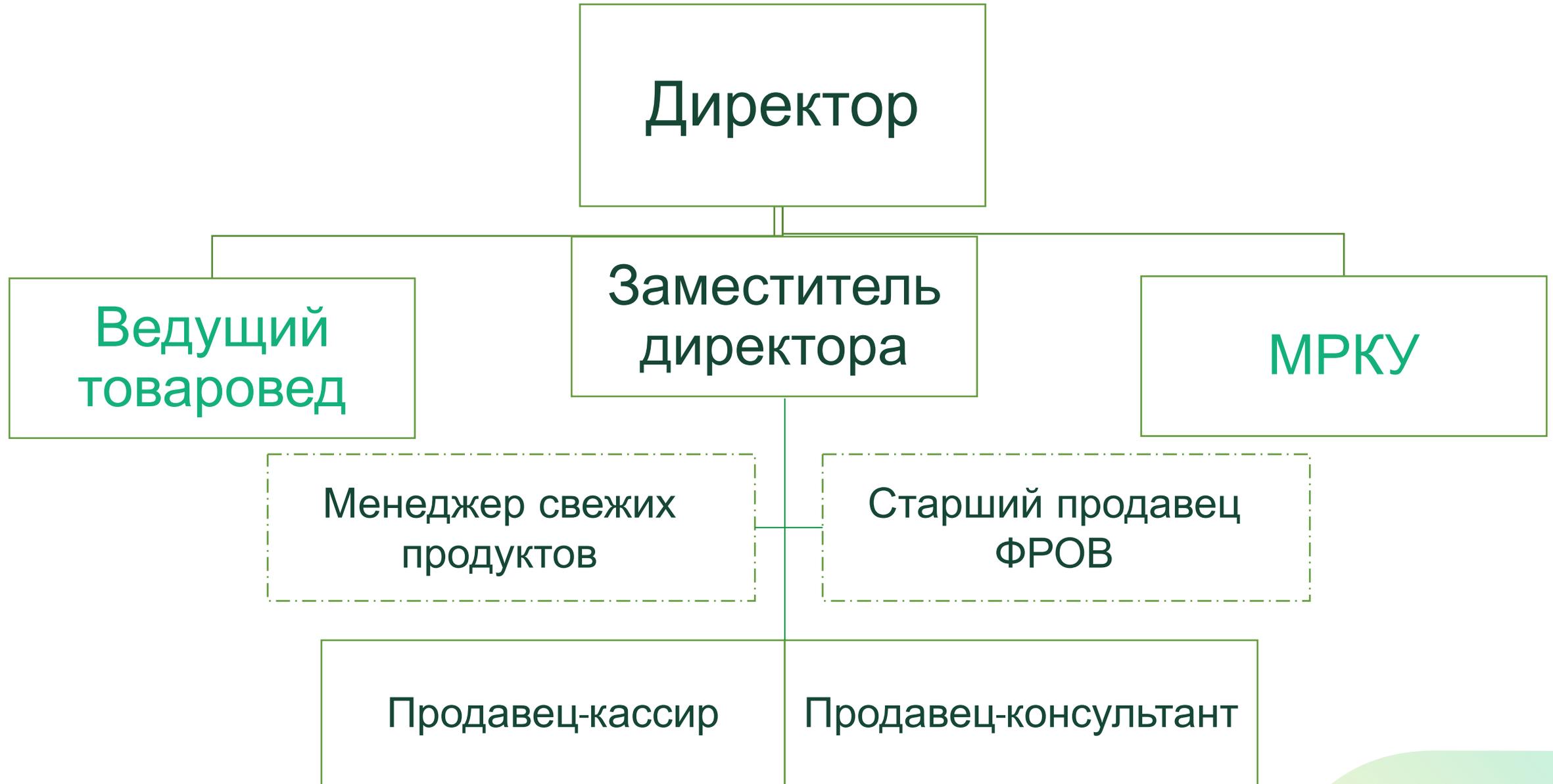


Технологии торгового зала

Заместитель директора магазина



Структура магазина



Групповая дискуссия



РОЛЬ ЗДМ

Работа с товаром



1 Кранение

Работа на складе

Что не так?



Что не так?



Что не так?



Что не так?



Что не так?



В чем причина?





Запрещается хранение товара

на полу



навалом



вне зоны хранения



вблизи водопроводных,
канализационных труб



с нарушением
температурного режима



с нарушением товарного
соседства



Принцип товарного соседства. Запрещено



Заморозка и охлажденные продукты



Сухие и влажные продукты



Сорбаты с сорбентами

Сырые с готовыми





Организация работы на складе

Товар на складе:

Размещается внутри своей категории

Хранится в собственной упаковке

Ставится маркировкой в проход



В целом на складе соблюдается

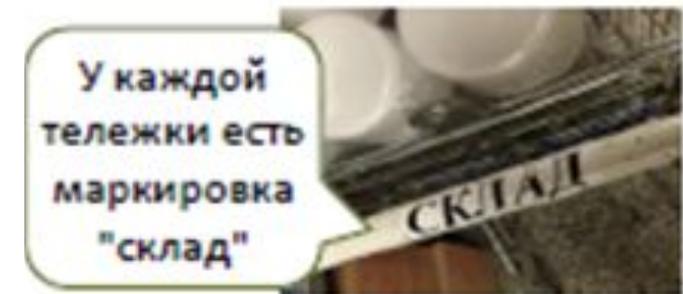
Принцип FiFo

Принцип гравитации

Отсутствуют покупательские тележки

Тележки для вывоза товара имеют маркировку «Склад»

