

# КФ РУК ПРЕДСТАВЛЯЕТ



# ДЕНЬ 4

## КОМАНДА «ПРИБЫЛЬ»



# СОЗДАНИЕ ВИТРИНЫ



# СОЗДАНИЕ МУДБОРДА



# ГОТОВАЯ ВИТРИНА



# ПЕСНЯ КОТА

*«Вот он Хлебушек душистый,  
Вот он теплый, золотистый.  
В каждый дом, на каждый стол,  
он пожаловал, пришел.*

*В нем здоровье наша, сила, в нем чудесное тепло.*

*Сколько рук его растило, охраняло, берегло.*

*В нем - земли родимой соки,*

*Солнца свет веселый в нем...*

*Уплетай за обе щеки, вырастай богатырем!»*





# ПОЧЕТНЫЕ ГОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЯРМАРКИ





# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ АУКЦИОН



- Проводя анкетирование, мы с коллегами выявили, что в Калининградской области огромным спросом пользуется свежая выпечка



# АНКЕТА- ОПРОСНИК

**АНКЕТА ПОКУПАТЕЛЯ**



**МЫ ХОТИМ ЭКОНОМИТЬ ВАШИ ДЕНЬГИ И ВРЕМЯ!**

1. Укажите свой Пол :

Мужской \_\_\_\_\_ Женский \_\_\_\_\_

2. Укажите свой социальный статус :

Школьник \_\_\_ Студент \_\_\_ Работающий \_\_\_ Пенсионер \_\_\_\_\_



3. Какие продукты вы чаще всего покупаете :

Молочные \_\_\_ Хлебобулочные \_\_\_ Алкогольные \_\_\_ Кондитерские \_\_\_

Сигаретные \_\_\_ Овощи, Фрукты \_\_\_ Детское питание \_\_\_ Фастфуд \_\_\_

4. Выделите один товар из указанной вами категории наиболее часто приобретаемых продуктов

\_\_\_\_\_

# МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОТДЕЛА ПО ПРОДАЖЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ



# ХЛЕБНЫЕ СТЕЛЛАЖИ – ВОПРОСЫ ВЫБОРА

□ В последнее время в российских магазинах значительно расширился ассортимент хлебной продукции, и этот факт является отражением покупательского спроса. Популярностью пользуется и горячая выпечка, производство которой многие магазины наладили самостоятельно. Одним из важнейших условий эффективной продажи является презентация товара, его правильная выкладка, а обязательное условие такой выкладки для хлебобулочных и кондитерских изделий – правильный выбор хлебных стеллажей.



