



МАТРИЦА РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

МУЛЬТИБРЕНД
(индирект)

Май 2024

Содержание

Используйте кнопку
в правом верхнем углу, чтобы вернуться к содержанию.

Стандарты оформления розницы	Мега-Мерч	Матрица РИМ
Каналы продаж и форматы ТТ	Мега-Мерч	Снять и утилизировать
Приоритетные зоны в ТТ		Новые материалы
Стандарты и Приоритеты оформления	Мега-Мерч 5 шагов	Входная зона
БАЗОВЫЕ СТАНДАРТЫ		Ресепшн/ прикассовая зона
Тип коммуникации и носители		Витрины
ОСНОВНЫЕ POSM Входная группа		Интерьер
ОСНОВНЫЕ POSM Интерьера		Телепорт
ОСНОВНЫЕ POSM Ресепшн		Папка представителя
ОСНОВНЫЕ POSM Выкладка муляжей ТП		
ОСНОВНЫЕ POSM Оформление киоска		
ОСНОВНЫЕ POSM Оформление Стойки		
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ POSM		

ПРОФИЛЬНЫЕ ТОЧКИ

Торгующие или имеющие в ассортименте телефоны, аксессуары, оборудование, требующие установки сим карт (сигнализации, камеры наблюдения и проч.), коммутационное оборудование (спутники антенны, роутеры), а так же осуществляющие ремонт телефонов или электронного оборудования.

НЕПРОФИЛЬНЫЕ ТОЧКИ

торговые точки не содержащие в ассортименте товаров и услуг, характерных для профильных точек.

Салон связи



- Торговая точка площадью от 6 до 200 м².
- Имеет широкий ассортимент продуктов сотовых операторов, оборудования, аксессуаров, услуг, связанных с сотовой связью.

Остров



- Торговая точка площадью от 2 до 6 м².
- Не имеет отдельного входа.
- Представляет собой ресепшен с витринами, имеет подход для обслуживания со всех сторон.
- Чаще расположена внутри ТЦ или другого крупного крытого торгового помещения.

Секция



- Точка продаж площадью от 2 м².
- Может не иметь входа/иметь вход и малую площадь или представляет собой ресепшен с витринами. Задняя часть является стеной другого помещения.
- Обслуживание производится через фронтальную часть секции.
- Часто расположена на территории ТЦ или другого крупного крытого торгового помещения.
- Может иметь продовольственную и непродовольственную специализацию.

Стойка Мульти.



- Устанавливается временно или сезонно в местах массового скопления людей.
- Является сборно-разборной конструкцией.

Каналы продаж и форматы точек

Магазин



- Имеет небольшую площадь от 50 до 300 м²
- В основном это магазины продовольственные/хозяйственные или хозяйственные/канцелярия.
- Обслуживание покупателей ведется через прилавок, либо вариант самообслуживания (мини-маркет).

Павильон



- Торговые точки площадью до 20 м².
- Продажи ведутся через прилавок или через окно.
- Павильоны могут иметь продовольственную и непродовольственную специализацию.

Киоск



- Торговые точки без торгового зала с небольшой площадью.
- Продажи ведутся только через окно.
- Могут иметь специализацию: продовольственные, непродовольственные, смешанного типа, специальные (газетные, табачные).

Магазин самообслуживания



- «Современная торговля» – формат retail, к которому относятся сетевые и не сетевые магазины самообслуживания.
- Обеспечивается прямой контакт покупателя с товаром, относятся следующие типы торговых точек: маркет – экспресс/мини/супер/гипер, дискаунтер, Cash&Carry, универсам.

Приоритетные зоны в торговой точке

1 приоритет

Стойка обслуживания (ресепшен), зона касс (прикассовая)

- Место обслуживания клиентов, где осуществляется расчет с покупателем.
- Самое важное место для оформления.

ЗАДАЧИ POSM:

- продавцу удобнее консультировать абонента, используя POSm.
- абонент может взять материалы для самостоятельного изучения продуктов МегаФона.

