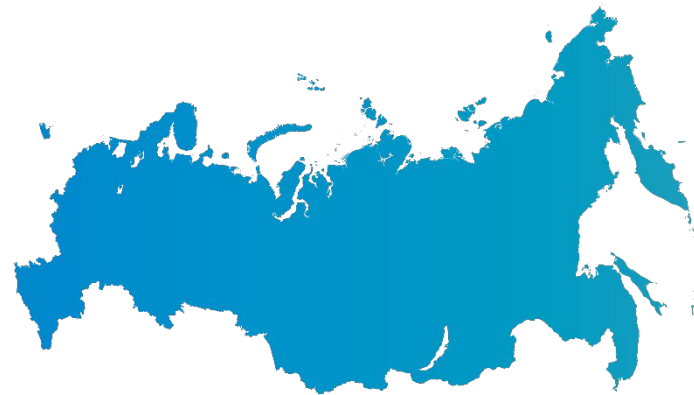


# Продвижение продукции с использованием интернет ресурсов

Формирование маркетинговой стратегии на 2019 год



## СОДЕРЖАНИЕ:

1. SWOT аналитика продаж за последние 4 года, выводы и предложения.
2. Схема ключевых направлений. Исследование медиа активности и визуализация основных направлений продвижения.
3. Подача товара в Т.С. ( от распаковки до полки )
4. Аналитика. SEO и продвижение ключевых позиций в поисковиках для продукции и оптовиков. Выявление того чего у них нет на данный момент и что востребовано.
5. Изучение приоритетов потребителя во запросам и Активное промо адаптированное под эти приоритеты. Визуализация. Ф.С. И его применение. Обоснование мероприятий. Точки контроля.

## Регионы успешных продаж:



- 1 Москва
- 2 Самара
- 3 Казань
- 4 Екатеринбург
- 5. Томск
- 6. Новосибирск
- 7 Иркутск
- 8 Якутск
- 9 Хабаровск
- 10 Алтайский Край

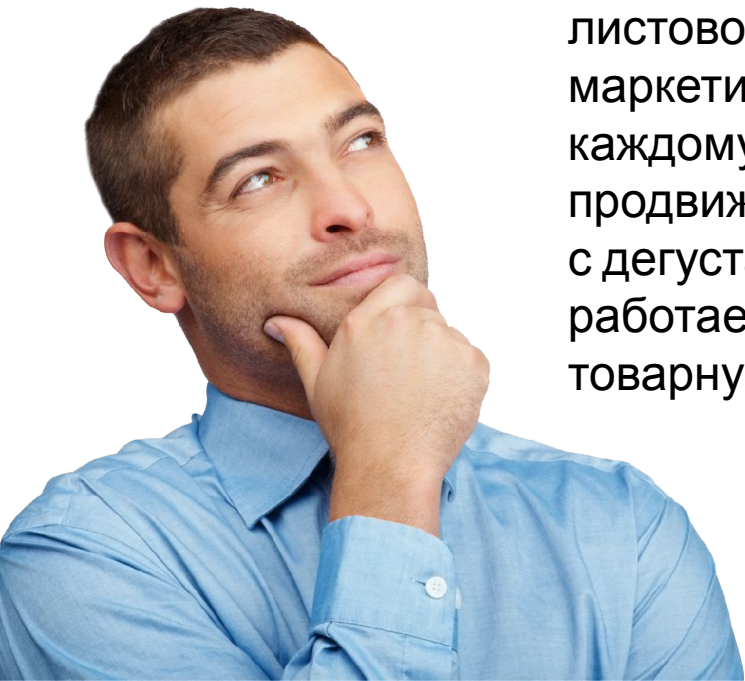
Пояснение: 10 регионов – это максимум который можно охватить таким штатом при наличии подготовленных макетов, рекламных носителей и подготовленных промо мероприятий





## Предложения:

Предлагаю использовать единую по своей структуре ( и индивидуальную по подаче ) схему продвижения продукции в регионе ( с индивидуальным подходом к каждому оптовику, и сети ). В основе которой будет подача и размещение продукции для потребителя. SEO продвижение с использованием наиболее востребованных интернет справочников, а так же активное промо с использованием ростовых кукол и раздачей промо листовок. Что позволит унифицировать стандарт применяемых средств маркетинга как для торгового отдела, так и для оптовика. Фактически мы каждому оптовику наглядно показываем свою степень участия в продвижении товара, без затратных стандартных промо акций связанных с дегустацией товара на территории сетей, оставляем для них скидки и работаем на потребителя , стимулируя того приобретать именно нашу товарную группу на полках заявленных Т.С.



# Единый стандарт продвижения продукции под каждый регион

## СХЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ В РЕГИОНЕ

Размещение продукции в «горячих» зонах хлеб, колбаса, закуски

**ПОДАЧА  
ТОВАРА**

Увеличение оборачиваемости товара на полках

Реклама в Дубль Гис во всех приоритетных регионах

**СЕО**

Увеличение посещаемости сайта и заказов

Ростовые куклы на улицах городов и тематический листинг

**АКТИВНОЕ  
ПРОМО**

Увеличение узнаваемости товара и стимулирование продаж

Структура данной схемы высылается каждому оптовику и в каждый отдел маркетинга ТС в именном формате заголовка. Таким образом организация получает не только протокол о намерениях с нашей стороны, но и реализуемый нами план действий в течении всего года, благодаря чему мы избавимся от вопросов со стороны ТО – ну придумайте нам хоть что то ! Т.О получает в свои руки инструмент продвижения продукции в любом регионе который мы сможем обеспечить в рамках рекламного бюджета.

### средства и мероприятия:

1. Диспенсеры
2. Шелфштокеры
3. Стикеры / наклейки
4. Промоо боксы
5. Промо бонус в коробке

1. банер при загрузке программы
2. показ товара при его наборе с указанием реквизитов оптовика
3. ссылка на наш сайт

За две недели о товаре узнает половина такого города как Барнаул. С указанием точек продаж продукции.

## Пример адаптированной рекламы для регионов



Казань. Новгород. Якутия

Ключевая фраза : - У нас сегодня гости и её продолжение А У НАС ХУМУС

## Подача товара:

Продукция поступает в магазин. При этом что такое ХУМУС не знает НИКТО. Более того сама аудитория из сотрудников магазина будет приоритетной в вопросе приобретения продукции и первичной информации о ней для потребителя. Именно сотрудники магазина проводят распаковку и выкладку товара на полку. Они и являются первым потенциальным потребителем продукции. Именно они должны получить краткую информацию о продукте и транслировать её потребителю.

Более того - наша задача сделать их лояльными к продукту и обеспечить ему не только размещение в горячих зонах продаж, но и положительные отзывы для потребителя, который если слышит от продавца о том что это вкусно в 50% покупает товар. Поэтому мы сделаем так что нашу продукцию будут ждать в магазинах и продавать её в приоритетном порядке без промоутеров !

На сегодня продукция поступает в магазин в стандартной упаковке и не несёт с собой ничего кроме названия ! Ни сроки хранения. Ни что такое ХУМУС никто не знает. О её достоинстве остаётся догадываться только потребителю который разглядывает товар на полке вокруг которого нет никакой информации.