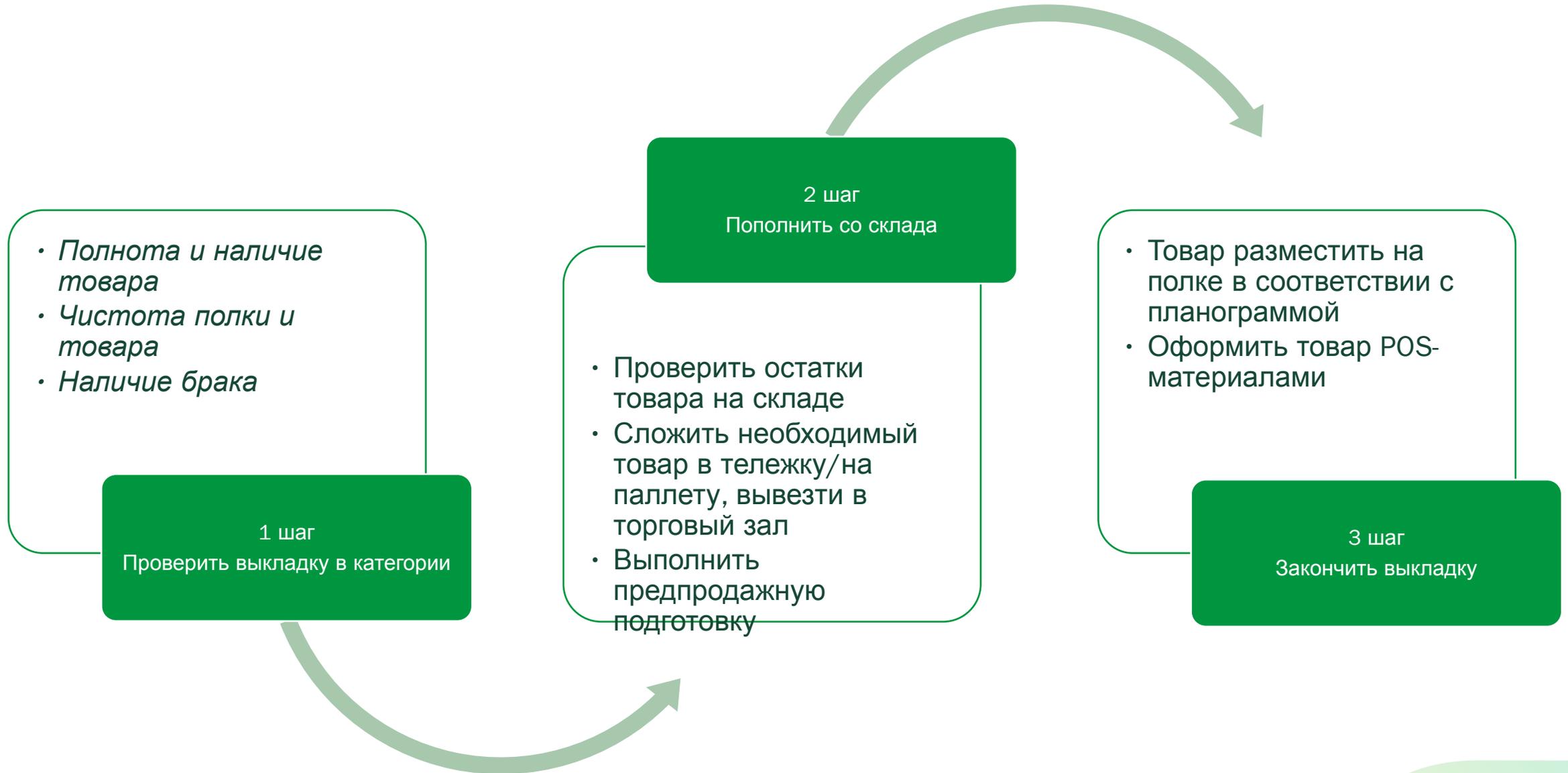
Организованы зоны списания, утилизации товара и упаковок