2 приоритет

Внешнее оформление/входная группа/дверь

Первый зрительный контакт с клиентом.

ЗАДАЧИ POSM:

- проинформировать покупателя о наличии SIM-карт МегаФона в ТТ.
- приоритет отдается POSm больших форматов.

3 приоритет

Витрины

Оборудование, где представлены товары.

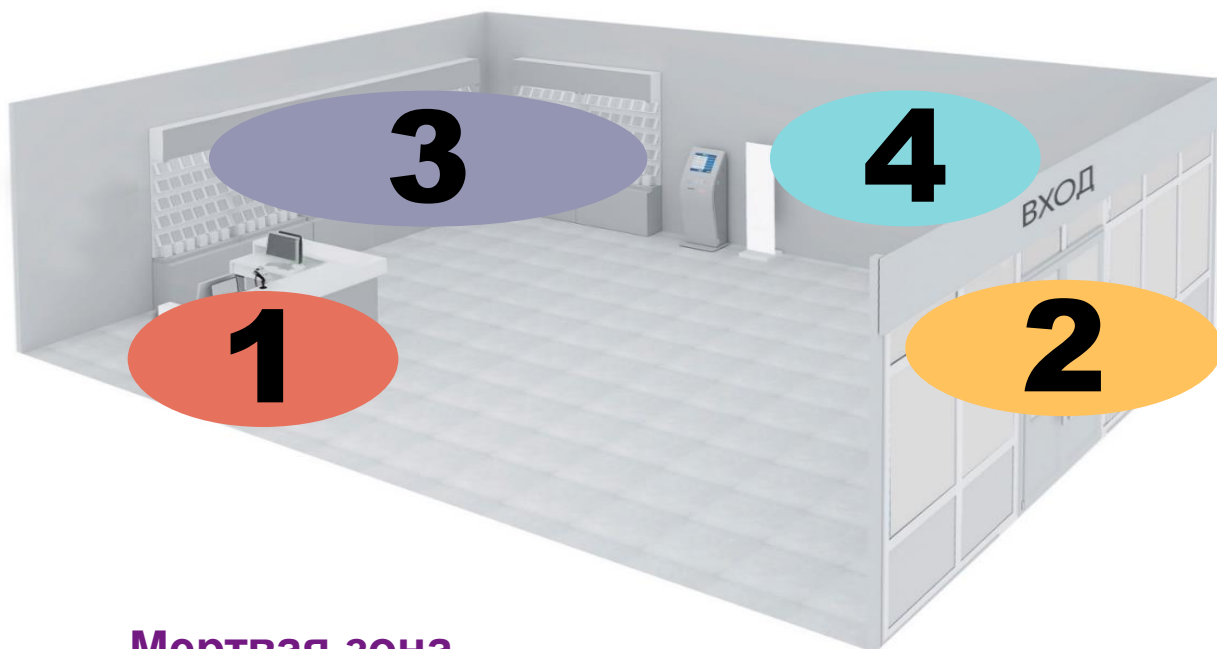
ЗАДАЧИ POSM:

продемонстрировать и сориентировать покупателя на фокусных продуктах МегаФона

4 приоритет

Интерьерное оформление/торговый зал.

POS-Материалы размещенные в торговом зале усиливают представленность бренда.



Мертвая зона

Ниже 0,7 м или выше 2 м от пола

Место в торговой точке, НЕ попадающее в поле зрения покупателя.
В этой зоне размещение рекламных материалов НЕ рекомендовано.

Стандарты и Приоритеты оформления

Стандарты - это комплекс требований по оформлению торговых точек рекламными материалами

ЦЕЛЬ - повысить продажи,
за счет продвижения фокусных продуктов

ЛИДЕРСКИЕ СТАНДАРТЫ

Это выполненный базовый стандарт оформления, где минимум на одной из зон торговой точки присутствует размещение индивидуального брендинга (ИБ).