**ПРИМЕР: КАКУЮ ИЗ ЭТИХ КОРОБОК СОТРУДНИКИ МАГАЗИНА ОТКРОЮТ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ВНИМАТЕЛЬНО ИЗУЧАТ СОДЕРЖИМОЕ И РАССКАЖУТ О НЕЙ ВСЕМ СВОИМ ЗНАКОМЫМ ? БОЛЕЕ ТОГО ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ ЧТО КОМУ ТО ДОСТАЛСЯ ПОДАРОК, А КОМУ ТО НЕТ ! БУДУТ ЛИ ЖДАТЬ СОТРУДНИКИ МАГАЗИНА СЛЕДУЮЩУЮ ПОСТАВКУ И ЧТО ОНИ ДЛЯ ЭТОГО СДЕЛАЮТ ?**





# Распаковка коробки – идея продукта в привлекательной форме

Гурманы всех стран объединяйтесь!



Незаменимый источник информации для тех у кого нет под рукой компа, и для тех кто ценит немного юмора в минуты отдыха и перекура !

## Продуктовая ПРАВДА



ОСЕННИЙ  
спец выпуск

Издание для тех кто отважно пробует новое и ценит новый вкус привычных закусок

**К БОРЬБЕ ЗА ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ БУДЬ ГОТОВ !**

### Программа всесоюзного марша юных и не совсем домохозяек ЗА ПОХУДЕНИЕ !

Все Вы знаете что рост пуза заставляет нас серьезно задумываться о похудении ! Да что там некоторые в порыве самоотверженности даже начинают ходить в спортзалы - нанося значительный ущерб семейному бюджету ! Что делать в такой ситуации подскажет наш пузовед, гражданин и Епифан Артемий Полумерович Невзирающий - специалист по всем вопросам во всех отраслях. Итак приступим к нашему интервью с этим маститым корифеем и корешем пера, клавиатуры и чайного гриба ! Артемий Полумерович ? Вы сейчас агитируете за принятие экстренных мер для ликвидации пуза ?

Да но ведь есть менее затратные способы? Или сейчас не выпускают полезные вкусняшки для здорового перекуса не только перед телевизором, но и во время обеденного перерыва ? Вам не кажется что поездки в Грецию могут ударить по карману наших читателей ещё сильнее ? Или в случае с таким продуктом как Хумус - Вы настаиваете на возврате к первоистокам Нила, Вавилона, Иерусалима и прочим историческим реалиям ? Скажем данный возврат будет абсолютно исключён при наших «средних» зарплатах и географическом расположении большинства читателей ?



Как заставить весь коллектив магазина прочесть П.О.С., а не выкинуть его в корзину ?

Что в основном и происходит с рекламными материалами !

Ответ очень прост ! В каждую коробку мы будем вкладывать юмористический материал созданный на основе узнаваемых массовых медиа изданий – таких например как Пионерская Правда, где в юмористической форме будет показан весь спектр преимуществ нашего товара. Именно это заставит прочесть материал от корки до корки а не выкинуть его как псевдонаучную статью в корзину для мусора !

**САМОИРОНИЯ – ПРИЗНАК СИЛЫ**

# Комплект для размещения продукции в ТС



Новый вкус привычных закусок

**ОСНОВА ДЛЯ ПОСТНЫХ БЛЮД !**

НОВЫЙ ВКУС  
ПРИВЫЧНЫХ  
ЗАКУСОК



Товар на полках необходимо поддерживать дополнительным оборудованием и средствами продаж а именно :

1. ШЕЛФШТОКЕРАМИ и наклейками на товар по акции.
2. ДИСПЕНСЕРАМИ 3X ВИДОВ
3. ШЕЛФБАНЕРАМИ где мы покажем с чем употребляется продукт

При этом готовятся шелфштокеры на каждый месяц с учётом потребительских предпочтений.



Ежемесячное обновление материалов на полках с продукцией



***Устрой себе праздник !***

ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО !

 марта

***Удиви любимых !***

ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО !



***Для тех кто на посту !***

ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО !

Каждая отправка к празднику дополняется сервисной продукцией – ставить будут продавцы

# Исследование Торговых Сетей для потребителя в сети

## Пояснения к схеме:

Федеральная

Региональная или Федеральная локация



- логотип
- количество магазинов
- наличие сервис опций
- наименование товара

358 магазинов

ДОСТАВКА

ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН

МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ

ИКРА

Федеральная	Федеральная	Москва	Сибирь	Алтай	Барнаул	Центральный Ф.О.	Новгород	Москва/Россия	Москва/Россия	Новосибирск/Россия	Самара	Москва/Россия	Тольятти/Россия	Якутия Иркутск	Казань	Федеральная
<b>Ашан</b> <input type="checkbox"/> 300 магазинов <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН КАПУСТА / ХУМУС Октябрь ..... 42862,36 Ноябрь ..... 45362,99 Декабрь .....	<b>ЛЕНТА</b> <input type="checkbox"/> 358 магазинов <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН <input type="checkbox"/> МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ ИКРА Октябрь ..... 193932,16 Ноябрь ..... 158700,84 Декабрь .....	<b>ЛЕНТА</b> <input type="checkbox"/> 358 магазинов <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН <input type="checkbox"/> МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ ХУМУС Октябрь ..... 148394,5 Ноябрь ..... 128961,9 Декабрь .....	<b>ВкусВит</b> до 30 магазинов <input type="checkbox"/> 566 магазинов <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН <input type="checkbox"/> МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ ХУМУС Октябрь ..... 67934,16 Ноябрь ..... 6722125,2 Декабрь .....	<b>МАРИЯ-РА</b> <input type="checkbox"/> 1075 магазинов ИКРА Октябрь ..... 1511262,72 Ноябрь ..... 1629906,96 Декабрь .....	<b>АНИКС</b> <input type="checkbox"/> 169 магазинов <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН <input type="checkbox"/> МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ ИКРА ХУМУС Октябрь ..... 60576 Ноябрь ..... 338952,01 Декабрь .....	ооо Чейси/Дубай мясо халяль мелкий опт ХУМУС Октябрь ..... 10260 Ноябрь ..... 17100 Декабрь .....	<b>БИОНИС</b> <input type="checkbox"/> 14 магазинов <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ИКРА ХУМУС Октябрь ..... 338902,2 Ноябрь ..... 231403,2 Декабрь .....	Новгородский пищекombинат ИКРА ХУМУС Октябрь ..... 38880 Ноябрь ..... 12480 Декабрь .....	<b>4fresh</b> онлайн экомаркет <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ХУМУС Октябрь ..... 20177,4 Ноябрь ..... 16997,4 Декабрь .....	<b>БОТКА</b> интернет магазин СОЯ <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ХУМУС Октябрь ..... 10670,88 Ноябрь ..... 11840,96 Декабрь .....	<b>ЛЕН</b> интернет магазин <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ХУМУС Октябрь ..... 86012,4 Ноябрь ..... 140532 Декабрь .....	<b>Миндаль</b> <input type="checkbox"/> 10 магазинов ХУМУС Октябрь ..... 29400 Ноябрь ..... 5256 Декабрь .....	<b>АБСОЛЮТ CASH&amp;CARRY</b> интернет магазин <input type="checkbox"/> ДОСТАВКА <input type="checkbox"/> ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ХУМУС Октябрь ..... 75476,3 Ноябрь ..... 1443576,71 Декабрь .....	<b>Савесте</b> <input type="checkbox"/> 44 магазинов ИКРА Октябрь ..... 34089,12 Ноябрь ..... 24146,48 Декабрь .....	<b>Пятёрочка</b> <input type="checkbox"/> 24 магазинов ХУМУС Октябрь ..... 281139,34 Ноябрь ..... 160715,6 Декабрь .....	<b>Пятёрочка</b> <input type="checkbox"/> 1225 магазинов ИКРА Октябрь ..... 160715,6 Ноябрь ..... 160715,6 Декабрь .....
Присутствие в сети Интернет магазин Промо продавцов Доставка Показ сети Видео контент ★★★★★	Присутствие в сети Сайт продаж Сезонные продажи Каталог продуктов Промо карты Видео контент ★★★★★	Присутствие в сети Сайт промо + доставка Показ сети и новинки общим планом Видео контент ★★★★★	Присутствие в сети Демо сайт Промо скидок Показ магазинов Ассортимента нет ★★★★★	Присутствие в сети Колл-онный уровень Древний сайт Ассортимента нет ★★★★★	Присутствие в сети Сайта нет Упоминания хор. ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Сайт промо Интернет магазин ★★★★★	Присутствие в сети Слабоки Хаос П.Р. собственника Сайта нет Пережиток кооперации ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Пакетные продажи Доставка Активность в сетях ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Агрессивный стиль Промо товара Доставка ★★★★★	Присутствие в сети Средне Промо товара Доставка ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Колл-онный уровень Древний сайт Ассортимента нет Промо сети ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Промо товара Доставка ★★★★★	Присутствие в сети Средне Промо товара Доставка ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Колл-онный уровень Древний сайт Ассортимента нет Промо сети ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Промо ассортимента Показ карт и скидок Видео упорядоченный контент ★★★★★	Присутствие в сети Слабое Промо сайт П.Р. акций Есть свой блоггер +одаренный контент ★★★★★

