



**Все, что нужно знать о сетях.
Экспресс курс поставщика.**



+7 (495) 726-0251



info@oficerov.com



www.oficerov.com

Требования сетей в 2018

- Выполнение плана по продажам вашего ассортимента и уровня рентабельности.
- Плавное аргументированное изменение цены, без скачков.
- Увеличение технологичности поставщиков: уровень сервиса, качество и объем мерчендайзинга, комплекс мер по продвижению товара.
- Повышение требований к ликвидности ассортимента: выручка в шт.\рублях на SKU, норма прибыли на SKU, прибыль по поставщику и т.д.
- Эксклюзивные условия по товару и акциям продвижения.
- Требования к квалификации представителя поставщика – уровень понимания процессов управления ассортиментом, процессов сети, переговорный опыт и полномочия для принятия решений.

7 основных шагов для входа в сеть



7 шагов для входа в сеть

1. Сбор Информации
2. Подготовка предложения
3. Отправка коммерческого предложения
4. Переговоры. Обсуждение условий
5. Заключение договора, утверждение ассортимента
6. Поставка продукции
7. Обеспечение продаж



Изучайте своего клиента!

- Цели компании.
- Структура компании.
- Потребности компании.
- Потребности подразделений.
- Критерии выбора партнера и схему принятия решения.
- Потребности ключевых контрагентов в компании клиента.
- Потребности клиентов вашего клиента.
- Возможности ваших конкурентов.

Где брать информацию?

- www.ofitcerov.com –
досье сетей.
- Специализированные
сайты - www.retailer.ru
- Магазины.
- Конкуренты, коллеги.



Какой ассортимент нужен сетям сегодня?

«Уникальный»? «Эксклюзивный»?

«Оборотистый»?

Какой ассортимент нужен сетям сегодня?



В сфере закупок магазины разной специализации принимают разные маркетинговые решения, предусматривающие ориентацию:

- на отечественных местных производителей;
- импортеров;
- товары с низкими ценами;
- закупку малых партий;
- ассортиментную закупку;
- закупку известных торговых марок.

При формировании торгового ассортимента розничного торгового предприятия могут быть использованы различные принципы:

- функциональный: офисная мебель, продовольственные товары, молочные товары;
- потребительский: детские, военные товары;
- сбытовой: товары, продающиеся в универмаге, универсаме, на мелкооптовом рынке;
- ценовой: дешевые, дорогие товары, товары по умеренным ценам, класса люкс и др.

Ассортимент розничного торгового предприятия условно можно разделить на три группы:

1. Базовый ассортимент - это основные товары, на которые приходится не менее 50% продаж предприятия.
2. "Привлекающие" ("зазывные") товары -это товары повседневного спроса, являющиеся для покупателей показателем уровня цен в магазине, которые продавцы обычно стараются поддерживать на уровне конкурентов, а некоторые устанавливают их ниже рыночных.
3. Дополняющие (ассортиментные) товары. Доля этих товаров в товарообороте обычно не превышает 15%. Магазин, предлагающий более широкий ассортимент, вызывает большее доверие покупателей. Покупатель может приобретать одну и ту же марку товара, но наличие на полке и других марок стимулирует его покупку.



Критерии выбора ассортимента

- Объем продаж в рублях по SKU
- Объем продаж в шт. по SKU
- Доля в рублях SKU от общего объема продаж в ассортименте
- Доля в штуках (кг.) SKU от общего объема продаж компании
- Маржа на SKU
- Совокупная прибыль по SKU
- Возможная наценка по этому SKU
- Размеры бонусных выплат по позиции
- Размеры маркетинговых выплат по позиции.
- Динамика LFL по этому SKU
- Доля рынка в шт. и рублях
- Потенциальный объем рынка и роста продаж в перспективе по этому SKU
- Результаты мониторинга цен по конкурентам
- Роль в категории, ее исполнение
- Объем маркетинговой поддержки на это SKU
- Возможные потери на возвраты, брак и списание по этому SKU
- Расходы на продажи этого SKU в абсолютном значении и в % к остальным
- Частота покупок SKU клиентом
- Пенетрация SKU в продажи компании
- Уровень сервиса поставщика
- Потенциальный объем маркетинговой поддержки SKU производителем: внешняя реклама, мерчендайзинг, BTL и т.д.
- Известность торговой марки