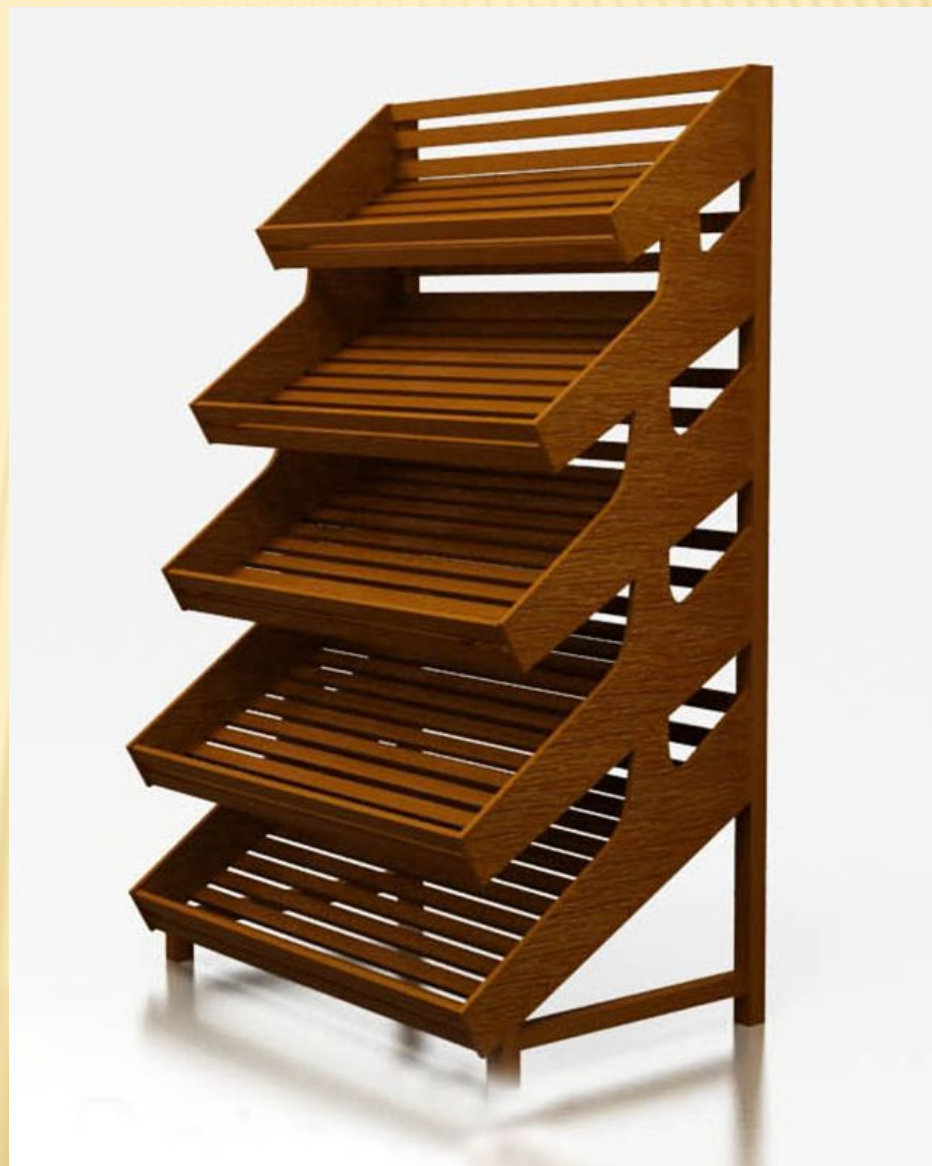
# МАТЕРИАЛ СТЕЛЛАЖЕЙ

Еще недавно существовали жесткие требования для хлебных полок: они могли быть изготовлены только из натуральных материалов, например, из дерева. Сейчас, когда практически вся хлебобулочная продукция реализуется в индивидуальной упаковке, допускается использовать стеллажи из других материалов: ДСП, металла, пластика или сетки. Однако, как и прежде, наилучшим выбором для хлебного отдела являются деревянные хлебные стеллажи. Стеллаж может включать плетеные



# САНИТАРНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Стеллажи покрывают лаком, который не содержит опасных для человека примесей, чтобы эти вещества не попали в продукты, с которыми дерево будет контактировать. Стеллажи без соответствующей обработки не смогут прослужить долго: ведь они должны постоянно проходить обработку (мойку). Стеллажи часто выполняются открытыми или сквозными: в любом случае, задняя поверхность стеллажа должна обеспечивать движение



# СТЕЛЛАЖИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ

Выбор оборудования для хлебобулочных изделий зависит от формата магазина. В мини-маркетах и магазинах «у дома», имеющих небольшую площадь, можно установить стандартные универсальные металлические стеллажи с навесными полками.



# СТЕЛЛАЖИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ

В супермаркетах и универсамах большое значение уделяется дизайну торгового помещения, важно обеспечить собственный фирменный стиль, поэтому дизайн оборудования часто разрабатывается индивидуально. Даже на основе стандартных универсальных стеллажей можно сделать уникальные хлебные стеллажи, используя декоративную отделку, различные варианты фризоров (в том числе с подсветкой), множество вариантов полок с ограничителями, корзин и





# СТЕЛЛАЖИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ

Для крупных магазинов формата гипермаркетов и магазинов cash&carry удобно использовать специальные стеллажи без задней стенки для осуществления оперативной подачи продукции. При наличии собственной пекарни на такие стеллажи можно выгружать хлеб прямо с тележек. Эти стеллажи также изготавливают из массива дерева либо на основе металлических стеллажей с навесными полками.



# ФОРМА ХЛЕБНЫХ СТЕЛ

Классический стеллаж высотой около двух метров, с 3-4 наклонными полками, разными по величине, причем нижняя обычно бывает самого большого размера – выбор, оптимальный для большинства магазинов. Нижнюю полку, при желании, для большей вместимости можно сделать выдвижной.



# ФОРМА ХЛЕБНЫХ СТЕЛЛАЖЕЙ

Существуют хлебные стеллажи в виде островной конструкции, которые устанавливают в крупных магазинах самообслуживания – в них может быть до 24 весьма объемных коробов. Для средних по размеру магазинов можно совместить торговый стеллаж и хлебный развал со съемными коробами.



