

НЕОБХОДИМО ЗАРЕКОМЕНДОВАТЬ СЕБЯ КАК НАДЕЖНОГО ПАРТНЕРА, СПОСОБСТВУЮЩЕГО УСПЕХУ ТОРГОВОЙ СЕТИ?



КЛИЕНТ:

Дистрибьютор



География

РОССИЯ

ЦЕЛИ ПРОЕКТА:

Стратегически позиционировать продукт в торговой сети для формирования положительного имиджа и подтверждения его значимости для бизнес-партнеров.



ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОЕКТА:

01. Ежемесячная ротация с низким стоком/с запретом работы/закрытых ТТ
02. Сезонные подключения ТТ
03. Ротация 75% покрытия через 6 месяцев
04. Контроль наличия ассортимента (5 категорий товаров)
05. Сверка согласованных матриц (оперативная корректировка матриц)

РЕАЛИЗОВАННЫЕ МЕХАНИКИ:

01. _____
Проведен всесторонний анализ полочного пространства в 1200 магазинах сети;
02. _____
Продукция была организована по 5 ключевым категориям: основная полка, торцы, ДМП, кассовая зона, акционные места;

РЕАЛИЗОВАННЫЕ МЕХАНИКИ:

03.

Внедрена программа «Инициатива Месяца»: 120 продавцов в неделю получали консультации по одному из продуктов в каждой категории, что соответствует 90 ТТ в неделю;

04.

Внедрение системы SFA для сбора и анализа данных:

- Обработка данных и верификация ≈ 100 SKU;
- Сверка виртуальных остатков;
- Аналитика на ежедневной основе по выборке по 4 форматам сети;
- Предоставление фото полочных установок и ДМП: среднее в месяц + 5 POSM для ТТ как ДМП.



АНАЛИТИКА ПОКАЗАЛА:

Усиление собственного персонала и SFA систем

01.

Универсальный подход к формированию команд, которые одновременно исполняли функции аудиторов и мерчандайзеров в зависимости от задач на точке.

За неделю забрифовали на расширенный функционал 114 человек

02.

Система пропусков и индивидуальное построение задач, что позволяло командам строить грамотно коммуникацию с ЛПР и корректно выстраивать маршрут.

Приготовлены около 12 вариантов электронных и физических пропусков

03.

Выстроена непрерывная коммуникация с клиентом для оперативного решения всех текущих вопросов:

Реализованы 20 ежедневных и 8 промежуточных отчетов

Аудит точек перешел в устойчивый проект

Регулярный пересмотр покрытия ТТ;

Охват множественных категорий (5 и более категорий);

Реализация фактических данных по выкладке и мониторингу выполненных договоренностей с ТТ и сетью в контексте KPI;

Полная адаптация под динамику и запросы как со стороны клиента, так и со стороны торговой сети.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА:

01

Эффективное ведение переговоров с сетями о ДМП открыли новые возможности для выкладки всей продукции

Выкладка товара со склада при 1х визитах

- стики/игрушки/носки: 90%/60%/30% ТТ

На оборудовании сети (сетке с крючками)

- игрушки/носки: 78%/94% ТТ

02

Прирост представленности продукции

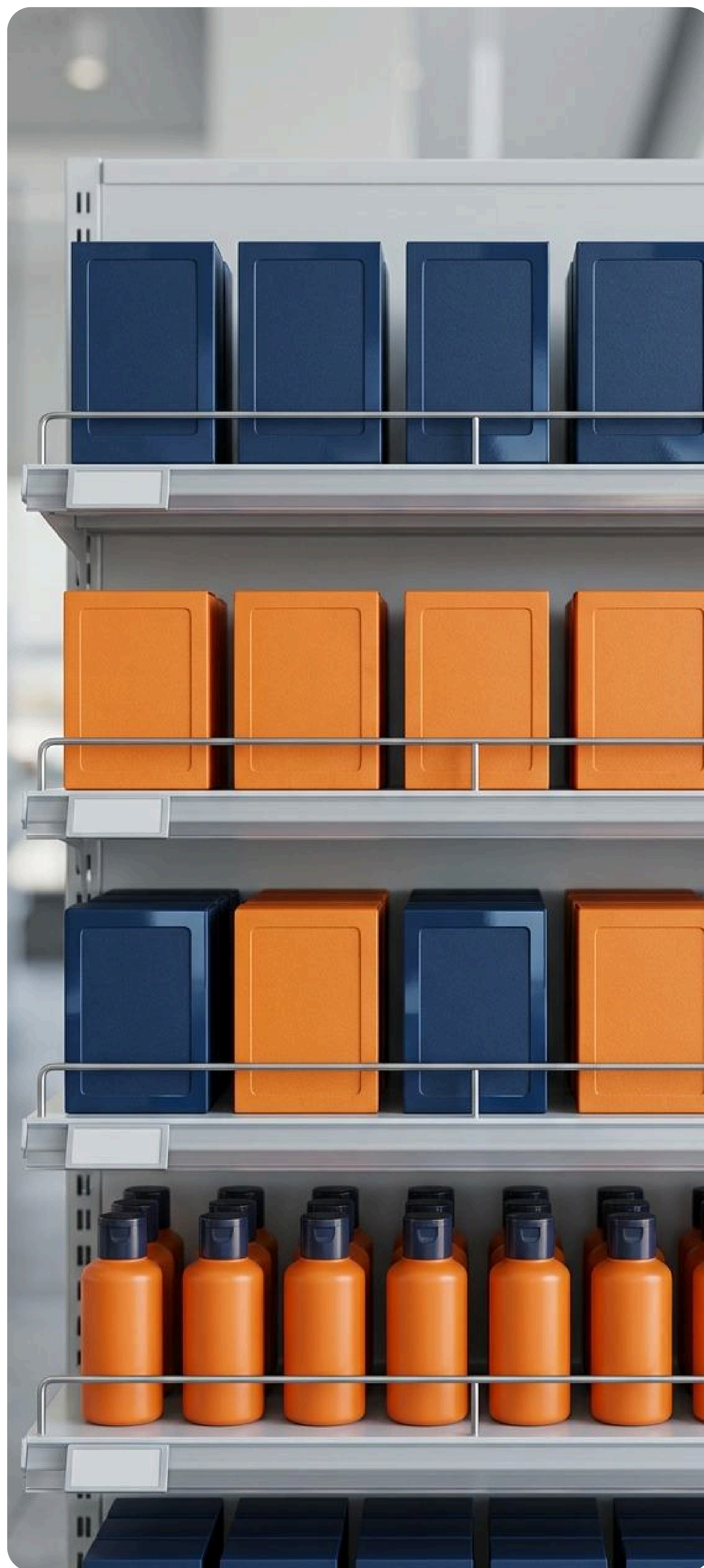
Замеры после визита мерчандайзера

- косметика: +18% фейсинга
- подгузники: +10% фейсинга

03

Увеличение продаж: динамика роста продаж продемонстрировала прирост по каждой из 5 категорий от квартала к кварталу

- рост средних продаж 2025г. vs 2024г.: игрушки +26%, носки +45%, стики +50%, новогодний ассортимент +20%

**04**

Поддержание сезонной активности