Конкурентные преимущества



Ценообразование при работе с сетями



Н. Агеева

Правильное предложение

ФАЙЛ СЕРВИС ВИД

Предложение Увелка 2 (1) (1) - Word

🔍 — 📄 ✕

Торговой сети «-----»
Менеджеру категории Бакалея

Компания «Увелка» - лидер российского рынка круп в пакетиках, предлагает Вам выгодные коммерческие условия по поставкам круп и хлопьев.

Описание коммерческих условий:

1. Дистрибьютор – Царь Грал.
2. Коэффициент поставки не ниже 97% что обеспечит Вам наличие товара 100% времени в 100%г.г
3. Работа мерчендайзеров нашей компании, обслуживающих все Ваши магазины, это позволит Вам сократить затраты на персонал на 150 000в год.
4. По данным получены компанией ROMIR на основе панели домохозяйств SCIF в городах Российской Федерации с численностью населения 500 тысяч человек и более, оборачиваемость нашей продукции в среднем 12 000руб.с.кв метра в год, для Вас это означает стабильный и выгодный доход.
5. Возможность обмена товара с просроченным сроком годности, это позволит Вам сократить издержки на просроченном товаре.
6. Систематически наша компания проводит маркетинговые мероприятия для конечных покупателей Вашей сети, а также масштабная реклама на ТВ, это позволит Вам повысить покупательский поток и увеличить объем продаж не менее чем на 500 000рублей в период акции.
7. Ежемесячный безусловный ретро-бонус 10%
8. Маркетинговый бюджет ввод 1sku 1 500 за 1 магазин.
9. Отсрочка платежа 45 кнд.
10. Маркетинговый бюджет – 50 000р.+ЖЦ скидка 10%

Маркетинговый бюджет на продвижение продукции (план 2014г)

Ассортимент	Вид продвижения	Сроки проведения
Варочные пакетики 2 SKU(Буклет)	Акции по согласованию	Первый месяц продаж
Хлопья ЖЦ	Акции по согласованию	Апрель
Варочные пакетики (Буклет)	Акции по согласованию	Сентябрь
Хлопья ЖЦ	Акции по согласованию	Октябрь

Акции спланированы с учетом сезонного увеличения спроса.
Даты проведения акций ориентировочные и будут согласованы дополнительно с учетом графика проведенний акций в вашей сети.

Предлагаемый ассортимент продукции ТМ «Увелка»:

Наименование продукта	Фото	Кол-во в упаковке	Цена с НДС, руб.	Цена без НДС, руб.	Цена на полке, руб.25%	Объем продаж в месяц, шт.	Валовая выручка в месяц, руб.	Место во внутреннем рейтинге
Гречневая ядрица «Экстра» 5*100		12	46,2	42	57,75	1500	86 625	1 (из100)
Ячневая крупа 4*100		21	31,2	28,36	39	300	11 700	9 (из100)
Рис длиннозерный шлифованный 5*100		21	44,4	40,36	55,5	504	27 972	3 (из100)

С уважением, Филиппов Дмитрий
менеджер по работе с ключевыми клиентами
г. Москва и МО компании «Увелка»
моб. тел: +7 916 908 92 31

ЭКРАНЫ 1-2 ИЗ 3

140%

RU 22:52 01.02.2015

Структура правильного коммерческого предложения

- Продукт и его преимущества
- Перспективы совместного сотрудничества
- Таблица расчетов



