

**ПРИОРИТЕТНОСТЬ
ОФОРМЛЕНИЯ**

ПРИОРИТЕТНОСТЬ ОФОРМЛЕНИЯ

Оформление по матрице стандартов – это минимальные требования для оформления точек.

В каждой точке мы должны быть представлены наравне или лучше конкурентов – у нас должен быть **паритет** или **приоритет** оформления по 2-ум операторам: и МегаФон и Yota.

Диспаритет

– рекламные материалы (POSM) размещены в наименьшем количестве по объему занимаемой площади относительно конкурентов (оцениваем конкурентов с наибольшим количеством POSM, учитываем все POSM включая ИБ)

Паритет

- рекламные материалы (POSM) размещены в равном количестве по объему занимаемой площади относительно конкурентов (оцениваем конкурентов с наибольшим количеством POSM, учитываем все POSM с ИБ)

Приоритет

– рекламные материалы (POSM) в зоне витрин размещены в наибольшем количестве по объему занимаемой площади относительно конкурентов (оцениваем конкурентов с наибольшим количеством POSM, учитываем POSM включая ИБ)

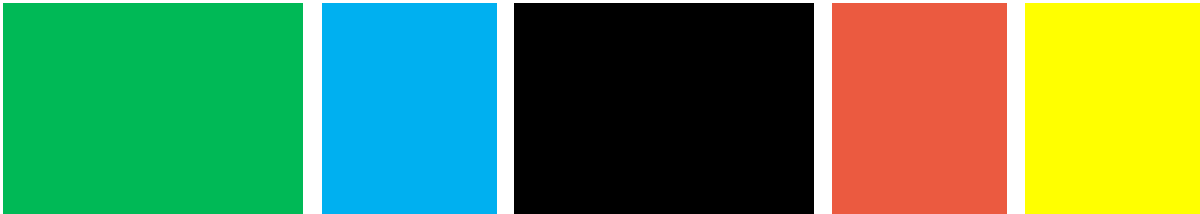
ПРИОРИТЕТ ОФОРМЛЕНИЯ

ДИСПАРИТЕТ

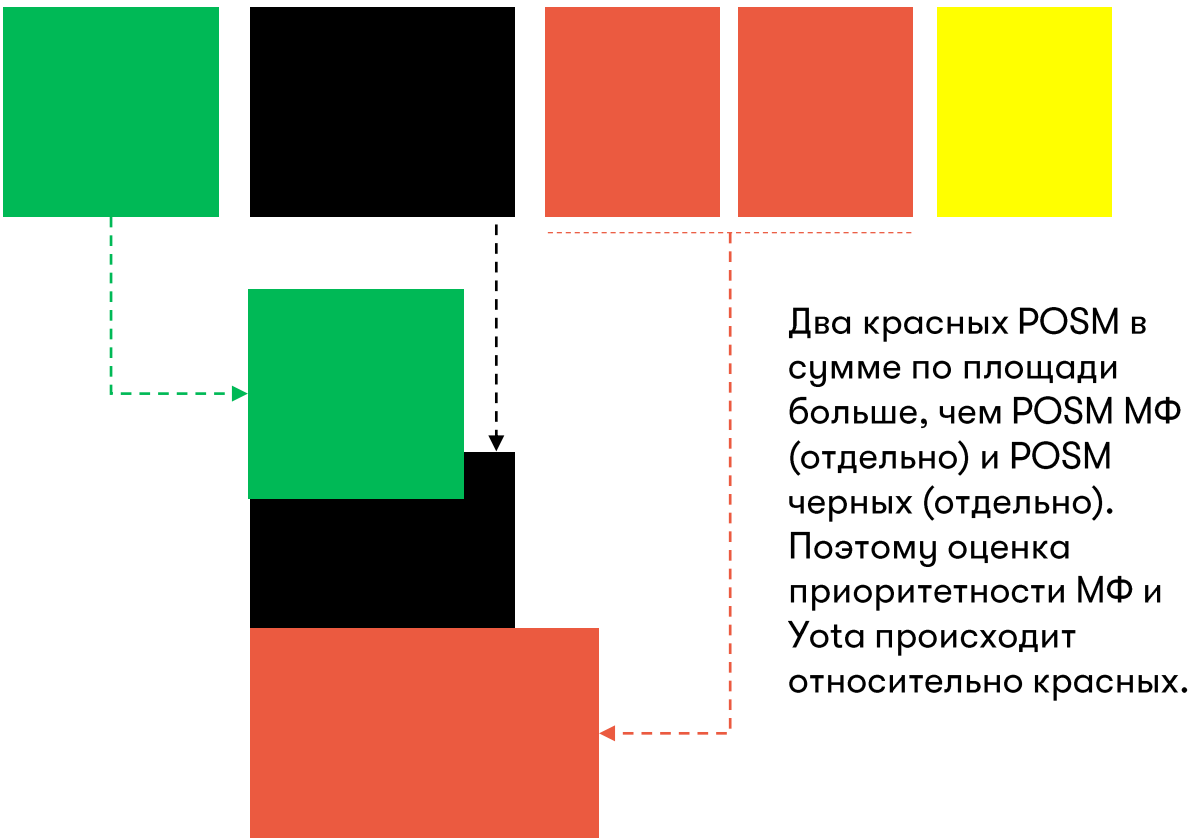
Диспаритет и МФ и Yota.
Приоритет у черного конкурента