## Карточка оптовика по присутствию в сети

Карточка оптовика и критерии оценки присутствия в интернете - включая такие опции как современность сайта, наличие и поиске товара, видео контента или блогера позволили нам вывести следующие параметры оценки

Кроме того в исследование входило использование соц сетей , наличие положительных отзывов и количество занятых позиций в поисковике по запросу названия данной организации, при этом колоссальное количество косяков и очевидных провалов которые свидетельствуют о том что боольшей части оптовых организаций и ТС этим вопросом заниматься некогда

Федеральная	
<input type="checkbox"/>	1225 магазинов
ИКРА	
Октябрь	281139,34
Ноябрь	160715,6
Декабрь	.....

### Присутствие в сети и сетевая активность для поисковика и потребителя

Слабое.  
Промо сайт  
П.Р. акций  
Есть свой блогер  
«Одержимый скидками»



- древний сайт на шаблоне прошлого тысячелетия
- сайт современный но ознакомительный
- современный сайт с промо акций и скидок
- современный сайт с показом сети магазинов
- современный сайт с показом ещё и ассортимента
- современный сайт с показом товарных групп

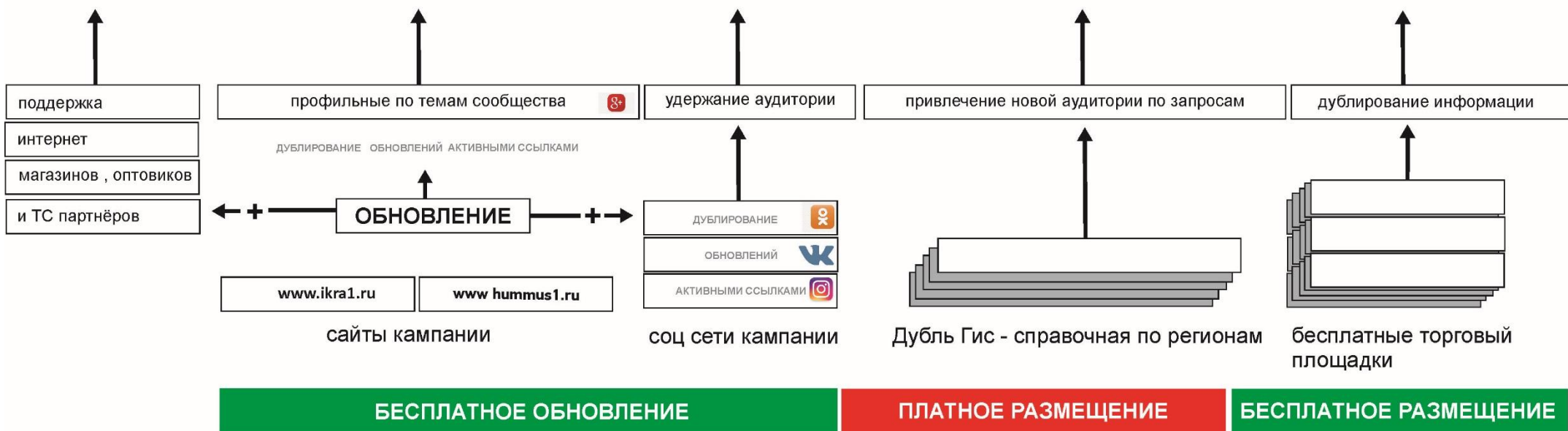
Присутствие в сети	
Слабое. Промо сайт П.Р. акций Есть свой блогер «Одержимый скидками»	

## Схема СЕО и продвижение в соц сетях

ВЫВОД В ТОП ПОИСКОВИКОВ ТАКИХ ПОЗИЦИЙ КАК:

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1. ХУМУС             | 6. ФАВА             |
| 2. ИКРА              | 7. БОБЫ             |
| 3. МОРСКАЯ КАПУСТА   | 8. ТАЙНА ОКЕАНА     |
| 4. ПОЛЕЗНЫЕ ПРОДУКТЫ | 9. КЛАДЕЗЬ ЗДОРОВЬЯ |
| 5. ЗДОРОВЫЙ ПЕРЕКУС  | 10. ИКОРНАЯ САМБА   |

УВЕЛИЧЕНИЕ ТРАФИКА НА САЙТ НА ТЫСЯЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ



# Семантическое ядро основного ресурса

ЗДОРОВЬЕ

СПОРТ

ВЕГАН И КУХНЯ

ЗОЖ



Современный сайт это кликабельность картинок подчинённых единой смысловой задаче – удержать у себя каждого посетителя и на подсознательном уровне предоставить ему максимум информации в развлекательной форме. Поэтому заумные тексты и термины здесь ни к чему. Это комплекс мотивационных банеров и картинок, которыми посетитель не только любит, но так же делится в соц сетях !

