



Сбор и обработка информации по наличию  
продукции на полке в розничных торговых  
точках

# #СКЮ, #Фейсинги и методология их подсчета

ВФ

1 СКЮ – это комбинация категории, суб-категории, вкуса, бренда, размера и типа упаковки продукта



Фрутоняня,  
Фруктовое  
пюре,  
стеклянная  
банка, яблоко,  
150-250гр  
1 СКЮ



Фрутоняня, Фруктовое  
пюре, стеклянная банка,  
яблоко, 150-250гр  
1 СКЮ  
Фрутоняня, Фруктовое  
пюре, стеклянная банка,  
яблоко-груша, 150-250гр  
1 СКЮ  
Итого 2 СКЮ



Фрутоняня, Фруктовое  
пюре, стеклянная банка,  
яблоко, 150-250гр  
1 СКЮ  
НО 2 фейсинга

## Пример подсчета #СКЮ, #Фейсов



2 СКЮ и 6 фейсов

# Основная полка

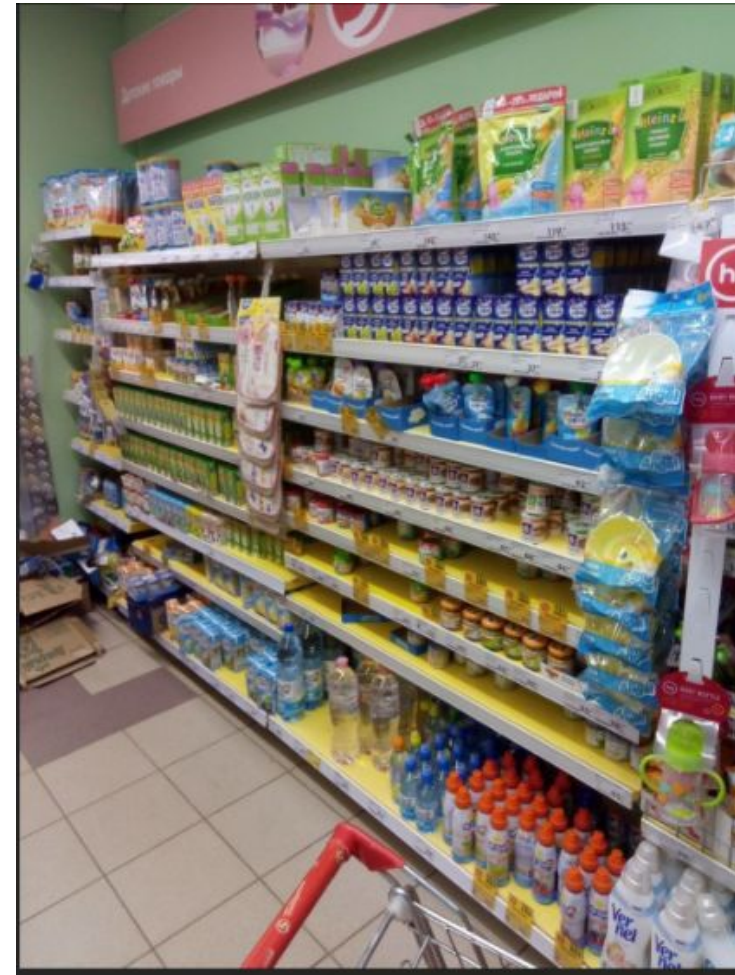
**Основная полка** – место в торговом зале, где представлены все производители данной категории.

Основная полка может включать в себя Теплую и Холодную полки

**Основная Теплая полка** - это обычные стеллажи магазина, которые не охлаждаются/ не относятся к холодильным.

Стандартные стеллажи всегда будут основной выкладкой, кроме торцов. Торец – стеллаж с полками, находится в торцевой части выкладки, состоит из более 50% акционных товаров, все было на основной выкладке, представлено 1-2 бренда. Исключение Магазины Бэбисторы – если в торцевой выкладке или брендированном холодильнике присутствует продукция, которой не было на основной полке – данное ДМП будет основной полкой.

Доля основных холодной и теплой полок суммируется для подсчета показателя Доля основной полки.