Диспаритет Yota. У МФ паритет оформления по сравнению с самым оформленным конкурентом (черным)



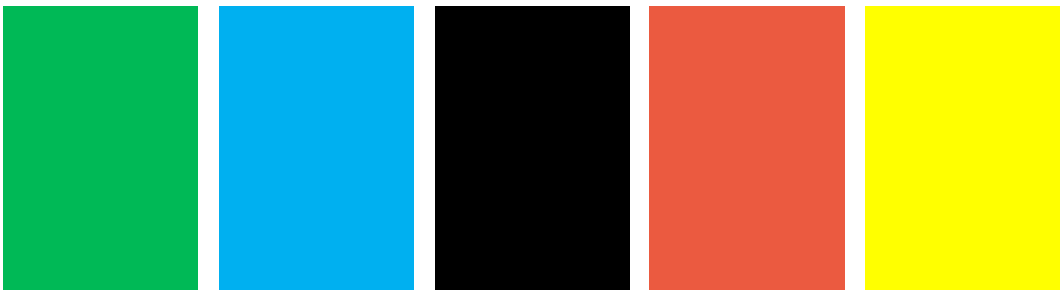
Диспаритет МФ и Yota. Площадь МФ меньше по сравнению с самым оформленным конкурентом (красным). Yota вообще не представлена



ПРИОРИТЕТ ОФОРМЛЕНИЯ

ПАРИТЕТ

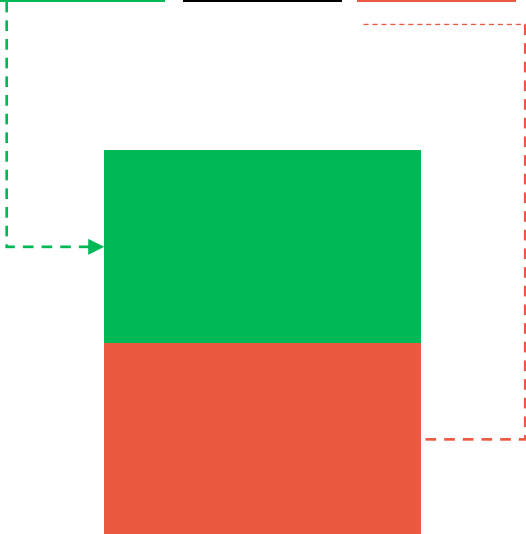
Паритет и МФ и Yota.
Все конкуренты одинаково оформлены



Паритет МФ и диспаритет Yota.
Все конкуренты одинаково оформлены.
Yota не представлена



Паритет МФ и диспаритет Yota.
Все конкуренты одинаково оформлены.
Yota не представлена



Два красных POSM в сумме по площади равны POSM МФ. Поэтому оценка приоритетности МФ и Yota происходит относительно красных. МФ в паритете. Yota в диспаритете, тк. POSM отсутствует.