## ОСНОВА СОДЕРЖАНИЯ САЙТА С УЧЁТОМ НАИБОЛЕЕ ЧАСТЫХ ЗАПРОСОВ



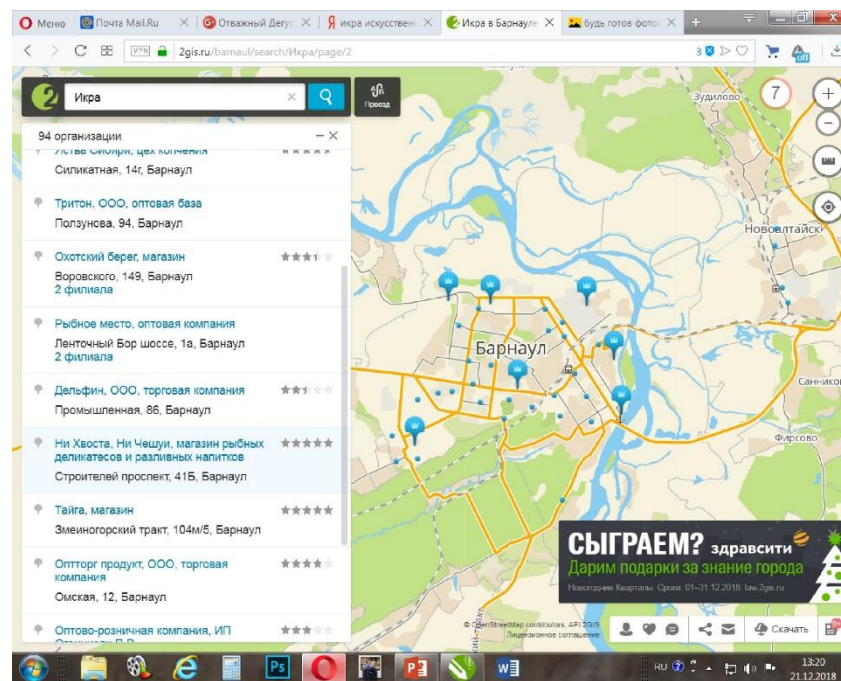
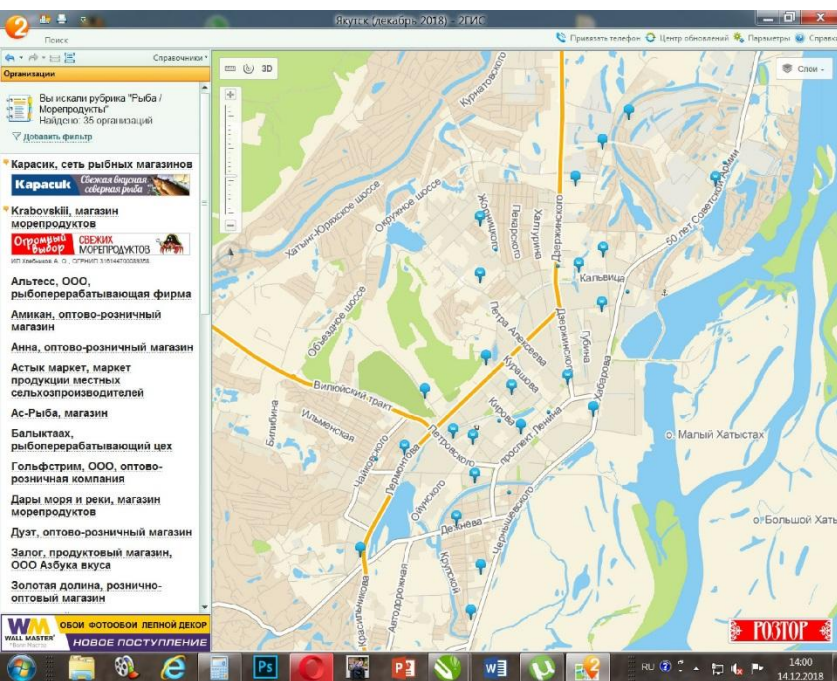
РЕЦЕПТ ДНЯ

ГДЕ КУПИТЬ

ЛАЙВХАК ДНЯ

ЮМОР

## На сегодня никаких данных в самом массовом справочнике Дубль Гис о таком предмете как ХУМУС нет :

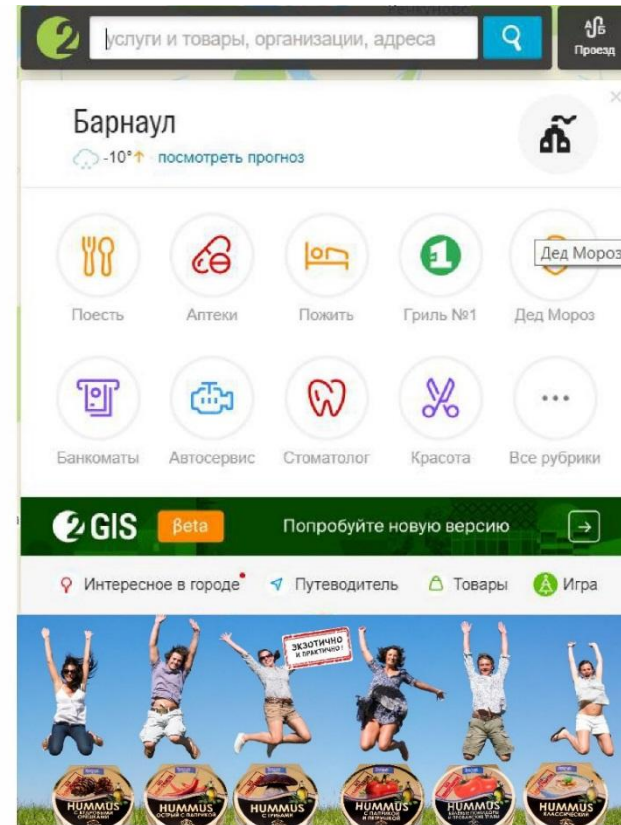
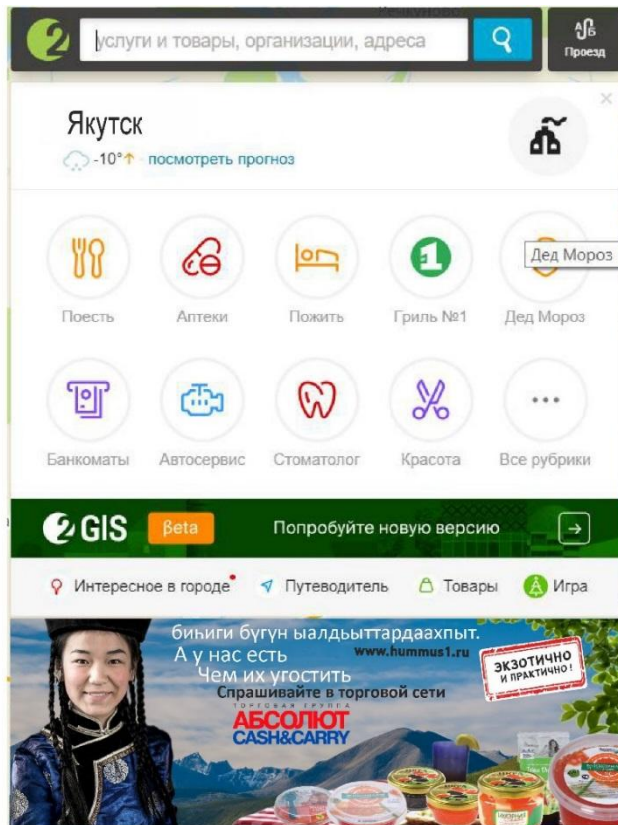
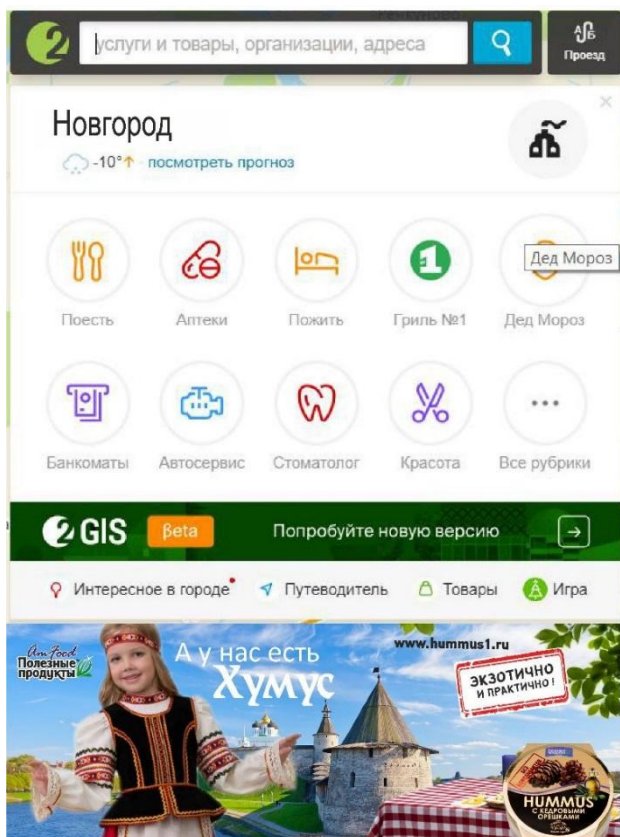