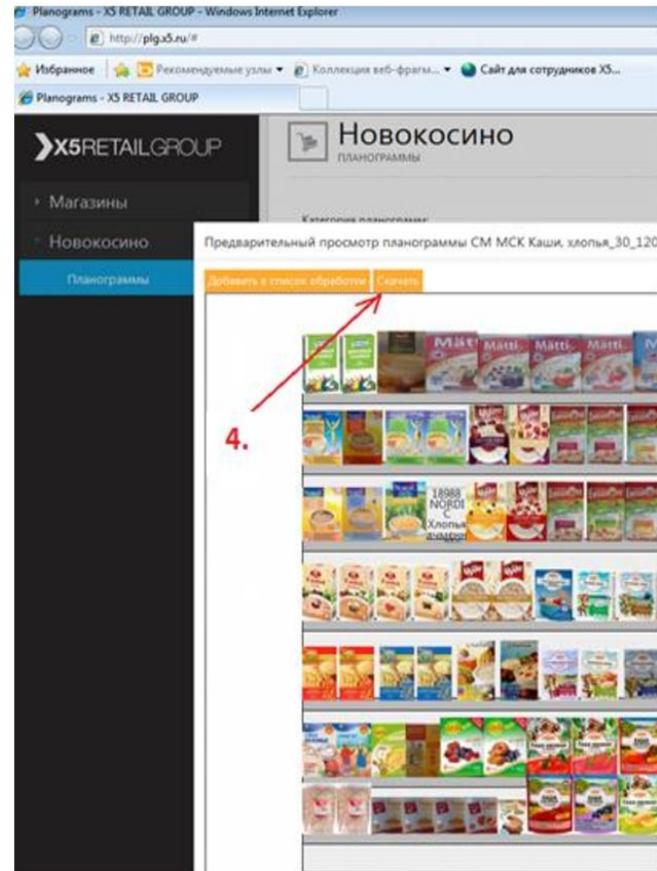
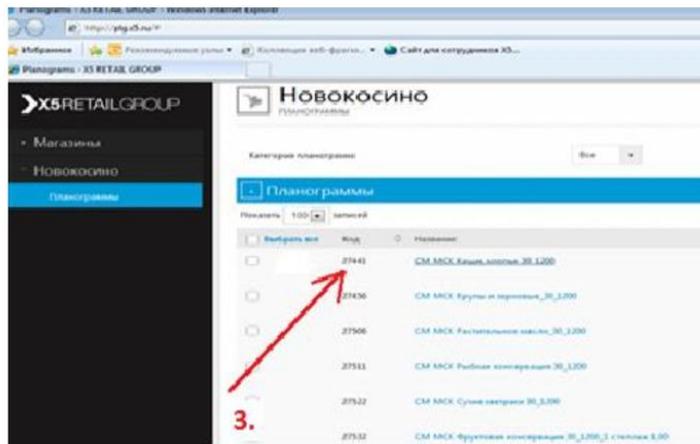
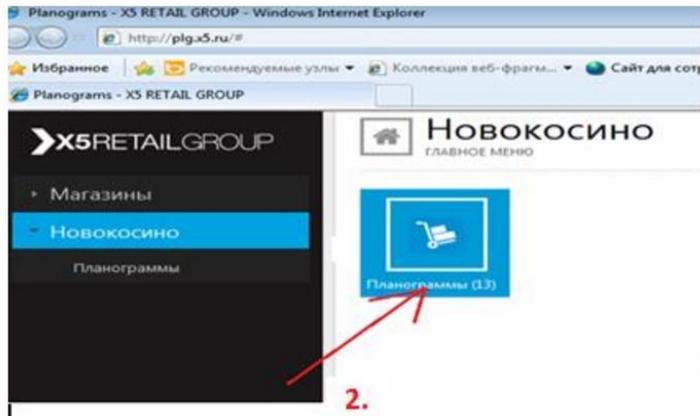
2 Выкладка товара

Работа в торговом зале

Выкладка



Планограмма

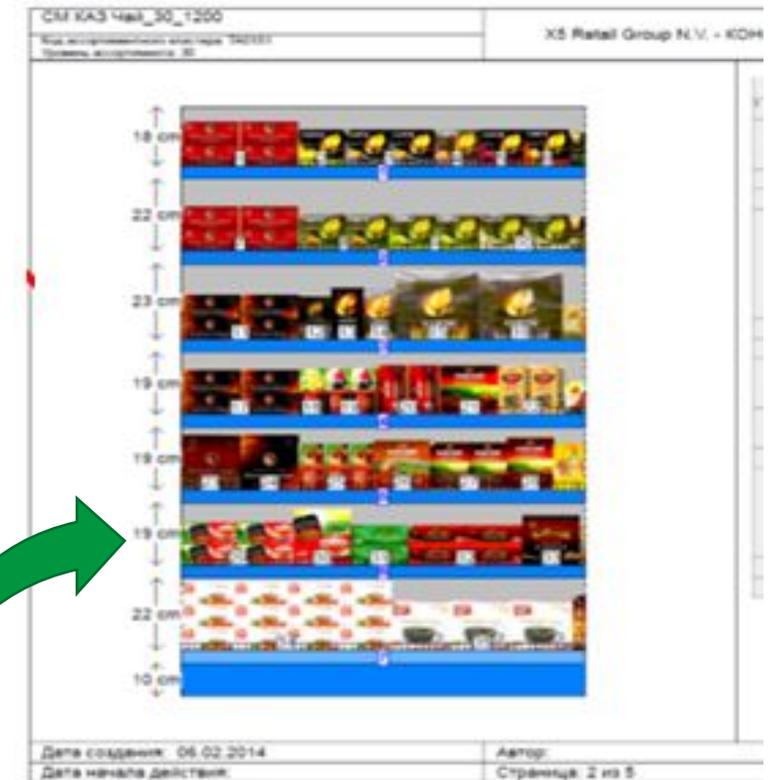


1. Заходим <http://plg.x5.ru/>
2. Выбираем свой магазин
3. Открываем планограмму
4. Распечатываем
5. Размещаем в карман под 2-й полкой

Работа с планограммами



Причина	Действие
В магазине на одну полку меньше, чем в планограмме	то товар с 4 и 5 полок объединяется на одной
В магазине на одну полку больше, чем в планограмме	то: <ul style="list-style-type: none">товар полки 3 и 4 дублируется;расширяется фейсинг за счет дублирования наиболее продаваемых позиций
В магазине на больше стеллажей, чем в планограмме	то расширяется фейсинг за счет выкладки наиболее продаваемых позиций с соблюдением брендов/блоков
В магазине меньше стеллажей, чем в планограмме	то фейсинг сокращается в два раза
Что делать, если товар выведен из АМ, нет в планограмме? Новый товар?	Разместить с аналогичным товаром в соответствующий ценовой сегмент



При построении планограммы, обращайте внимание на рекомендованное расстояние между полками



Товар в пути

При отсутствии товара на остатках:

- ✓ Ценник остается
- ✓ Цена закрывается вставкой «Товар в пути»
- ✓ «Дырка» не заставляется



Целевое состояние



Товара нет
Ценник остается,
Устанавливаем вставку «Товар в Пути»

Кросс-мерчандайзинг



Кросс-мерчандайзинг – совместная выкладка товаров различных групп/подгрупп/видов товара, имеющих схожую ситуацию потребления.