# ФОРМА ХЛЕБНЫХ СТЕЛЛАЖЕЙ

Чаще всего хлебобулочные отделы оформляются в стиле «village» со всевозможными элементами загородного стиля, чтобы создать атмосферу гостеприимства, домашнего уюта и теплоты. Предпочтение отдается хлебным стеллажам в теплой цветовой гамме – пшеничный оттенок. Хлебные развалы могут быть размещены в магазине наилучшим образом, используя все пространство торгового зала. Так, например, можно разработать оборудование, используя пространство вокруг колонны (воздуховода).



# ФОРМА ХЛЕБНЫХ СТЕЛЛАЖЕЙ

Существует и большое количество отдельных элементов, позволяющих менять как функционал, так и дизайн стеллажей. Например, можно добавить козырек для защиты от пыли, причем варианты его оформления разнообразны и позволяют внести оживление в интерьер. Полочные делители помогут расширить ассортимент выкладки. А деревянные стеллажи с зеркальной подсветкой создадут интересный эффект, зрительно увеличив



# ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕКЛАМЫ

Выездная торговля с автолавки, несмотря на высокую конкуренцию, вполне выгодное направление. Низкие стартовые вложения в совокупности с высокими показателями рентабельности и окупаемости затрат делают данный бизнес очень привлекательным для многих начинающих бизнесменов. Тряска при переездах требует от автолавки дополнительной прочности, повышенная проходимость требует высокой производительности, теснота диктует компактность. Так как «внутренности» автолавки просматриваются с улицы клиентами, все должно быть удобно, чисто и красиво.



# ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕКЛАМЫ

Как правило, люди в селе не могут себе позволить приобрести дорогой коньяк, а тратиться на дорогие вещи не считают нужным. Достаточно, чтобы в сельском магазине были следующие наименования:

- Хлебобулочные изделия;
- Молочная продукция;
- Мясные товары;
- Рыба (соленая, копченая);
- Несколько видов кондитерских товаров;
- Бакалея;
- Алкоголь и сигареты.

Горячий хлеб может спровоцировать ряд других покупок, по соседству с ним можно расположить молочный, сырный и винный отделы.



# ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕКЛАМЫ

Супермаркет (англ. supermarket «сверхрынок») — крупный универсам, преимущественно по форме самообслуживания. Существует два подхода к размещению хлебных стеллажей: их выгодно размещать либо в центре магазина, либо (особенно это касается свежей выпечки) подальше от входа, чтобы посетитель супермаркета шел на запах через весь торговый зал.





# ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ КАК ЭЛЕМЕНТ РЕКЛАМЫ

Супермаркеты стали самыми массовыми продуктовыми магазинами в России. А если хлебный отдел работает на базе собственного производства, наблюдение за процессом приготовления (например, через стеклянную перегородку) стимулирует к покупке. Более того: отделы свежей выпечки могут включать элементы кафетерия.



В торговом оборудовании для представления хлебобулочных изделий важно все: точность, технологичность, конструктивность и дизайн. Хлебные стеллажи и прилавки должны быть удобны и для покупателя, и для продавца. Их предназначение - привлечь внимание и в то же время выгодно презентовать товар.

Выкладка хлеба в большинстве российских магазинов производится на непрактичные хлебные стеллажи, которые выглядят дешево и невкусно.

Постоянный хаос в хлебных дисплеях - это результат применения неэффективных коробов, которые невозможно зонировать. В качестве альтернативы можно взять простые стеллажи (вплоть до сетчатых),

нарезать делителями полки, поставить прозрачные ограничители - выкладка хлеба будет значительно приятнее! Кроме наведения порядка на полках можно создать удобные и

# ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ КАК ТЕАТРАЛЬНАЯ СЦЕНА

Выкладка хлеба должна быть  
в чем-то театральна



# ПРИОРИТЕТНЫЙ ХЛЕБНЫЙ ОТДЕЛ

## ПРИОРИТЕТНЫЕ ФАКТОРЫ:

- ГИГИЕНИЧНОСТЬ ;
  - РАЗДЕЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТА;
  - ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОСВЕЩЕНИЯ;
- ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБОРА ЦВЕТА;
- ХОРОШИЙ ОБЗОР ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ;
- УДОБНОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО ДЛЯ ПРОДАВЦА;
  - МОБИЛЬНОСТЬ КОНСТРУКЦИИ.