Как создать правильное коммерческое предложение

- Изучите рынок
- Выберите нужные вам сети
- Изучите проблемы выбранных сетей
- Создайте предложение ценности
- Донесите его до менеджера по закупкам



Типичные ошибки при работе с сетями



- Стратегические
- Технологические
- Финансовые
- Маркетинговые

Типичные ошибки на этапе входа в сети. www.officerov.com

1. Эгоизм и игнорирование интересов сети, ее внутренних процессов, целей и потребностей.
2. Пытаясь хоть как-то попасть в сеть предлагать абсолютно новый товар («новинку»), продажа которого под большим вопросом.
3. Рассказать "какие мы хорошие" не показав сети, зачем это ей.
4. Неправильно оформленное коммерческие предложение.
5. Отправить КП и ждать ответа.
6. Владение информацией о возможностях сетей не в полном объеме (объем продаж, условия входа, платежная дисциплина, организация бизнес-процессов).
7. Плохое знание потребностей сети, не понимание законов категорийного менеджмента, роли ассортимента в матрице и т.д.
8. Неправильно рассчитана цена предложения в сеть.
9. Неправильно выбран товар для предложения.
10. Не определены выгоды сети при работе с товаром поставщика.

Мифы и реальность мерчендайзинга

- Мерчендайзинг очень дорог
- Товар на «золотой» полке + 30 %
- Дополнительный фэйсинг + 25 %
- Корпоративный блок + 10 %
- Кросс мерчендайзинг + 5 %
- Потери от OOS
- Вывод: правильная выкладка может дать рост продаж до 50 %

Вопросы





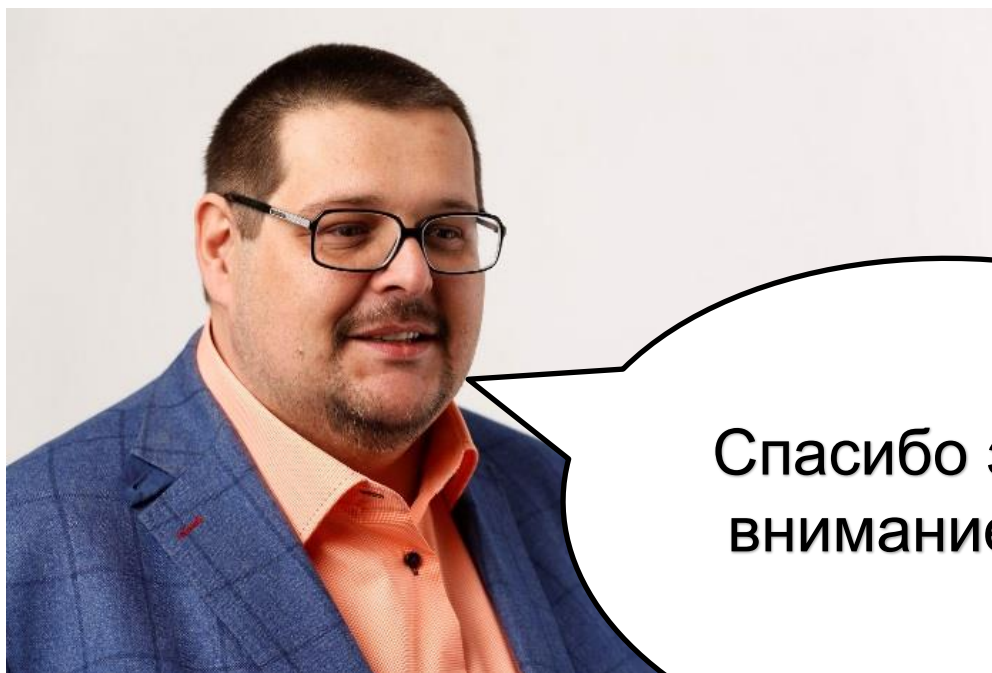
+7 (495) 726-0251



dk@oficerov.com



www.oficerov.com



Спасибо за
внимание.