Направлен на увеличение среднего чека, за счет импульсной не запланированной покупки

Свой

- Торцевые сетки магазина 40см
- Прилавочная зона

Принципы размещения Кросс-Мерчандайзинга доступны на корпоративном сайте: <http://co.perekriostok.ru/> в разделе Подразделения Компании/Дирекция форматов Супермаркет/ Мерчандайзинг/ФОРМАТ СУПЕРМАРКЕТ/ Стандарты

ДТО - реестр

- Торцевые сетки магазина и поставщиков 40см
- Торцевые сетки магазина 20см
- Прилавочная зона

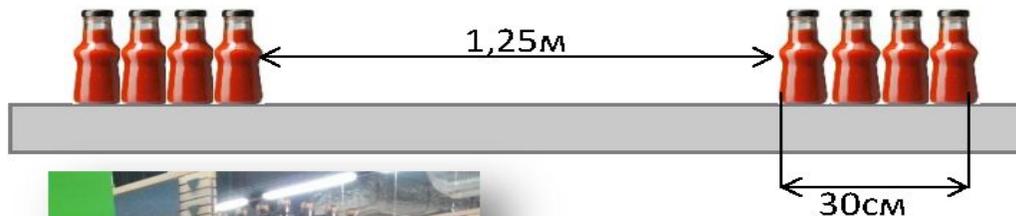
Реестр ДТО доступен на корпоративном сайте: <http://co.perekriostok.ru/> в разделе Подразделения Компании/Дирекция форматов Супермаркет/ Мерчандайзинг/ФОРМАТ СУПЕРМАРКЕТ/ Распоряжения/ДТО



Кросс- мерчандайзинг

Размещение товара на прилавке:

Товары для выкладки кросс мерчандайзинга размещаются на прилавке блоком не более 30см. Расстояние блоков друг от друга должно быть не менее 1,25м



Размещение товара на сухих стеллажах :

- на навесном оборудовании – собственных торцевых сетках.
- Запрещено перекрывать доступ к товарам основной выкладки
- Запрещается размещение торцевых сеток друг напротив друга в категориях с высокой пенетрацией
- Торцевая сетка размещается на стороне торца по ходу движения покупателей

Дополнительное торговое оборудование (ДТО)



ДТО – дополнительная выкладка товаров различных групп/подгрупп/видов товара

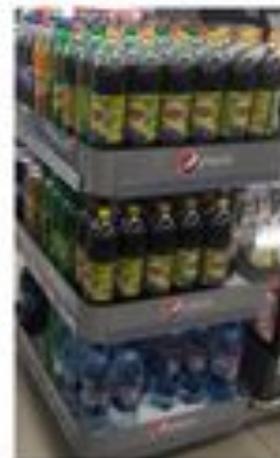
ДТО – паллеты, стойки, холодильники, торцевые энды, кросс сетки (не занятые регулярной выкладкой и выкладкой товаров промо)

Направлена на увеличение среднего чека, за счет импульсной не запланированной покупки, на увеличение продаж, за счет дополнительной выкладки в том числе и акционных товаров.

- Долгосрочное ДТО размещается в рамках долгосрочных контрактов на длительное время от 6 до 12 месяцев
- Краткосрочное ДТО размещается в рамках ежемесячного Реестра на период от 1 до 3-х месяцев, включая сезонные потребности
- Сезонное ДТО размещается в рамках календаря сезонов на период до 3 месяцев (тип оборудования – препак/стойка)

Все дополнительное торговое оборудование оформляется паспортом ДТО

Реестры ДТО доступны на корпоративном сайте:
<http://co.perekriostok.ru/> в разделе Подразделения Компании/Дирекция форматов Супермаркет/ Мерчандайзинг/ФОРМАТ СУПЕРМАРКЕТ/ Распоряжения/ДТО



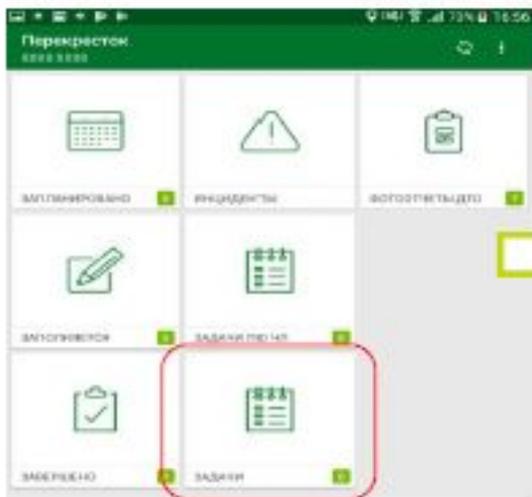
Соки, воды, пиво			
ЗАО "Пивоварня Москва - Эфее"			
Срок размещения		16.01. - 28.02.201	
Номер ДТО	1397 см-комм	Тип ДТО	брендированный паллет
ПАСПОРТ ДТО пример заполнения			