# ЦЕЛЬ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сегодня выставочная деятельность является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности предприятий. Это объясняется тем, что выставки, как инструмент маркетинга, уникальны своей способностью собирать одновременно потребителей, продавцов, потенциальных партнеров и посредников. Крупные международные выставки ежегодно собирают сотни экспонентов и тысячи посетителей из многих стран



# ЗАДАЧИ ВЫСТАВОК

Отраслевые выставки являются особенным каналом коммуникации между компаниями и

организациями, которые входят в отраслевое сообщество. Современная отраслевая выставка – зеркало технического состояния отраслей и сфер деятельности, источник информации, индикатор цен. Проведение отраслевых промышленных выставок позволяет

в максимальной степени раскрыть производственный потенциал участников, продемонстрировать точки приложения усилий, привлечь новых партнеров и инвесторов.

Помимо этого, выставки являются важным инструментом маркетинга, который позволяет компаниям продемонстрировать свои продукты и услуги, а также установить связи с потенциальными клиентами и партнерами.



# КАТЕГОРИИ ВЫСТАВОК

Необходимо учитывать, что отраслевые промышленные выставки могут относиться как к

категории B2C («business to consumer», в буквальном переводе – бизнес для потребителя;

термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией и конечным

потребителем), так и к категории B2B (от англ. «business to business», в буквальном переводе – бизнес для бизнеса; сектор рынка, который работает не на конечного потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес).



# КЛАССИФИКАЦИЯ ВЫСТАВОК

Отраслевые выставки можно классифицировать как рабочие или имиджевые, центральные (международные) или региональные. Участвуя в выставках, нужно учитывать, что быстрой отдачи от подобных мероприятий получить невозможно. Однако, именно выставки могут сформировать долгосрочные партнерские отношения, а также скорректировать маркетинговую политику или расширить рынки сбыта.



# ИМИДЖЕВЫЕ ВЫСТАВКИ

Имиджевых промышленных выставок не много. Участие в такой выставке предусматривает обязательное строительство уникального выставочного стенда. Обойтись стандартным стендом 3\*3 метра, оформленным плакатами, не получится. Имиджевая выставка

ориентирована на представление любой организации, даже государственного вуза, в самом

лучшем виде, масштабно и красиво. Затраты на участие очень высоки. Поэтому к выбору

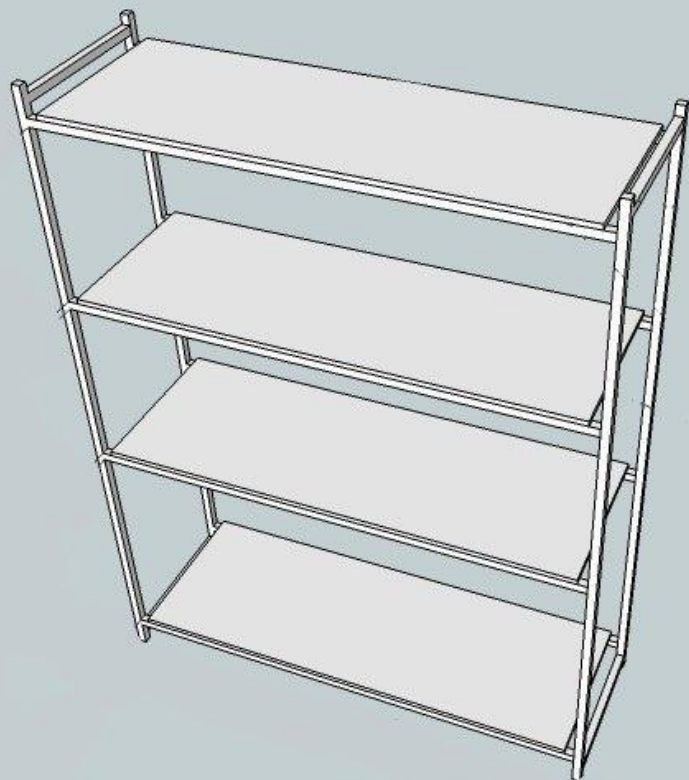
таких выставок нужно подходить очень избирательно.

Предполагаемая эффективность от





# ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ВИТРИНЫ



## распределенная нагрузка на полку

без ребра жесткости

60кг



с 1-м ребром жесткости

90кг



с 2-мя ребрами жесткости  
(кроме СТ-011 Полка 300 x 1000)

120кг



**БЛАГОДАРИМ  
ЗА ВНИМАНИЕ!**