ПРИОРИТЕТ ОФОРМЛЕНИЯ

ПРИОРИТЕТ

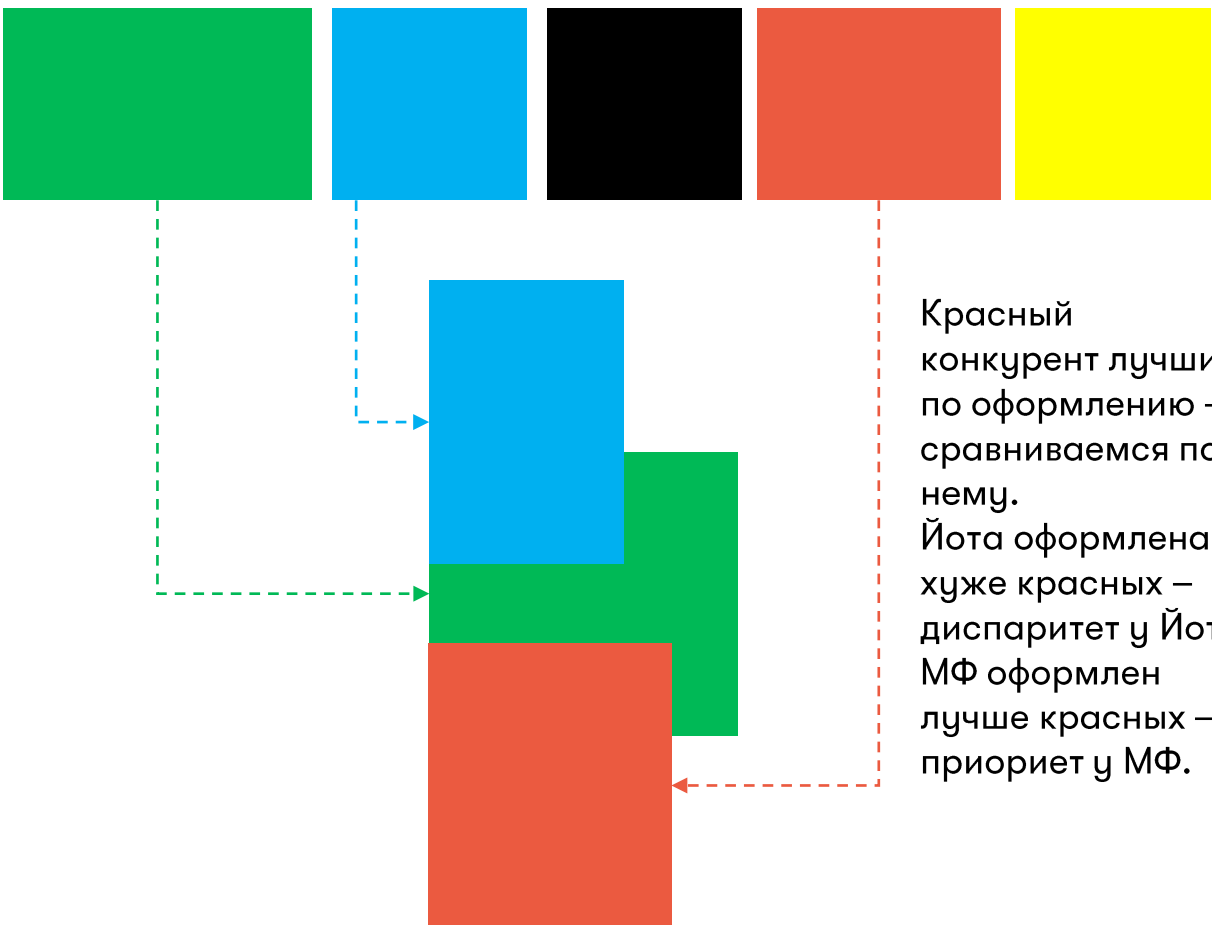
Приоритет и МФ и Yota.
Все конкуренты оформлены одинаково хуже,
чем МФ и Yota



Приоритет и МФ и диспаритет Yota.
Все конкуренты одинаково хуже оформлены, чем МФ.
Yota не представлена, поэтому диспаритет



Приоритет и МФ и диспаритет Yota.
Все конкуренты одинаково хуже оформлены, чем МФ.
Yota не представлена, поэтому диспаритет



ПРИОРИТЕТНОСТЬ ОФОРМЛЕНИЯ ЕСЛИ **НЕТ ОФОРМЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ**

Если оформления конкурентов нет, а оформление МегаФона и Yota есть:

МегаФон – приоритет

Yota – приоритет

Если оформления конкурентов нет, а оформление МегаФона есть, а Yota нет:

МегаФон – приоритет

Yota – диспаритет

Если оформления конкурентов нет, и оформление МегаФона нет, а Yota есть:

МегаФон – диспаритет

Yota – приоритет

Если оформления конкурентов нет, и оформление МегаФона и Yota тоже нет:

МегаФон – диспаритет

Yota – диспаритет

ПРИОРИТЕТНОСТЬ

КАК СЧИТАЕТСЯ ПРИОРИТЕТНОСТЬ

Каждую зону в торговой точке вы оцениваете по двум операторам

МегаФон + **Yota**

Баллы за оценку в рамках одной зоны одного оператора:

ДИСПАРИТЕТ

0 БАЛЛОВ

ПАРИТЕТ

1 БАЛЛ

ПРИОРИТЕТ

2 БАЛЛА

Таким образом при оценке 1 зоны можно получить от 0 до 4 баллов при оценке 2ух операторов. Например:

Пример 1. Входная зона

Оформление МегаФон: Приоритет **2 БАЛЛА**

Оформление Yota: Паритет **1 БАЛЛ**

Итоговая оценка зоны: 3 балла

Пример 2. Ресепшен

Оформление МегаФон: Паритет **1 БАЛЛ**

Оформление Yota: Диспаритет **0 БАЛЛОВ**

Итоговая оценка зоны: 1 балл

ПРИОРИТЕТНОСТЬ

КАК СЧИТАЕТСЯ ПРИОРИТЕТНОСТЬ

В зависимости от формата торговой точки количество зон от 1 до 4:

Формат	Кол-во зон	Входная зона	Ресепшен	Витрины	Интерьер
Салон связи	4	+	+	+	+
Павильон	4	+	+	+	+
Магазин	4	+	+	+	+
Магазин СО	3	+		+	+
Секция	3	+	+	+	
Остров	2		+	+	
Киоск	2	+		+	
Стойка	1			+	

В зависимости от количества зон и суммы баллов, итоговая оценка точки выставляется по следующей матрице:

Баллы	4	3	2	1
0	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет
1	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет
2	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Паритет
3	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Паритет
4	Диспаритет	Диспаритет	Паритет	Приоритет
5	Диспаритет	Паритет	Паритет	Приоритет
6	Паритет	Паритет	Паритет	
7	Паритет	Паритет	Приоритет	
8	Паритет	Паритет	Приоритет	
9	Паритет	Паритет	Приоритет	
10	Паритет	Приоритет		
11	Паритет	Приоритет		
12	Паритет	Приоритет		
13	Приоритет	Приоритет		
14	Приоритет			
15	Приоритет			
16	Приоритет			

Пример на следующей странице → → →

ПРИОРИТЕТНОСТЬ

КАК СЧИТАЕТСЯ ПРИОРИТЕТНОСТЬ

Пример:

Оценка ТТ формата «Остров» **2 ЗОНЫ**

Ресепшен:

МегаФон – приоритет (2 балла)

Yota – паритет (1 балл)

Витрины:

МегаФон – паритет (1 балл)

Yota – диспаритет (0 баллов)

Итоговая сумма баллов

4 БАЛЛА

Итоговая оценка точки

ПАРИТЕТ

Баллы	4	3	2	1
0	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет
1	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет
2	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Паритет
3	Диспаритет	Диспаритет	Диспаритет	Паритет
4	Диспаритет	Диспаритет	Паритет	Приоритет
5	Диспаритет	Паритет	Паритет	Приоритет
6	Паритет	Паритет	Паритет	
7	Паритет	Паритет	Приоритет	
8	Паритет	Паритет	Приоритет	
9	Паритет	Паритет	Приоритет	
10	Паритет	Приоритет		
11	Паритет	Приоритет		
12	Паритет	Приоритет		
13	Приоритет	Приоритет		
14	Приоритет			
15	Приоритет			
16	Приоритет			

ПРИОРИТЕТНОСТЬ

КАК СЧИТАЕТСЯ КРІ

- КРІ считается от посещенных точек с успешным визитом (пройден опросный лист «Приоритетность»)
- Если в месяце было несколько визитов, то в зачет идет последний визит
- КРІ считается по торговым точкам Индирект (вкл. Индирект.Зеленая точка)

В план выставляется % посещенных точек с ПРИОРИТЕТНЫМ и ПАРИТЕТНЫМ оформлением

Например, план 50%, посещенных точек Индирект 100:

	Кол-во точек Индирект фактически посещенных в	ТТ	ТТ	ТТ	Оформлен. ТТ (Паритет + Приоритет)	% Оформлен. ТТ
План	месяце	Диспаритет	Паритет	Приоритет		
50%	100	45	35	10	45	45%

план не выполнен

	Кол-во точек Индирект фактически посещенных в	ТТ	ТТ	ТТ	Оформлен. ТТ (Паритет + Приоритет)	% Оформлен. ТТ
План	месяце	Диспаритет	Паритет	Приоритет		
50%	100	45	30	20	50	50%

план выполнен

	Кол-во точек Индирект фактически посещенных в	ТТ	ТТ	ТТ	Оформлен. ТТ (Паритет + Приоритет)	% Оформлен. ТТ
План	месяце	Диспаритет	Паритет	Приоритет		
50%	100	45	35	20	55	55%

план выполнен