

II-ой Специализированный BTL Форум «Технологии организации BTL проектов в России»

«Взаимодействие с розницей»

1-ая сессия

«Мерчандайзинг и коммуникации в местах продаж»

3 февраля 2006г., г. Москва

Каминская Елена

Взаимодействие с розницей

Каминская Елена

Необходимость работы с розницей

1. Представленность товара в розничных точках влияет на объёмы продаж
2. Рост поставщиков – розница может выбирать, с кем ей работать
3. Возможность получения обратной информации от покупателей
4. Покупатели всё меньше доверяют рекламе, и всё больше – совету консультантов



Взаимодействие с розницей

- Мерчендайзинг
- Мотивация закупщиков
- Выкуп полочного пространства
- Оплата входа в торговую точку
- Обучение консультантов
- Предоставление информации
- Конкурсы между торговыми точками
- Подарки и сувениры
- Предоставление фирменного торгового оборудования
- Совместные акции с розницей
- Участие в фирменных листовках, каталогах, «жёлтых ценниках»

1. Мерчендайзинг

- стандарт мерчендайзинга
- планограмма
- бонус товароведу за правильную выкладку (сразу, при подписании соглашения)
- конкурс на лучший магазин

2. Мотивация розницы

Бонус (подарок)

- за введение товара в ассортимент торговой точки
- за предоставление лучшего места на полке
- за расширение выкладки
- за фиксацию цены
- за размещение POS-материалов



Возможные подарки

- Свободный продукт
- Сувениры
- Туристическая путёвка
- Подарочные сертификаты
- Отдых, развлечение.



3. Обучение продавцов, консультантов

- Общая информация о товаре
- Отличительные черты, преимущества
- Состав, условия и сроки хранения
- Рекламная поддержка
- Мероприятия по стимулированию мотивационные программы
- Основные конкуренты, преимущества перед конкурентами



4. Предоставление информации

- Информация о товаре - презенторы (листовки, буклеты, проспекты)
- Рекламная поддержка
- Программы по стимулированию розницы и конечного потребителя
- Любые изменения (дизайна, ассортимента, слогана и т.д.)



4. Конкурсы между торговыми точками

- Самый большой оборот
- Лучшая торговая полка (расположение полки, количество фэйсов, оформление)
- Максимальный прирост продаж



5. Подарки и сувениры

- За выполнение просьбы торгового представителя
- к празднику
- за ввод новой позиции
- за заказ товара
- просто так :-)

6. Предоставление фирменного торгового оборудования

- Холодильники
- дисплеи
- СТОЙКИ



7. Совместные акции с розницей

8. Участие в каталогах, «жёлтых ценниках», товарах месяца, выставление паллет и пр.



**Напитки
Алкоголь**



Водка «Славянская»
в ассорт., 0,5 л

79 90

The image shows a promotional card for vodka. At the top, it says 'Напитки Алкоголь'. Below that, there are four bottles of vodka of different brands and colors. Underneath the bottles, it says 'Водка «Славянская» в ассорт., 0,5 л'. At the bottom, the price '79 90' is displayed in large red numbers.

Рамстор
ТОПКА ТОВАРОВ

с 21 июня по 2 августа

Легкие цены
для активного
отдыха



Сампла 6⁹⁰
Fazer 29⁹⁰
Y 32⁹⁰

The image is an advertisement for 'Рамстор' (Ramstor). It features a woman in athletic wear running through a park. The text 'Легкие цены для активного отдыха' is prominent. Below the woman, there are images of various products: a container of 'Сампла', a box of 'Fazer', and a box of 'Y'. Prices are indicated next to each product: 6⁹⁰, 29⁹⁰, and 32⁹⁰.

Успехов в работе!

С уважением,

Каминская Елена

Менеджер по трейд-маркетингу

группы компаний «Агрос Эко» / «Вин Арт»

kaminskaya@agroseko.ru

Спасибо за внимание!

Будем рады ответить на Ваши вопросы

по телефонам (495) 250-6660, 740-82-56

электронной почте office@btlstudy.ru

или на форумах www.btlstudy.ru, www.btlforum.ru