Таблички небольших размеров менее 0,5м², кроме режимников не считаются ИБ (аналог стикера/постера).

Это минимальный стандарт оформления торговой точки, в зависимости от ее формата (секция, киоск и пр.)

БАЗОВЫЕ СТАНДАРТЫ

ОСНОВА НАШЕЙ РАБОТЫ, ДОЛЖНЫ БЫТЬ ДОСТИГНУТЫ ВО ВСЕХ
ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ

Приоритеты оформления –

это минимальные требования для оформления точек рекламными материалами в кобренде МегаФон + Yota

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)

Паритет

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

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)

БАЗОВЫЕ СТАНДАРТЫ

	САЛОН СВЯЗИ	ПАВИЛЬОН/ МАГАЗИН	МАГАЗИН САМООБ.	СЕКЦИЯ	СТОЙКА	ОСТРОВ	КИОСК
ВХОДНАЯ ГРУППА и/или ФАСАД	Табличка/ Флаг/ Стоппер/ Открыто- Закрыто/ От Себя- На Себя	Табличка/ Флаг/ Стоппер/ Открыто- Закрыто/ От Себя- На Себя	Табличка/ Флаг/ Стоппер/ Открыто- Закрыто/ От Себя- На Себя	Табличка/ Флаг/ Стоппер/ Открыто- Закрыто/ От Себя- На Себя	—	—	—
	или ИБ	или ИБ	или ИБ	или ИБ			
РЕСЕПШН и/или Зона касс	Столешница				—	—	—
	Фриз ресепа, стойки		—		Постер (А1-А4)/ Стикер/ Стоппер	Постер (А1-А4)/ Стикер/ Стоппер/ Флаг	—
					или ИБ	или ИБ	ИБ
	Окно киоска		—	—	—	—	Стикер/ Лента
							или ИБ
ВИТРИНЫ	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов	—	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов
	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов	Муляжи тарифов		Муляжи тарифов	Муляжи тарифов
ИНТЕРЬЕР	Постер (А1-А4)	Постер (А1-А4)	Постер (А1-А4)	—	—	—	—
	или ИБ	или ИБ	или ИБ				