# Основная полка

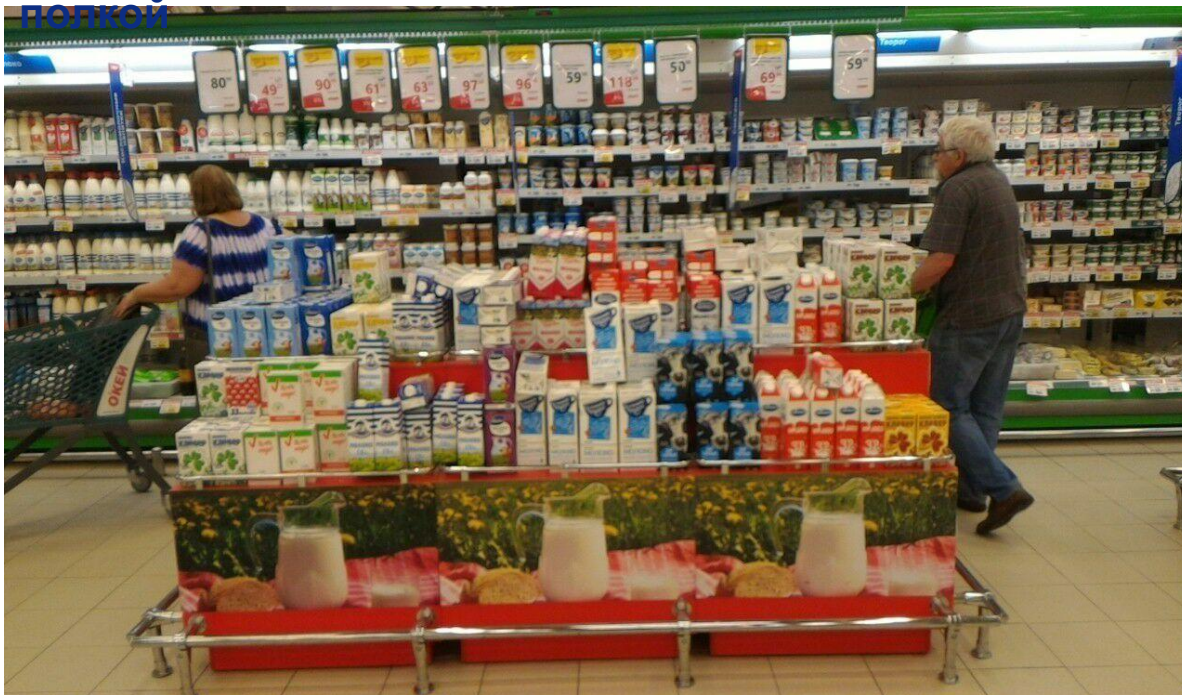
**Основная Холодная полка** – это небрендируемые холодильные полки, на которых представлены товары нескольких производителей. Иначе, это ДМП. Исключение Магазины Бэбисторы – если в брендируемом холодильнике присутствует продукция, которой не было на основной полке – данное ДМП будет основной полкой. Магазин Монетка для молочных категорий – если продукция представлена только в брендируемом холодильнике он будет основной полкой для категорий. В остальных случаях, если холодильник



# Уточнения по Основной полке

Если в магазине теплая полка отсутствует, то стационарное оборудование (которое принадлежит магазину и его нельзя переместить) будет считаться Основной полкой. Иначе – это ДМП

Данная выкладка будет Основной полкой



Основная полка



# Уточнения по Основной полке

Встречаются маленькие магазины, в которых теплая полка выглядит вот так. Здесь оборудование не стационарное Т.

о. это ДМП



ДМП

В данном случае относим к ДМП + стеллаж брендированный.



ДМП

Относим к ДМП



ДМП

# Методология подсчета Доли ассортимента

Считаем СКЮ по всем рядам на полке



Фруттис йогурт Ложковый – 3 СКЮ

# Методология подсчета фейсингов

Считаем Фейсинги по всем рядам на полке, в глубину до 3 ряда, 3 ряд уже не считаем



**Фруттис йогурт Ложковый – 11  
фейсингов.**



# Методология подсчета Доли полки

Считаем Фейсинги по нижнему ряду на полке, в глубину до 3 ряда, 3 ряд уже не считаем



**Жидкие каши Агуша 14 фейсингов**

---



**Сухие каши Фруто няня 3 фейсинга и 2 СКЮ**

# Методология подсчета Доли полки

Считаем по нижнему ряду на полке, даже если скую отпичаются



4  
фейсинга

# Методология подсчета Доли полки

Если продукция стоит боком, то мысленно переворачиваем упаковки лицевой стороной, определяя сколько места на полке они занимают



2 фейсинга



В данном случае считаем Агуша компот 500 мл. – **1 фейсинг**  
Агуша компот 250 мл **1 фейсинг**

# Методология подсчета Доли полки



В данном случае Агуша Я Сам  
питьевой йогурт Клубника-  
Земляника – 2 **фейсинга**.