На сегодня необходимо использовать данный ресурс как наиболее востребованный справочник для ПК и мобильных приложений а котором появится такая позиция как ХУМУС , ИКРА и МОРСКАЯ КАПУСТА – кампании полезные продукты а так же будет банер с активной ссылкой на сайт кампании, кроме того мы упоминаем предприятие во всех регионах

На сегодня информация о предприятии отсутствует в поисковике, предприятие есть только в бесплатной версии с локацией Барнаул



## Как будет выглядеть региональная реклама в дубль ГИС



В каждом городе в мобильном приложении дубль гис будет анимационный баннер показывающий продукт и места его продаж, учитывая ближайший магазин ТС. Кроме того указываются места продаж кроме ТС. Каждый банер адаптирован под покупателя и узнаётся аудиторией.

## Реклама в соц сетях при наборе слова хумус / икра

← Google+ Поиск хумус

ВСЕ ЗАПИСИ СООБЩЕСТВА ПОДБОРКИ ЛЮДИ И +СТРАНИЦЫ

Лента  
Рекомендуем  
Сообщества  
Профиль  
Люди  
Уведомления

Настройки  
Отправить отзыв  
Справка

© Google, 2018 •  
Конфиденциальность •  
Условия использования •  
Условия использования

При наборе ключевых слов для поисковика ХУМУС и города как пример Улан Удэ – появляется узнаваемая линейка сообществ где помимо сайта производителя «ПОЛЕЗНЫЕ ПРОДУКТЫ» Стоит ссылка на сайт партнёра, ссылка на все его магазины и карты и поисковики в Дубль Гис от куда идёт ссылка на данное сообщество. Размещается и дублируется следующая информация :

1. Мотиваторы со ссылкой на сайт
2. Рецепты с хумусом
3. Анекдоты
4. Поздравления

## Внешний вид и содержание сообщества по запросу в каждом городе

The screenshot shows a Google+ community page for 'Хумус Улан Удэ'. The header includes the Google+ logo, 'Сообщества', and a search bar. The main content area features a post from 'Отважный ... Владелец' (13 ч.) with a discussion link. The post text reads: 'Адреса магазинов торговой сети абсолют где присутствует наша продукция' and 'Карта Улан-Удэ: улицы, дома, организации — Яндекс.Карты'. Below the text is a map of Ulan-Ude from Yandex Maps. To the right of the map is a promotional banner for 'ДАРЯТ АЙФОНЬ!' (Give away iPhones!) with 'СЧАСТЛИВЫЕ КУПОНЫ' (Happy Coupons) and 'АКЦИЯ' (Promotion). The banner also includes the website 'tgabsolut.ru'. The page layout includes navigation elements like '+1' and share icons, and a search bar for the community.

При этом мы можем разместить ссылки на те соц сообщества которые используем, если показа точек продаж на карте не достаточно. Но при этом стоит учитывать особенность потребителя и не перегружать его обременительной информацией. Главное внешне всё будет узнаваемо и круто. Более того вся информация будет выставлена в приоритетном порядке в Гугл+ поскольку не требует пользовательской регистрации.

# Ведение блога ОТВАЖНЫЙ ДЕГУСТАТОР

The screenshot shows a Google+ profile page for 'Отважный Дегустатор'. The browser address bar shows 'plus.google.com/u/1/111190228355638910823'. The profile banner features a wooden background with fresh produce (melon, carrots, lettuce) and the text 'ПОДБОРКА БЫСТРЫХ РЕЦЕПТОВ' and 'Отважный Дегустатор' with a '5 подписчиков' (5 subscribers) count. A red stamp on the banner reads 'ЭКЗОТИЧНО И ПРАКТИЧНО!'. Below the banner, there are three community posts, each titled 'Хумус' (Hummus) for different locations: 'Хумус Улан Удэ', 'Хумус Красноярск', and 'Хумус Новокузнецк', each with '1 участник' (1 participant). The left sidebar contains navigation options: Лента, Рекомендуем, Сообщества, Профиль, Люди, Уведомления, Настройки, Отправить отзыв, and Справка.

Блог желательно вести с сайта , дублируя его в ЖЖ, ВК, Одноклассниках и Гугл +. Первое время подписчиков будет по минимуму. Цель данного мероприятия в регулярности публикаций, авторских фото или размещаемых материалов и итоговое попадание в Яндекс Дзен которое даёт десятки тысяч просмотров в день и естественно соответствующую конверсию ориентированную на рекламируемый продукт .

Учёт предпочтений потребителя на каждый месяц для информационных обновлений и поводов.

## ТАБЛИЦА ПРОДУКТОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И АКЦИОННЫХ СЛОГАНОВ

январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
САЛАТЫ	БЛИНЫ	ПОСТ	ПОСТ	ШАШЛЫК	ЗЕЛЕНЬ	ОГУРЦЫ	ЗАГОТОВКИ	ГРИБЫ	РЫБА	ПЕЛЬМЕНЬ	ХОЛОДЕЦ
Низкокалорийные салаты & хумус	Блин с новым вкусом	Идеален для постных блюд		К шашлыку	Здоровское питание	С огурцом	Летняя кухня	К грибочкам	Самое то к рыбке	Легче пельменей!	Новый вкус холодец

## БЛЮДА ВТОРОГО УРОВНЯ

дрожжевой солянка вареник	тонкий блинчик диетический	постный пасха помидор	кулич пасха глазурь	окрошка квас щавель	клубника чеснок малосольный	смородина малина крыжовник	лечо аджика болгарский	опёнок маслёнок тыква	квашенный горбуша тыквенный	сало крабовый рулет	оливье язык креветка
---------------------------	----------------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------------	---------------------	----------------------

При поступлении товара на полки необходимо учитывать региональные запросы в еде и предпочтения покупателей, предлагая им дополнения к традиционным и национальным блюдам

## Активное

### промо:

Использование ростовых кукол в виде узнаваемых упаковок с продукцией – с раздачей листовок к ежемесячным информационным поводам, позволит нам за 14 промо дней дней – охватить 50% населения такого города как Барнаул. Указывая данное мероприятие для Т.С. И оптовиков. Более того прогнозируемый рост продаж по городу будет + 20 %. Костюмы переправляются в каждый новый город с продукцией и возвращаются после проведения промо



Помимо изготовления костюма, расходная часть для 2х промоутеров будет состоять из окладной части 240руб/час в костюме и 170руб/час листинг . Оплата 2 промоутеров за 4 часа 840руб /день За 14 дней 11.760руб. Раздача листовок МЕНЮ ЗДОРОВЬЯ 8600руб Стоимость оплаты супервайзера 9000руб Итоговый бюджет 26.360руб за 14 дней **Таким образом мы снижаем** **активного промо** **издержки на промо** в отдельной сети ( прим промо в Ленте ) – где один день промо обошёлся в 10.000руб. Стоимость 1 дня ПРОМО ( без учёта костюма –разовая оплата ) составит 1800руб и работаем на узнавание продукта массовым

## Инструменты продаж для Т.О.

1. Медиа бриф на продукты
2. Презентация предприятия и его продукции с пакетом клиенткой лояльности
3. Фирменный сувенир
4. Комплект для поздравления с календарными и проф праздниками
5. Комплект П.О.С. На 2019 год с папкой

Какие же средства убеждения в высокой полезности для потребителя продукции получает ТО ???  
И кто будет первым звеном в информационной подаче материала о продукции ???