Фотоотчеты по ДТО

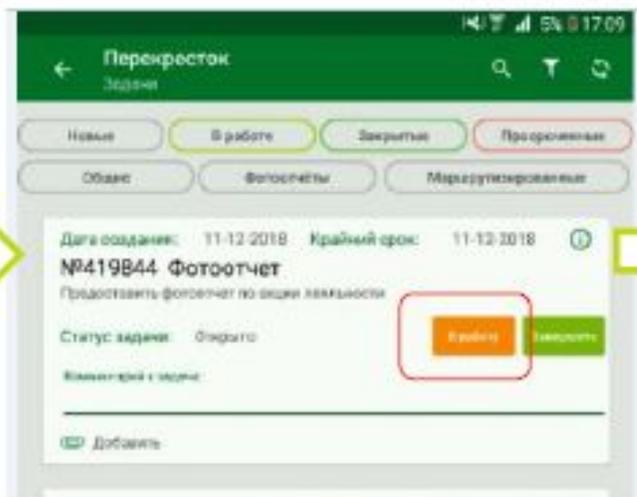


Задачи на предоставление фотоотчетов выкладки, акций формируются дважды в месяц: с 1 по 5 число и с 15 по 20 число каждого месяца

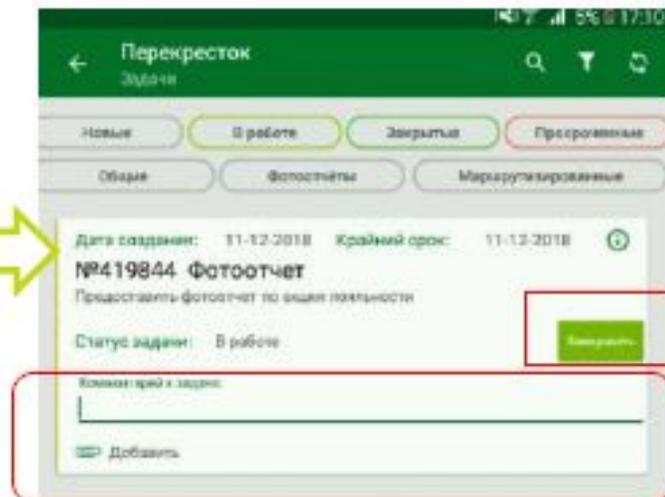
Просмотр списка задач доступен в разделе «Задачи»



Выбрать нужную задачу и нажать кнопку в «Работу»



Добавить фото и/или комментарии и нажать «Завершить»



Требования к фотографиям для магазинов:

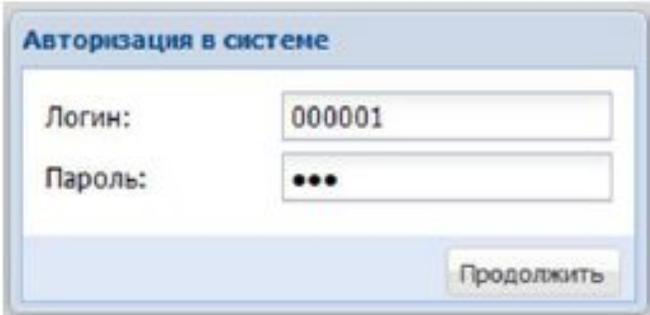
Фото должно быть сделано немного издалека, таким образом, чтобы все оборудования с товаром было на фото.

Качество фото должно быть четким, не смазанным

Не нужно делать фото самого товара и номера ДТО с близкого ракурса.

Работа с мерчендайзером



Мерчендайзер	ЗДМ
<p>Зарегистрироваться в "Журнале учета посещений мерчендайзеров"</p> <p>Согласовать начало работ с ЗДМ/ДМ</p> <p>Иметь при себе и носить в магазине бейдж с названием компании, ФИО</p> <p>Иметь действующую медкнижку</p> <p>Иметь опрятный внешний вид (запрещается: открытая обувь, шорты, майки)</p> <p>Соблюдать планыграммы и принципы выкладки</p> <p>Проверять сроки годности и ротировать товар согласно FIFO</p> <p>Проверять наличие ценников</p> <p>Предоставлять/заменять ценникодержатели на своём оборудовании</p> <p>Сообщать ДМ/ЗДМ о проблемах с товаром (отсутствии товара, некорректных остатках)</p> <p>Вежливо общаться и отвечать на вопросы покупателей</p> <p>Соблюдать правила работы в магазине</p> <p>Выполнять распоряжения администрации магазина</p>	<p>Контролировать соблюдение мерчендайзерами Правил работы и правил магазина</p> <p>Проверять выполнение работы и выдавать пропуск на выход только после проверки выполненной работы</p> <p>Удалять из магазина и не допускать к последующей работе мерчендайзеров, нарушающих правила магазина</p> <p>Сообщать руководителям мерчендайзеров об отсутствии или систематическом непосещении мерчендайзеров</p> <p>Не допускать в магазин мерчендайзеров, не указанных в списке</p> <p>Откройте браузер и в адресной строке введите адрес: http://wtb.x5.ru/ Введите имя пользователя и пароль (используется стандартная учетная запись для веб-табеля)</p> 

3 оформление

Работа в торговом зале



Замена ценников по ценообразованию

1. Распечатать ценники
2. Передать ценники продавцу, для размещения в торговом зале
3. В 09:00 кассы автоматически погружаются новыми ценами

The image shows a price tag for Budweiser Budvar beer. The tag is rectangular with a white background and black text. At the top, it reads 'Пиво BUDWEISER BUDVAR 0.5л' and 'светлое 5% ст/б'. Below this, there is a section for prices: 'ЦЕНА ПО КАРТЕ' (Price with card) and 'ЦЕНА БЕЗ КАРТЫ' (Price without card). The price with card is '104⁹⁰ руб.' and the price without card is '135⁰⁰ руб.'. At the bottom, there is a barcode, a date '31.10.2019', and a PLU number '1459'. The manufacturer is 'Произв BUDVAR' and the retailer is 'АО ТД "Перекресток" 2292 8594 03416107'. A small 'В' is in the top right corner.