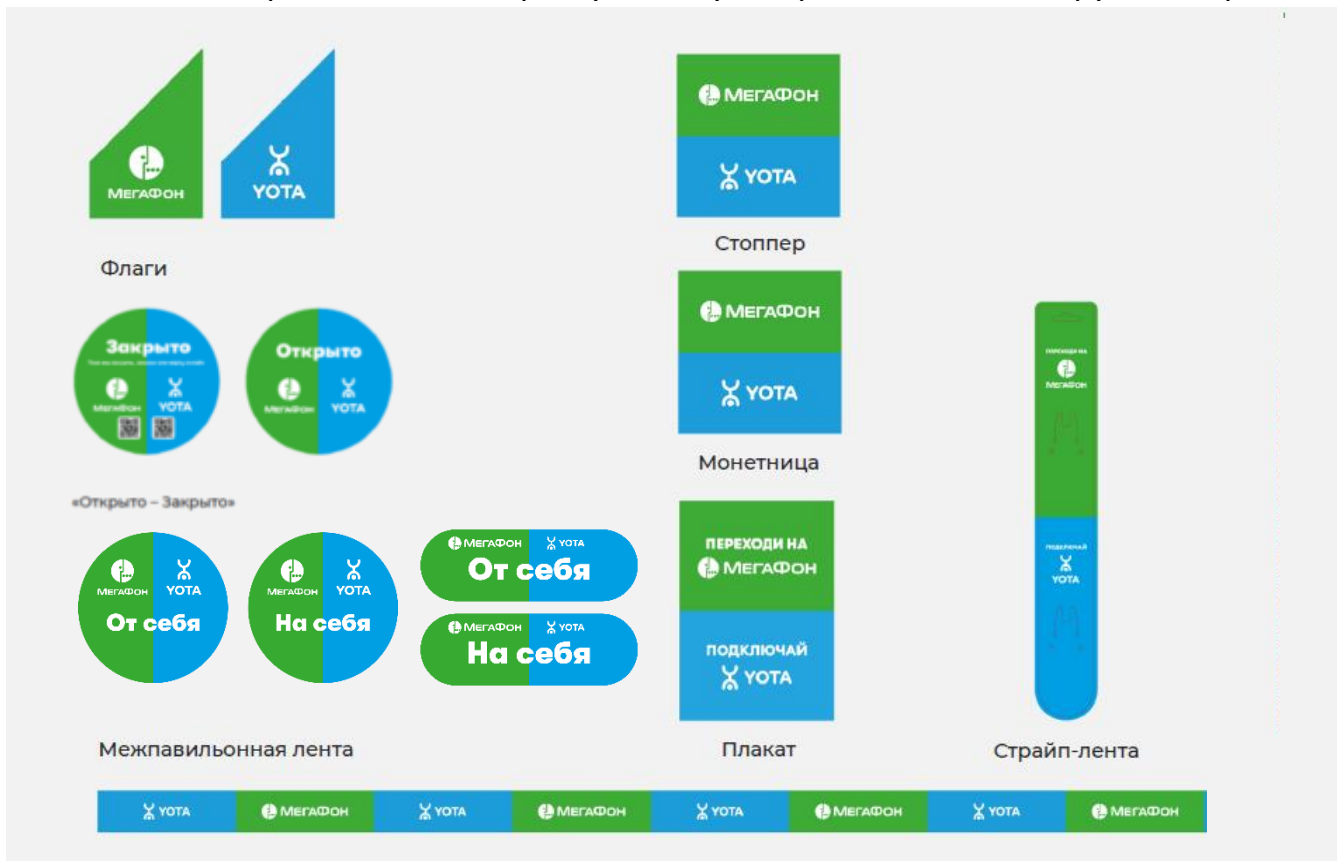
ПРИМЕР: в формате точки Салон связи, в рамках входной группы, для выполнения стандартов необходимо разместить POSM по одной из вариаций:

- Кобрендинговые POSM на выбор из указанных: Табличка, Флаг, Стоппер, Открыто-Закрыто, От Себя-На Себя.
- Индивидуальный брендинг

Тип коммуникации и носители

Присутствие и навигация

Размещение перед входом в торговую точку, на фасаде/входной группе и пр.



Продуктовая

Размещение внутри торговой точки – на стене за консультантом, на столешнице в прикассовой зоне и пр.

Рекламные материалы должны размещаться в центральных, бросающихся в глаза местах (уровень глаз взрослого: 1,6-1,8 м от пола)