Отдел продаж получает в свои руки набор инструментов для поиска новых заказчиков, выходит к «старым» и должен постоянно находиться в поиске новых клиентов. При этом доля новых клиентов в кампании А – Диск составляла порядка 50 % в месяц !



# Медиа бриф – на все виды продукции с учётом региона

AmFood Полезные продукты **Бездә бүген кунактар** А у нас есть **Хумус** ЭКЗОТИЧНО И ПРАКТИЧНО!

**Медиа бриф от производителя:**

Наименование :	Количество шт.
----------------	----------------

AmFood Полезные продукты **Бездә бүген кунактар** А у нас есть **Хумус** ЭКЗОТИЧНО И ПРАКТИЧНО!

**Медиа бриф от производителя:**

Наименование :	Количество шт.
----------------	----------------

AmFood Полезные продукты **Бездә бүген кунактар** А у нас есть **Хумус** ЭКЗОТИЧНО И ПРАКТИЧНО!

**Медиа бриф от производителя:**

Наименование :	Количество шт.
----------------	----------------

Распечатайте бланк и заполните заявку



Продукт мирового уровня с длительным сроком хранения!  
Источник растительного белка.  
Новый вкус привычных продуктов!

Вся информация на нашем сайте

[www.hummus1.ru](http://www.hummus1.ru)

- |  |                                                                            |                      |                      |                      |
|--|----------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | Хумус «тайны востока» острый с паприкой, 200 гр.                           | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» с горьким перцем, 200 гр.                            | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» с паприкой и петрушкой, 200 гр.                      | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» с грибами, 200 гр.                                   | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» со вкусом морковных опунях, 200 гр.                  | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» с вялеными помидорами и прованскими травами, 200 гр. | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус «тайны востока» классический, 200 гр.                                | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Распечатайте бланк и заполните заявку



Продукт мирового уровня без консервантов!  
Источник растительного белка.  
Новый вкус привычных продуктов!

Вся информация на нашем сайте

[www.hummus1.ru](http://www.hummus1.ru)

- |  |                                                                     |                      |                      |                      |
|--|---------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | Хумус без консервантов с кидовыми орешками, 200 гр.                 | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус без консервантов с грибами, 200 гр.                           | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус без консервантов с паприкой и петрушкой, 200 гр.              | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус без консервантов острый с паприкой, 200 гр.                   | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус без консервантов вяленые помидоры и прованские травы, 200 гр. | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | Хумус без консервантов классический, 200 гр.                        | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Распечатайте бланк и заполните заявку

- |  |                                                           |                      |                      |                      |  |                                                       |                      |                      |                      |  |                                                          |                      |                      |                      |
|--|-----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--|-------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--|----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | «История закуска №1» Бутерброды, 180 гр., красная/зеленая | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История закуска №1» 150 гр., дой-лак, красная        | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 180 гр., пластиковый стакан, черная     | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 110 гр., стеклбанка, красная         | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «Тайна омега» 120 гр., дой-лак, красная               | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 240 гр., стеклбанка, красная            | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 110 гр., стеклбанка, черная          | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «Тайна омега» 120 гр., дой-лак, черная                | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 240 гр., стеклбанка, черная             | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 110 гр., дой-лак, красная            | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «Тайна омега» 150 гр., пластиковый стакан, красная    | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История закуска №1» 150 гр., пластиковый стакан, черная | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 150 гр., дой-лак, черная             | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «Тайна омега», 150 гр., пластиковый стакан, черная    | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История закуска №1» 400 гр., дой-лак, красная           | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 150 гр., пластиковый стакан, красная | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 180 гр., дой-лак, красная            | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История закуска №1» 180 гр., дой-лак, черная            | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
|  | «История закуска №1» 180 гр., дой-лак, черная             | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 180 гр., пластиковый стакан, красная | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |  | «История самба», 180 гр., пластиковый стакан, красная    | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

В нашем продукте кислота Омега 3 усваивается полностью  
В таблетках, и естественным путем не более 0,2% от запаса в организме и минералов

## ОМЕГА 3



## Продвижение товарной группа -

капусты



656023, Россия, Алтайский край,  
г. Барнаул, ул. Малахова, д. 2П/1  
**+7 (3852) 539-001**  
539-002

*Кладезь здоровья™*

**Морская капуста это :  
ЗДОРОВАЯ ЩИТОВИДКА**

Микроэлементы (фосфор, калий, йод, ферум, натрий, магний) – содержащийся в ламинарии йод помогает корректно функционировать щитовидной железе человека, железо предупреждает развитие анемии, натрий с калием стабилизируют кислотно-щелочной баланс.

Весь спектр витаминов В, также витамины А, Е, С, D

Стерины – уменьшают концентрацию холестерина в крови, а также разжижают ее, тем самым препятствуя образованию тромбов.

Альгинаты – вещества, действующие по типу энтеросорбентов. Попадая в желудочно-кишечный тракт, они втягивают в себя токсины, радионуклиды и большинство патогенных бактерий.

Клетчатка – помогает нормально функционировать органам пищеварения, стабилизирует стул.

Полисахариды – позитивно влияют на обменные процессы.

Жирные кислоты – предотвращают развитие атеросклероза сосудов.

AmFood  
Полезные  
продукты

Салат из морской капусты  
«Витаминный» 230гр

Салат из морской капусты  
с майонезным соусом «Ассорти» 200гр

Как пример использования массовой рассылки под различный вид аудитории. При этом мы цепляем ЗОЖ. Детей и семьи. И даже наличие уксусной кислоты это преимущество которое нейтрализует влияние Кальция на организм. Ибо борщ на косточке готовят с уксусом, пельмени едят с уксусом и молоко летом кушают с ягодой !

656023, Россия, Алтайский край,  
г. Барнаул, ул. Малахова, д. 2П/1

+7 (3852) 539-001

539-002

Кладезь здоровья™

## Морская капуста это : ЗДОРОВАЯ ЩИТОВИДКА

Микроэлементы (фосфор, калий, йод, ферум, натрий, магний) – содержащийся в ламинарии йод помогает корректно функционировать щитовидной железе человека, железо предупреждает развитие анемии, натрий с калием стабилизируют кислотно-щелочной баланс.

Весь спектр витаминов В, также витамины А, Е, С, D Стерины – уменьшают концентрацию холестерина в крови, а также разжижают ее, тем самым препятствуя образованию тромбов.

Альгинаты – вещества, действующие по типу энтеросорбентов. Попадая в желудочно-кишечный тракт, они втягивают в себя токсины, радионуклиды и большинство патогенных бактерий.

Клетчатка – помогает нормально функционировать органам пищеварения, стабилизирует стул.

Полисахариды – позитивно влияют на обменные процессы.

Жирные кислоты – предотвращают развитие атеросклероза сосудов.



Салат из морской капусты  
«Витаминный» 230гр



Салат из морской капусты  
с майонезным соусом «Ассорти» 200гр

AmFood  
Полезные  
продукты

ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО!