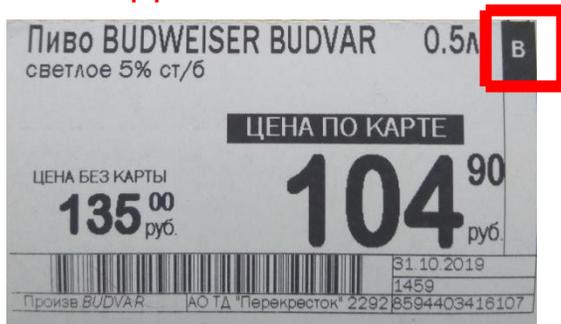
Callouts and their corresponding fields on the price tag:

- Наименование товара, описание, объем (Product name, description, volume) - points to the top text.
- Принадлежность к каталогу товаров (Catalog category) - points to the 'В' in the top right corner.
- Цена без карты Старая цена Механика N+1 (Price without card, Old price, Mechanism N+1) - points to the '135⁰⁰ руб.' price.
- Цена по карте Новая цена Механика N+1 (Price with card, New price, Mechanism N+1) - points to the '104⁹⁰ руб.' price.
- Штрих-код товара (Barcode) - points to the barcode.
- Дата печати ценников (Date of price tag printing) - points to the date '31.10.2019'.
- Производитель (Manufacturer) - points to 'Произв BUDVAR'.
- Наименование торговой сети, № SAP CM (Retailer name, SAP ID, CM) - points to 'АО ТД "Перекресток" 2292 8594 03416107'.
- PLU товара (PLU) - points to the PLU number '1459'.

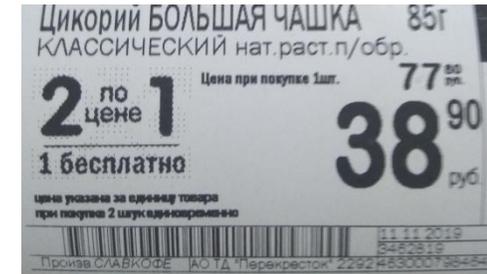
Виды ценников



Ценник на товар из каталога **Первой**
Выгодно цены



Ценник на товар
с механиками 4=3, 3=2, 2=1



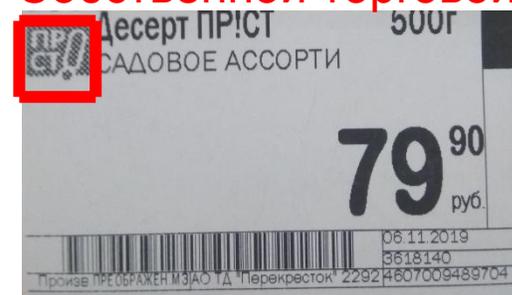
Ценник на товар обязательного или дополнительного ассортимента



Ценник на товар
еженедельного



Ценник на товар
Собственной торговой марки



Ценник на товар с распродажей



Верификация ценников



Цель проведения:

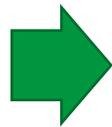
- уменьшение конфликтных ситуаций с покупателем

Задачи проведения:

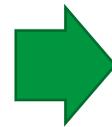
- проверка наличия ценников
- проверка соответствия ценника товару
- проверка соответствия цены в ценнике и цены на кассе



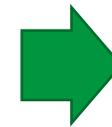
Разделить торговый зал на зоны, закрепить за зонами ответственных сотрудников



Составить график верификации (каждая зона 2 раза в месяц)



Провести верификацию в любой удобный сотруднику день, но не позднее указанной в графике даты



После завершения верификации закрыть документ проверки ценников.

Работа с ПРОМО



1 шаг

Подготовиться к Промо

за 1 день до

- Ознакомиться со списком Промо товаров и Дайджестом Промо
- Осуществлять работу с промо товаром по аналогии с другим товаром

2 шаг

Осуществить выкладку Промо товаров

- Оформить торговый зал и места Промо выкладки согласно Правилам оформления Промо
- Разместить товар согласно Дайджесту Промо
- Разместить ценник для каждого PLU
- Оформить ценник стоппером

3 шаг

Контролировать размещение Промо

- Полнота выкладки
- Корректность оформления
- Наличие листовок промо
- Корректность ценников

4 шаг

Окончание промо

- Убрать товар с промо выкладки и разместить:
- На регулярное место продажи
- На склад
- Снять оформление ценников промо, кроме позиций, на которые промо было продлено в целях снижения остатка

Виды стопперов



Вид активности	Шаблон ценника	Пример оформления		Приоритет
		полка	прилавок	
Регулярное Промо (каталог СУПЕРЦЕНА) и продление после промо СУПЕРЦЕНА Товары по механикам N+1 из промо	3x7s полочный с двумя ценами (со старой перечеркнутой ценой)			№1
Товары по механикам N+1 из промо	1x7 акция 2=1 полочный 1*1 A4 механика 2=1			№1
Каталог Выгодно	полочный с ценой по карте			№2
Тематическое Промо (в том числе каталог Гурме) и РАСПРОДАЖА + продление после промо ВЫГОДНО и Гурме	с двумя ценами (со старой перечеркнутой ценой)			№3
Товары первой цены (ТПЦ)	3x7s полочный (с одной ценой)			№4
ПОСТНЫЙ товар	1) 3x7s полочный (с одной ценой) 2) 2x7s полочный (с одной ценой)			№5

