пирамида Продаж DSPM



MERCHANDISING

PRICING

SHELVING

DISTRIBUTION



Рекламные материалы

Merchandising

**Наличие
рекомендованных цен.**

Pricing

Наличие на полках.

Shelving

**Соблюдение правила 3 по
100%**

Distribution

ПИРАМИДА ПРОДАЖ

- Необходимо добиться конкурентного преимущества на всех уровнях Пирамиды Продаж.
- Работая по всем уровням пирамиды мы увеличиваем **вторичные продажи.**



ОПРЕДЕЛЕНИЕ SI\SO

Определение	Описание	Терминология
Первичные продажи	Продажи в торговую точку. (Клиенту)	Sale In
Вторичные продажи	Продажи из торговой точки (Клиент - потребителю)	Sale Out

SHELVING- ШЕЛВИНГ.

- **SHELV (анг.) –Полка.**
- **SHELVING.**
- **Это процесс выставления товара на полку.**
- **Наличие товара на лучшей (эффективной, золотой) полке, на уровне глаз.**
- **Стандарты выкладки товара по планограмме.**



ЗАЧЕМ НУЖНА ПОЛКА И ДОЛЯ НА ПОЛКЕ?

- Видимость потребителю.
- Преимущество перед конкурентами.
- Увеличение импульсных покупок.
- Ипульсность товара – потребительское поведение при покупке, запланированная покупка, незапланированная покупка – увидел и купил.



ЭФФЕКТИВНАЯ, ЗОЛОТАЯ ПОЛКА.



Определение	Описание
Доля на полке.	Занимаемое полочное пространство собственного товара, по отношению к конкурентам. %
SKU	Номенклатурная единица товара. Stock Keeping Unit
Лицо (Face)	Фронтальная часть товара. Количество шт. товара на полке.
Минимальная полка	Минимальный размер занимаемого пространства. 40 см.
Планнограмма	Принцип размещения товара на полках

Blue	Red	Blue	Blue	Blue
Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Green	Green	Green	Green	Green
Black	Black	Black	Orange	Orange



РАСЧЕТ ДОЛИ НА ПОЛКЕ И СПОСОБЫ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ПОЛКАХ.

- По количеству лиц на полке.**
- По объему занимаемого пространства.**
- Горизонтальное размещение.**
- Вертикальное - блочное выставление.**







Pricing

Shelving

Distribution



PRICING.

- **Price (анг.) –Цена.**
- **Pricing –Ценообразование.**

Определение	Описание
Рекомендованная цена.	Розничная цена по которой мы рекомендуем продавать. Розничная цена с наценкой % не выше чем на конкурентов
Ценовой сегмент	Ценовая категория в которой продается товар. Низкий, средний и высокий ценовой сегмент. (Econom, Main stream, Premium
Ценовое доверие	Эталонная цена на которую потребитель основывается при принятии решения о покупке.

- **Для чего нужно следить за ценами?**





20 000\$



30 000\$

Что вы выберете при покупке? Если у Вас 25 000 \$.



$$16\,660 + 20\% = 20\,000$$

$$20\,000 + 50\% = 30\,000$$





$$16\,660 + 20\% = 20\,000$$

$$20\,000 + 20\% = 24\,000$$

Что вы выберете при покупке? Если у Вас 25 000 \$.



Для чего нужно следить за ценами?

- **Чтобы товар был конкурентоспособен.**
- **Чтобы товар позиционировался в своем ценовом сегменте.**
- **Для создания имиджа ценового доверия.**



Немного практики.

Себестоимость	Наценка %	Розничная цена
1000	20 %	?
2500	?	3125
?	35%	4700
8100	30%	?
3250	?	3900
3300	?	3800
?	25%	4200

- **Наценка = (розничная цена/себестоимость -1) *100%**
- **Себестоимость = розничная цена / (наценка +100) *100.**
- **Розничная цена = себестоимость + наценка.**
- **Розничная цена = себестоимость * (наценка/100+1)**



Merchandising

Pricing

Shelving

Distribution



- **Merchandising (анг.) – рекламирование, мерчендайзинг.**
- **Мерчендайзинг комплекс мероприятий в торговых точках по увеличению продаж методом размещения рекламного материала привлекающего внимание потребителя.**
- **Размещение POSM-Point Of Sales Materials**



ПРИМЕРЫ POSM.

- ШЕЛФТОКЕРЫ
- ВОБЛЕРЫ
- ЦЕННИКИ
- СТОППЕРЫ
- ПРОМОСТОЙКИ
- ФЛАЖКИ
- НАКЛЕЙКИ
- ДЕКОРАТИВНЫЕ МАГНИТЫ
- ПОСТЕРЫ
- КАЛЕНДАРИКИ
- БЛОКНОТЫ
- БРЕЛОКИ



ПРИНЦИП VISA РАЗМЕЩЕНИЯ POSM

Определение	Описание	Способы
V isuality	Видимость POSM.	Размещение в местах на уровне глаз
I mpuls	Импульс.	Размещение в актуальных местах так чтобы товар был неподалеку.
S tability	Стабильность	Размещение таким образом чтобы POSM прослужил долго.
A ttractive	Привлекательность	Хранение и размещение POSM так оставался привлекательный вид, неповрежденный.

□ **Примеры не соблюдения принципа VISA.**





Планограмма



alliance DISTRIBUTION GROUP

Ну и все!

alliance DISTRIBUTION GROUP

Спасибо за Внимание!

alliance DISTRIBUTION GROUP