656023, Россия, Алтайский край,  
г. Барнаул, ул. Малахова, д. 2П/1

+7 (3852) 539-001  
539-002

Кладезь здоровья

## Морская капуста это : ЗДОРОВАЯ ЩИТОВИДКА

Микроэлементы (фосфор, калий, йод, ферум, натрий, магний) — содержащийся в ламинарии йод помогает корректно функционировать щитовидной железе человека, железо предупреждает развитие анемии, натрий с калием стабилизируют кислотно-щелочной баланс.

Весь спектр витаминов В, также витамины А, Е, С, D Стерины — уменьшают концентрацию холестерина в крови, а также разжижают ее, тем самым препятствуя образованию тромбов.

Альгинаты — вещества, действующие по типу энтеросорбентов. Попадая в желудочно-кишечный тракт, они втягивают в себя токсины, радионуклиды и большинство патогенных бактерий.

Клетчатка — помогает нормально функционировать органам пищеварения, стабилизирует стул.

Полисахариды — позитивно влияют на обменные процессы.

Жирные кислоты — предотвращают развитие атеросклероза сосудов.



Салат из морской капусты  
«Витаминный» 230гр



Салат из морской капусты  
с майонезным соусом «Ассорти» 200гр

AmFood  
Полезные  
продукты

ЗДОРОВЬЕ  
КАЖДОМУ

## Презентация предприятия

ХУМУС  
АЛЬГИНАТНАЯ ИКРА  
МОРСКАЯ КАПУСТА  
ПОЛЕЗНЫЕ ЗАКУСКИ  
ВИТАМИННЫЕ НАПИТКИ

**СУПЕР ФУДЫ**  
ПРОИЗВОДСТВО И ДОСТАВКА

АМЭЙЗИНГ ФУД  
AmFood  
Полезные  
продукты

+7 (3852)  
**539-001**  
**539-002**  
656023, Россия, Алтайский край,  
г. Барнаул, ул. Малахова, д. 2П/1

**ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО!**

[www.hummus1.ru](http://www.hummus1.ru)

## Письмо уведомление о клиентской ЛОЯЛЬНОСТИ

Письмо рассылается по всей базе оптовиков по электронке. При этом если использовать услуги интернет агентств и платные опции рекламных кликов в поисковиках – любому оптовику и представителю Т.С. будет казаться что именно на него мы тратим рекламный бюджет измеряемый десятками тысяч. На деле мы продвигаем собственную продукцию лишь упоминая оптовика, как место продаж той или иной товарной группы. Занимаемся продвижением продукции в поисковиках ориентированных на конечного потребителя.

Итогово партнёр или маркетинговый отдел в течении года получает от нас информацию как мы продвигаем именно «ЕГО СЕТЬ» в регионе в виде ежеквартальных информационных брифов.  
см МЕХАНИКА АКЦИИ.



### Программа поддержки торговой сети на 2019г.

В рамках программы клиентской лояльности наше предприятие проводит за свой счёт мероприятия по увеличению оборачиваемости продукции на Ваших полках следующими средствами :

Мы полностью оплачиваем рекламу в справочнике Дубль Гис - Вашего города. Рекламу и продвижение нашего товара в ваших магазинах в соц сетях и поисковиках, таких как Гугл и Яндекс по наименованиям товара. Кроме того мы оплачиваем создание и модерирование сообщества где Вы указываетесь как продавец. Показываем всю Вашу сеть, а так же те точки продаж где присутствует наш товар. Делаем ссылки на Ваш сайт, а так же проводим рекламную кампанию в соц сетях ( ВК, Одноклассники, Инстаграм ), где так же указываем ваши магазины и места продаж нашего товара. Проверить эффективность данных мероприятий вы сможете посмотрев увеличение трафика на ваш сайт и оборачиваемость нашей продукции. Напомним что по результатам исследований, на сегодня каждый второй запрос по поиску товара приходит с мобильных приложений покупателей. Поэтому мы в качестве инструмента продвижения выбираем интернет ресурсы. Которые по эффективности превосходят такие мероприятия, как : предоставление скидок, работа промоутеров или дегустации.

Программа начнётся с февраля 2019 года, о этапах которой мы будем информировать вас регулярно через отдел маркетинга.

Все издержки по данным мероприятиям- наше предприятие берёт на себя в рамках партнёрской программы по продвижению нашей продукции и Вашей торговой сети.



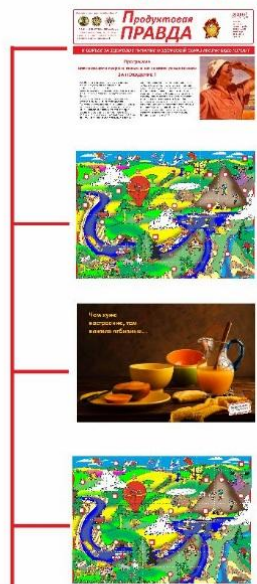
### Механика акции:

1. Заключаем типовой договор с Дубль Гис – размещаем анимационные баннера со ссылкой на наш и их сайт а так же сообщество где выложены карты Т.С, ссылки на их сайт и акции.
2. Т.О. рассылает типовое письмо по клиентской базе – меня лишь адресата.
3. Ежеквартально ( по подготовленному Т. О. списку рекламных отделов Т.С. ) – рассылает бриф в котором показываем
  - Ссылку и баннер в Дубль Гис по региону.
  - Ссылку на сообщество по региону где есть карта магазинов, ссылка на сайт кампании
  - Ссылку на наш сайт где заводится раздел НАШИ ПАРТНЁРЫ и публикуется промо статья которая дублируется так же в наших соц сетях
  - Отчёт о проводимой ПРОМО Акции с куклами и раздачей листовок.

# Схема подключения сотрудников Т.С. как добровольных промоутеров

1. ПОЛУЧЕНИЕ КОРОБКИ С ПОДАРКОМ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ Т.С. 2. ИЗУЧЕНИЕ ДОСТОИНСТВ ПРОДУКТА ИХ ТРАНСЛИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЯМ

юмористический дайджест промо  
материал ПРОДУКТОВАЯ ПРАВДА  
с анонсом - ЖДИТЕ ИГРУ  
В СЛЕДУЮЩЕЙ ПОСТАВКЕ