Виды стопперов

Вид активности	Шаблон ценника	Пример оформления		Приоритет
		полка/прилавок		
Стоппер Локальный производитель	2x7s полочный (с одной ценой)			№6
Товары с дополнительным начислением БАЛЛОВ (для совместных акций с поставщиками)	3x7s полочный (с одной ценой)			№7
Товары НОВИНКА	3x7s полочный (с одной ценой)			№8
Товар в пути	все полочные варианты форматов ценников			№9
Вставка в выкладку охлажденного мяса и птицы	3x7s полочный (с одной ценой)			№10
Вставка в выкладку молочной гастрономии	3x7s полочный (с одной ценой)			№11

Ценники НАБОРНЫЕ для рыбного острова

наборный комплект цифр (рубли и копейки), поставляется в комплекте с каждым ценником
Желтые для оформления промо
Белые для оформления розничной цены



№12



Работа с остатками

Отработка инцидентов:

ТОП-30, нет продаж, нет остатков, падение продаж

Действие:

- Проверить наличие и выкладку товара
- Адаптировать виртуальные остатки
- Сделать (по возможности) заказ товара
- Отправить запрос на изменение минимального запаса

4 уценка

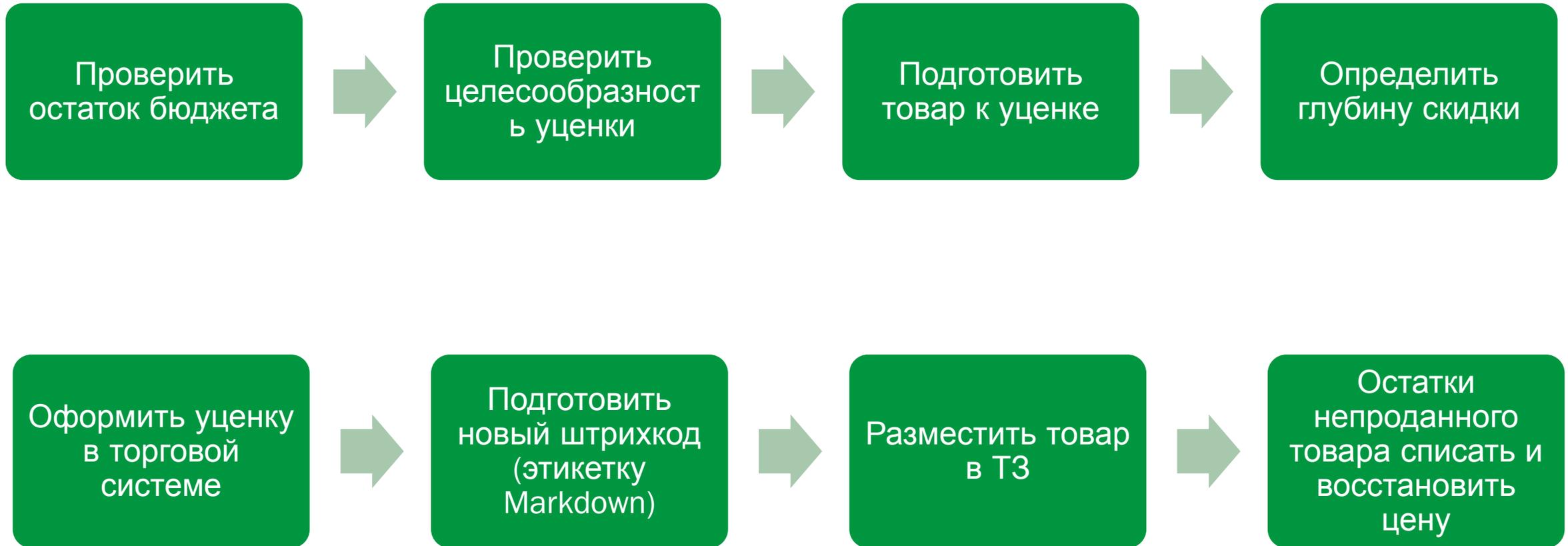
Работа в торговом зале

Централизованная уценка товара



ФК	Дивизион	ПН	Вт	СР	ЧТ	ПТ
охл рыба	ЦФ	15:00	15:00	15:00	15:00	14:00
охл рыба	НН .Урал, ЮГ, СЗФ, Казань, Воронеж, Нижний Новгород	15:00			15:00	
молоко с 5-6-7	ЦФ	15:00			15:00	
молоко с 5-6-7	НН .Урал, ЮГ, СЗФ, Казань, Воронеж, Нижний Новгород		15:00			
мясо_птица	ЦФ		15:00		15:00	
мясо_птица	НН .Урал, ЮГ, СЗФ, Казань, Воронеж, Нижний Новгород	15:00			15:00	
Алкоголь, Бакалея Food, Готовая кулинария, Детское питание Fresh, Кондитерские Изделия, Корма длдя животных, Напитки	Все кроме СЗФ	24:00				
Овощи Фрукты	ЮГ		15:00		15:00	14:00

Уценка товара внутри магазина



4 Списание

Работа в торговом зале

Списание товара



Определить правомерность отнесения товара на списание

- Определить возможность применения маркдаун в соотв. с критериями
- Определить возможность возврата товара поставщику в базе данных
- Проверить соответствие веса и наименования товара и определить правомерность списания

Определить статью списания

- Проверить сортировку товара и провести списание ТМЦ по основным причинам:
- Бой/порча (код в NQ 4967)
- Истечение срока годности (код NQ 4966)
- Предпродажная подготовка (код NQ 4965)
- Списание по компенсации КД (код NQ 4046)