Общие правила размещения



ОСНОВНЫЕ POSM

ВХОДНАЯ ГРУППА/ФАСАД

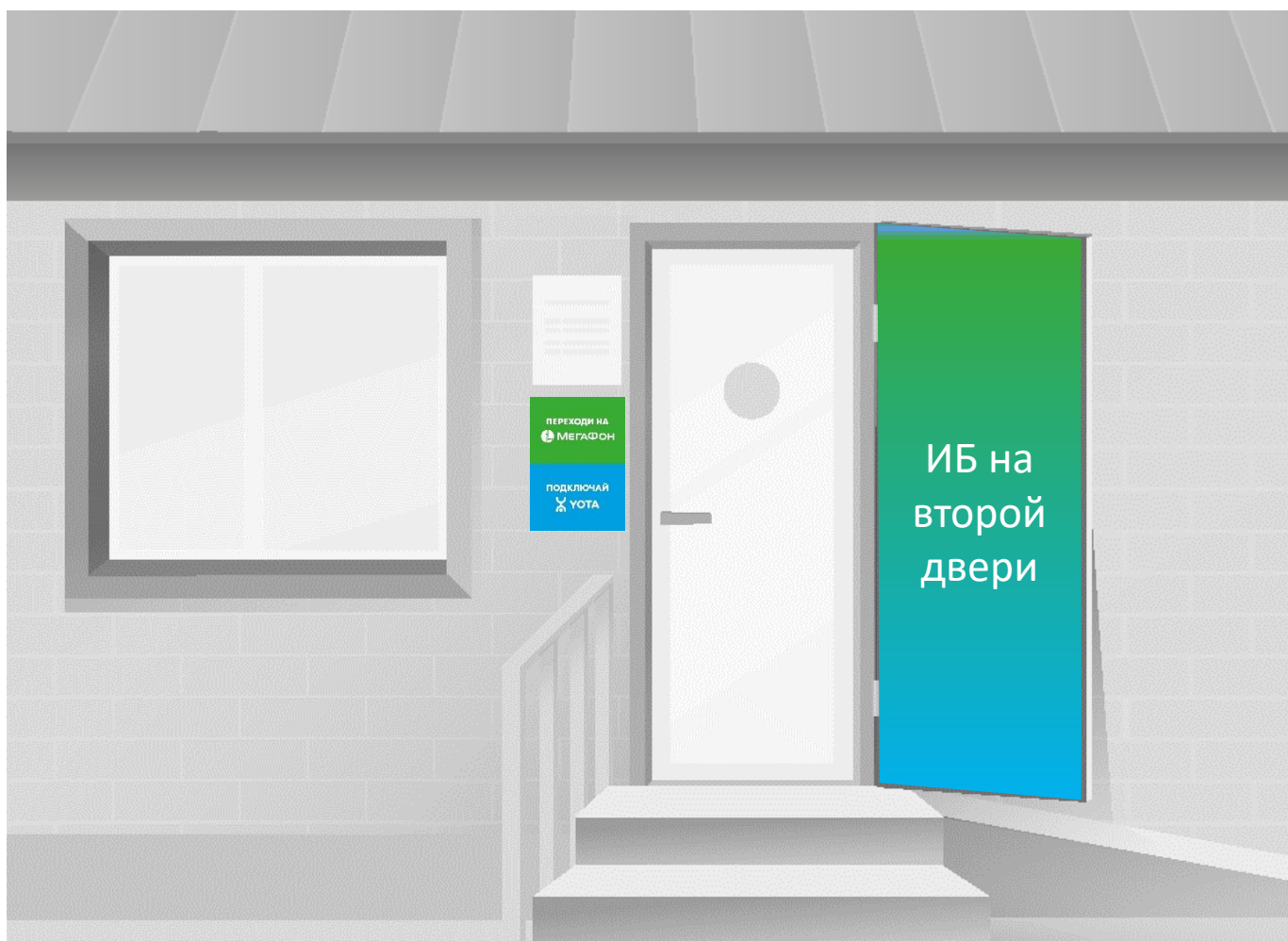
Входная группа для формата точек:

- Салон связи
- Павильон
- Магазин
- Магазин самообслуживания

По входной группе потенциальный абонент может понять, что в точке можно купить сим-карту, поэтому важно для размещения POSM выбрать самое трафиковое место и важно присутствовать там, где размещены конкуренты.

Чем больше и заметнее POSM – тем лучше.

Приоритет для размещения – Индивидуальный брендинг (ИБ).



ОСНОВНЫЕ POSM

ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРЬЕРА

Интерьер для формата точек:

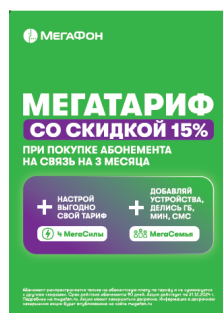
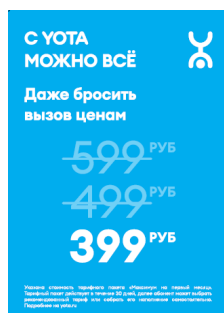
- Салон связи
- Павильон
- Магазин
- Магазин самообслуживания

Для размещения POSM в интерьере необходимо выбрать самое видное место, где проходит трафик людей и присутствовать там, где размещены конкуренты.