В данном случае считаем Агуша сок Яблоко с мякотью 200  
мл – 3 **фейсинга**, первый ряд загорожен считаем по  
второму.



# Методология подсчета Доли полки

Аналогично, продукцию в пакетах считаем всю и которая боком стоит тоже. Не считаем пакеты, которые стоят во втором ряду и загорожены первым (более 50%).



Сухие каши Heinz - 5 фейсингов



Сухие каши Фрутоняня - 5 фейсингов и 4 СКЮ

# Методология подсчета Доли полки

Если продукцию перекрывает другая продукция, не считаем ту которая попала случайно.  
Просчитывает ту, что за ней, во втором ряду.



**Агуша морс не считаем!  
Просчитываем за ним 1 фейсинг  
Фрукто-няня**

**Итого, Фрукто-няня – 6 фейсингов.**

# Методология подсчета Доли полки

На нижней и верхней полках (где нет ценников / товарный запас) просчитываем весь товар, которые можно идентифицировать.



18  
фейсов

На нижней полке считаем по верхним коробкам, которые видно (на паллетах)

15  
фейсов

Данный случай чаще всего встречается в торговых точках сети «МЕТРО»

# Методология подсчета Доли полки

На нижней полке считаем по верхним коробкам, которые видно (на паллетах).



Данный случай чаще всего встречается в торговых точках сети «МЕТРО»



# Методология подсчета Доли полки

- Если продукт упакован в прозрачную упаковку, то видимое количество фейсингов засчитывается и учитывается в показателе Доля полки.
- Серые запечатанные коробки, содержание которых не видно считаем в OOS%
- Упавшую продукцию не считаем

Данный случай чаще всего встречается в торговых точках сети «МЕТРО»



# Типы рекламных материалов



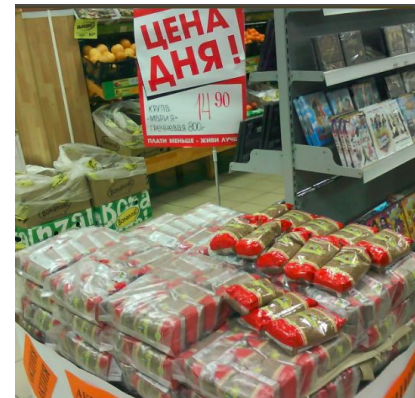
Вобблер – небольшой рекламный указатель на пластиковой гибкой ножке, крепятся к полке или стеллажу.



Баннер – вертикальная или горизонтальная перетяжка большого размера.



Блистер – прозрачный пластиковый лист с выемкой для муляжа продукции, загибом для ценника и клейкими полосами по периметру.



Рубрикатор – подвесная конструкция, плакат на жесткой основе или объемное изображение товара.



# Типы рекламных материалов



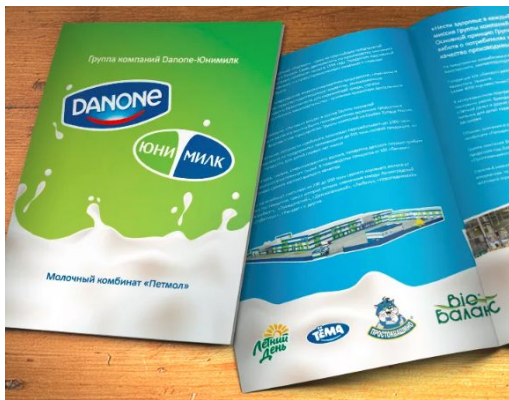
Плакаты на двери или стенах



Стенд



Напольная реклама



Мини – брошюра с информацией о товаре



Листовки и диспенсеры (лотки для листовок)



Дисплей

# Типы дополнительного оборудования



Холодильники  
брендированные



Паллеты



Холодильники  
прикассовой зоны



Стеллажи

# Типы дополнительного оборудования



Мелкое оборудован ие	Паразиты
----------------------------	----------



# Типы дополнительного оборудования

## Торец может быть:

1. Основной полкой, если на нем представлены регулярный ассортимент товаров в категории и при этом он не дублируется внутри слеллажа.
2. ДМП - если торец состоит из более 50% акционных товаров, все было на основной выкладке, представлено 1-2 бренда.



Все ценники акционные, продукция встречается на основной выкладке будет торец

Размер Торца не важен, всегда считать как 1 шт.

# Промо ценники

К промо ценникам относятся следующие типы:

- указана старая и новая цена;
- указан % Скидки;
- ценник по цвету отличается от других;
- на ценнике указана информация о цене по карте магазина;
- на ценнике есть надпись «АКЦИЯ», «СКИДКА» и т.п.