Оформить списания в программе

- Создать буфер документа TR в программе NQ для каждого кода списания и отдельно для ФРОВ
- Занести данные по объему списаний для каждого PLU
- Закрывать буфер и подписать ЭЦП

Передать товары на утилизацию

- Сотрудник СБ, раз в неделю должен проверить:
- Все зоны списания, на предмет своевременного проведения списания
- Складские помещения, на предмет не списанного товара
- Складские помещения, на предмет наличия списанного, но не утилизированного товара

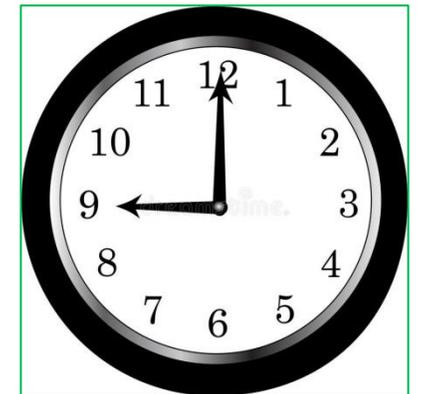
6 Технологии

Технология Первого и второго открытия



Первое открытие магазина (8:00-9:00)

- правильное и своевременное оформление ценников (до 9:00)
- подготовка рабочего места (исправность оборудования, наличие упаковочных материалов)
- перемещение товаров в торговый зал в зону выкладки
- предпродажная подготовка товара (проверка наименования, количества, цены, состояния упаковки, правильности маркировки; распаковка, сборка товара)
- выкладка товара в соответствии с утвержденными правилами (принципы выкладки, выкладка по планограммам)
- обеспечение чистоты
- проверка качества товара





Технология Первого и второго открытия

Второе открытие магазина (15:00-16:30)

(Работа в течение дня, в конце смены)

- оформление витрин, стеллажей и другого оборудования, контроль их состояния;
- своевременное пополнение рабочего запаса товаров на оборудовании в торговом зале
- своевременное извещение администрации см об отсутствии отдельного вида товара и упаковочных материалов
- контроль сохранности ТМЦ супермаркета
- соблюдение запрета на использование покупательских тележек при вывозе товаров в торговый зал
- Приветствие покупателей
- Консультирование покупателей о назначении товаров
- Оказание помощи в выборе товаров
- Прощание с покупателем
- Проведение операций по уборке рабочего места в конце смены

Тематические дни



	Вторник День промо 	Среда День порядка 	Четверг День качества и работа с товарным запасом 	Пятница-суббота День покупателя 
Цель	<ul style="list-style-type: none"> Проверить готовность к проведению еженедельного промо 	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечить чистоту и порядок на всей территории магазина 	<ul style="list-style-type: none"> Проконтролировать качество продуктов и предотвратить потери 	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечить высокий уровень сервиса в дни пиковых продаж.
Основные задачи	<ul style="list-style-type: none"> Отработка инцидентов ПРОМО первого дня на ТСД Контроль размещения информационных POS материалов по промо Отработка инцидентов ТОП30 Контроль наличия обязательного ассортимента (ОА) СП 	<ul style="list-style-type: none"> Отработка инцидентов Top30, Промо на ТСД Контроль выкладки корзин ТПЦ, СТМ, КVI Контроль планограмм и принципов выкладки Помывка входной группы Наведение порядка на складе, в цехах. Помывка технологического и холодильного оборудования, витрин, стеллажей и труднодоступных мест 	<ul style="list-style-type: none"> Проверка товаров в ТЗ и на складе на предмет брака и порчи, сроков годности. Проверка СП на соблюдение санитарных норм. Контроль отрицательных и виртуальных остатков, aged stock, отработка инцидентов Top30, Промо на ТСД Анализ расхождений в РХ Работа со страховым запасом 	<ul style="list-style-type: none"> Контроль приемки, выкладки и оформления второй поставки промо Контроль выкладки корзин ТПЦ, СТМ, КVI Контроль наличия в отделах/за прилавками продавцов и соблюдения стандартов обслуживания покупателей. Организация дегустаций Отработка инцидентов Top30, Промо на ТСД
Чек-лист для проверки	 Готовность к запуску регулярного промо	  Соблюдение порядка на складе, в цехах и ТЗ Соблюдение правил выкладки	  Обеспечение работы системы заказа Качество товаров и управление списаниями	 Соблюдение стандартов обслуживания покупателей

Вопросы по торговому залу



- Какие товары запрещено хранить вместе?
- Как необходимо организовать работу на складе?
- Каков процесс выкладки товара?
- Каковы действия сотрудника при отсутствии товара на полке?
- Какие товары по ценовому сегменту используем в Кросс-мерчендайзинге?
- Что такое ДТО? Как с ним работаем?
- Что важно соблюдать при работе с Мерчендайзерами?
- Для чего используется Верификация ценников?
- Каким образом работаем с Промо-акциями?
- Товар участвует в каталоге Выгодно, каким стоппером оформим?
- Какие действия Вы предпримите при работе с остатками?
- Каким образом проходит уценка внутри магазина?
- Каков процесс списания в магазине?
- В чем заключается технология Первого и Второго открытия?
- Во сколько проходит Первое и Второе открытие?
- Как распределены Тематические дни по дням недели?





Домашнее задание

Отработать доступность ТОП – 30, без продаж, снижение продаж

Осуществить выкладку согласно планограмме

Осуществить внутреннюю уценку магазина

Проверить Промо, наличие, оформление

Подготовить товар к списанию

Провести проверку по чек листу Первого и Второго открытия

Проработать Тематический день, в день присутствия в магазине