POSM выбирайте максимальный по размеру (постеры А4 использовать в крайнем случае)



Если в салоне
одно место

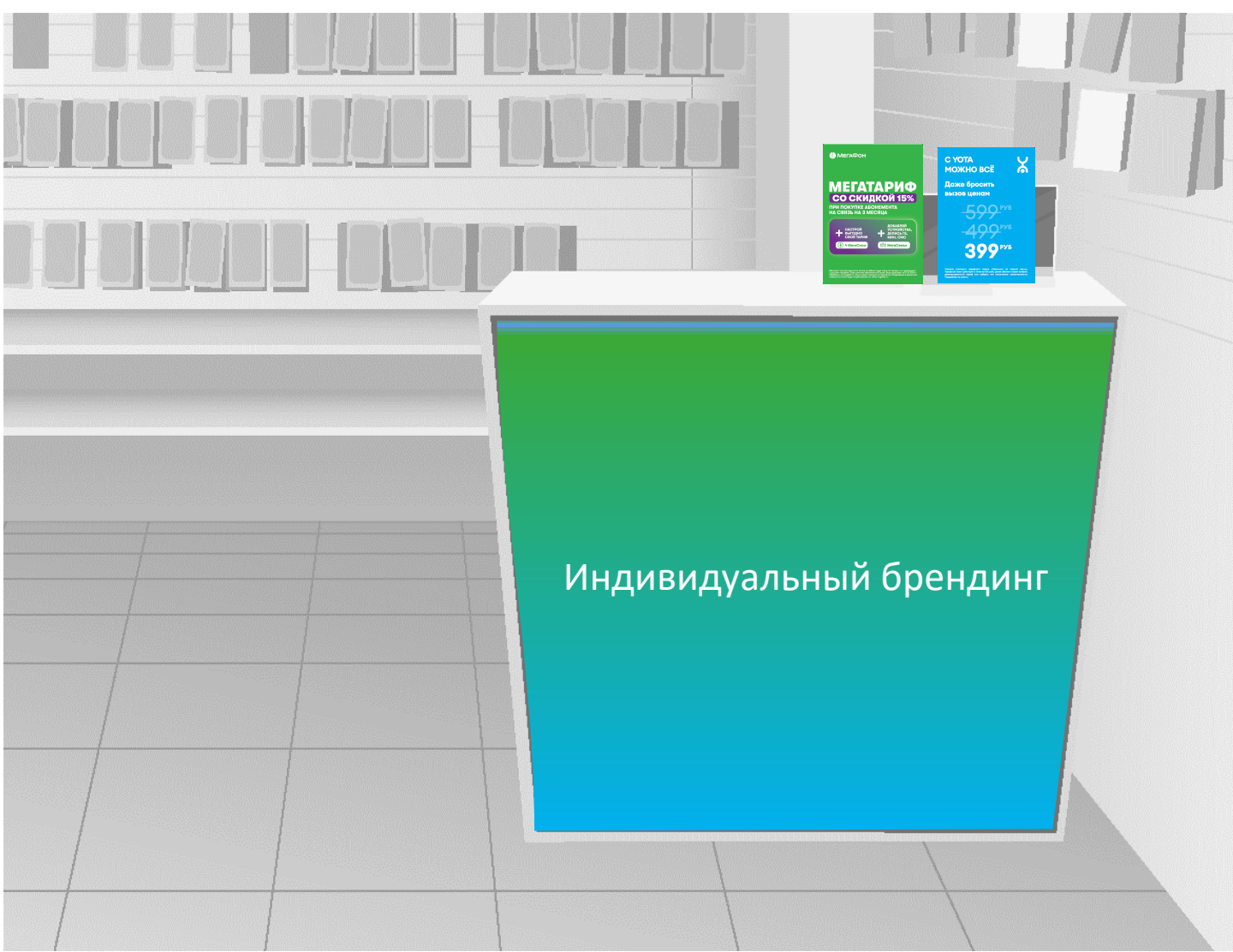


ОСНОВНЫЕ POSM

ОФОРМЛЕНИЕ РЕСЕПШЕН

Ресепшен одна из главных зон в торговой точки.
Важно максимально сильно прокоммуницировать с клиентом именно в этой зоне.