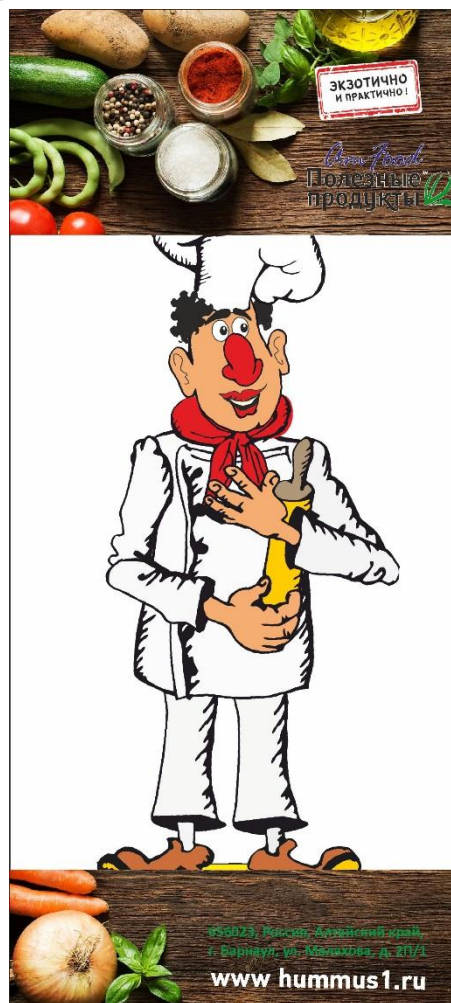
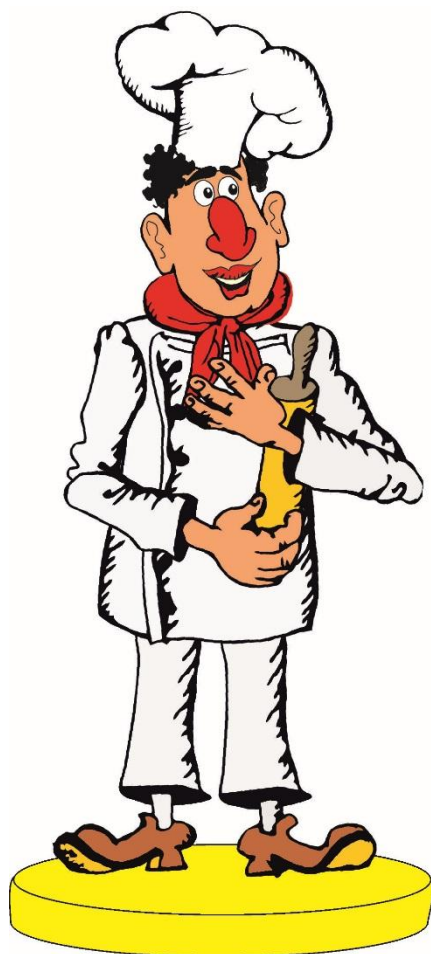
СИСТЕМА МОТИВИРОВАНИЯ  
СОТРУДНИКОВ Т.С.



## Фирменный сувенир



Основы – керамика,  
авторская лепка,  
роспись, лак – высота  
5-7см ( формат нэчке)  
без учёта подставки



В основе фирменного сувенира будет керамическая настольная фигурка повара на подставке жёлтого металла. На которой будет гравировка «Полезные продукты» Фигурки будут разноплановыми по позировке – будет видно что это ручная работа, роспись и лак. Каждая из фигурок будет вкладываться в коробку и дариться при личной встрече.

Таким образом мы получаем уникальный имиджевый сувенир, нефункционального свойства который партнёр держит на столе, либо в шкафу.

Учитывая его неповторимость и уникальность фигурку будут часто брать в руки и показывать своим знакомым.

Каждая фигурка будет иметь свой индивидуальный номер и каталог штучных произведений искусства. Серия будет ежегодно обновляться под новую продукцию с соответствующим легендированием при дарении

## Поздравительный комплект



23 ФЕВРАЛЯ



У каждого менеджера будет комплект для поздравлений оптовиков и своих клиентов. При этом с одной стороны следует воздержаться от явной политизированности поздравлений, не скатываясь до уровня общечеловеков, а с другой стороны учитывать политизированность общества и позитивные воспоминания, которые мы будем использовать как ретро стиль именно под теперь уже неофициальные даты – 7 ноября, 23 Февраля а так же шуточные поздравления к корпоративным праздникам, Дням Рождений предприятий и руководства. Ибо главное для человека это внимание !



## Комплект П.О.С. и папка для документации

В каком виде подаётся комплект документов ? Крайне нужен респектабельный вид при заключении договоров. Если всё это подаётся в мультифорках или пластиковых папочках это не серьёзно. Нужен единый стиль подачи предприятия и его продукции. Где всё от удобства составления заявки в любой форме и до получения продукции вызывает доверие уже при первом контакте. Крайне важно чтобы новый оптовик сразу для себя выяснил ценность нашего предложение и хотя бы минимальный уровень заботы о его комфорте и удобстве работы, где мультиформидион, а вот

www.hummus1.ru

**СУПЕР ФУДЫ**  
ПРОИЗВОДСТВО И ДОСТАВКА

АМЭЙЗИНГ ФУД  
AmFood  
Полезные  
продукты

- ХУМУС
- АЛЬГИНАТНАЯ ИКРА
- МОРСКАЯ КАПУСТА
- ПОЛЕЗНЫЕ ЗАКУСКИ
- ВИТАМИННЫЕ НАПИТКИ

ЭКЗОТИЧНО  
И ПРАКТИЧНО!

539-001  
539-002

656023, Россия, Алтайский край,  
г. Барнаул, ул. Малахова, д. 21/1

Three business men in professional attire are shown at the bottom of the advertisement. One is holding a laptop, another a tablet, and the third is looking at a document.

Данный формат папки должен соответствовать основным элементам фирменного стиля :

При этом стиль подачи в предварительной презентации, визитки, бланка коммерческого, оформления сайта нужен в узнаваемых графических символах.

Деловой партнёр должен за полторы минуты понять в чём дело и в чём ценность данных предложений и уже на 50 % согласиться с положительным решением о сотрудничестве.

Уже в данную папку можно вкладывать авторизованные коммерческие предложения и рекламную продукцию.

Внешний вид которой оговаривается отдельно.

## Ожидаемый отклик от мероприятий

### Формула расчёта эффективности мероприятий

Высчитывается по следующему алгоритму :

1. Берётся целевая потребительская аудитория которая увидит нашу рекламу.
2. Аудитория делится на два.
3. Полученное число делим на 0,01 % и получаем прогнозируемые продажи продукции. Естественно при условии что все рекламные материалы сделаны ПРАВИЛЬНО с учётом менталитета и этнокультурных особенностей региона продаж.

### Наиболее эффективные рекламные мероприятия:

1. Узнавание товара НАРУЖКА и ПРОМО С КУКЛАМИ  
При этом ПРОМО С КУКЛАМИ дополняется раздачей листовок под инфо повод ( 23 февраля, 8 марта, Майские праздники ).
2. СЕО и продвижение товара в поисковиках ( Андроид и ПК ) – потребитель видит наружку или АКТИВНОЕ ПРОМО, лезет в поисковик и набирает запрос ( Для примера после запуска автобусов по Барнаулу ( на них не было адреса сайта ) количество просмотров сайта составило порядка 500 в месяц .
3. Обеспечение товара на полке его актуальностью к инфо поводу и самое главное. Доведение информации о продукте среди первичного звена в Т.С. А именно до продавцов и сотрудников магазинов которые получают с каждой упаковкой не только инфо повод, который читают все сотрудники магазина, но и настольную игру, которая делает сотрудников Т.С. Не только активными респондентами - потребителю о товаре, но и фактически активными промоутерами нашей



## Точки контроля маркетинговых мероприятий

В качестве точки контроля будут считаться ежемесячные продажи продукции по регионам которые О.М. будет готовить ежемесячно после запуска разработанных мероприятий а именно:

1. SEO сайта и Дубль Гис с продвижением в поисковиках.
2. ТОВАР + ИНФО ПОВОД на полке
3. Поставки товара с вложением «ПОДАРКА»
4. АКТИВНОЕ ПРОМО с ростовыми куклами
5. Работа О.П. с новыми материалами.

Целями рекламных мероприятий является не только итоговое увеличение продаж, но и постоянное информирование Т.С. И оптовиков о появлении новых видов продукции в направлении предприятия. Привлечение новых оптовиков на примере работающей партнёрской программы и подаче товара как продукта с предельной ценностной характеристикой без скидок и устаревших схем маркетинга.