Старайтесь оформить фасадную часть ресепшн и боковины (зависит от клиентопотока) индивидуальным брендингом.
На столешнице разместить POSM так, чтобы его было видно клиентам, при этом не мешал работе продавца.



Если в салоне
одно место



Если в салоне два места



ОСНОВНЫЕ ПОСМ

ОФОРМЛЕНИЕ ВИТРИН – ВЫКЛАДКА МУЛЯЖЕЙ ТП

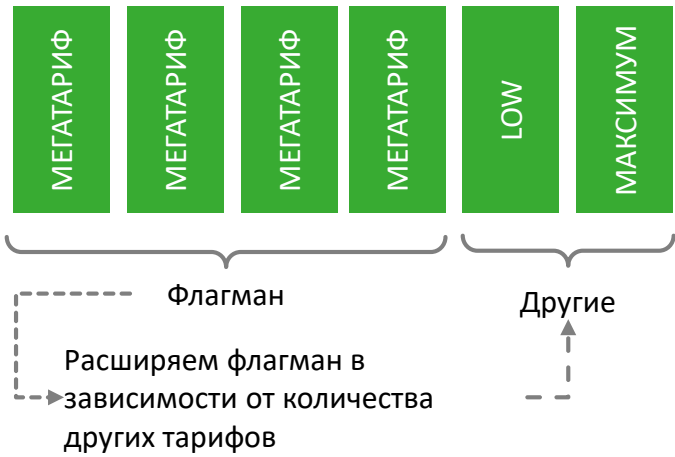
КАКИЕ МУЛЯЖИ МЕГАФОН РАЗМЕЩАТЬ

Если в точке, есть все тарифы



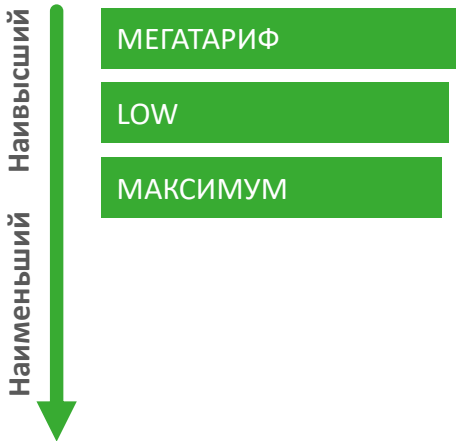
Low (с англ. низкий, дешевый) [Лоу] – дешевые тарифы: Интернет, Минимум

Если в точке, есть не все тарифы



Приоритетность:

Всегда обязательно МегаТариф.



Если тарифов много, а место на полке мало

Всегда обязательно МегаТариф.

Далее создаем максимальную представленность в зависимости от приоритета:



КАКИЕ МУЛЯЖИ YOTA РАЗМЕЩАТЬ

В зависимости от того сколько мест на полке, используется следующая приоритетность:



ОСНОВНЫЕ POSM

ОФОРМЛЕНИЕ КИОСКА

Необходимо договориться с продавцом/ЛПР на размещение муляжей в витрине.

Также необходимо оформить поверхности над окном и под окном межпавильонными лентами – конструкция киосков позволяет это сделать и именно здесь максимальный контакт с потенциальным абонентом.

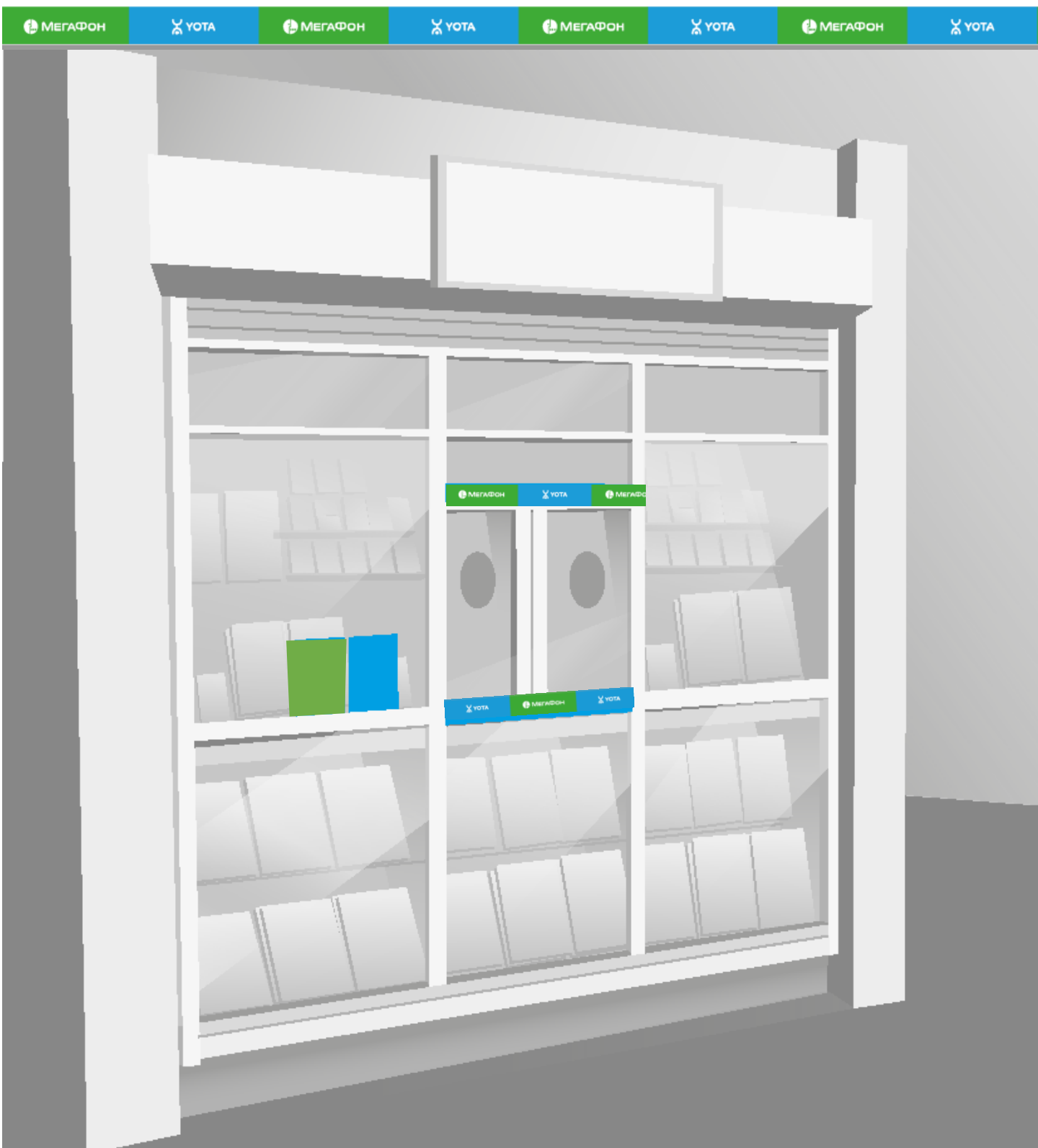
Муляж ТП



Муляж ТП



Межпавильонная лента



ОФОРМЛЕНИЕ СТОЙКИ

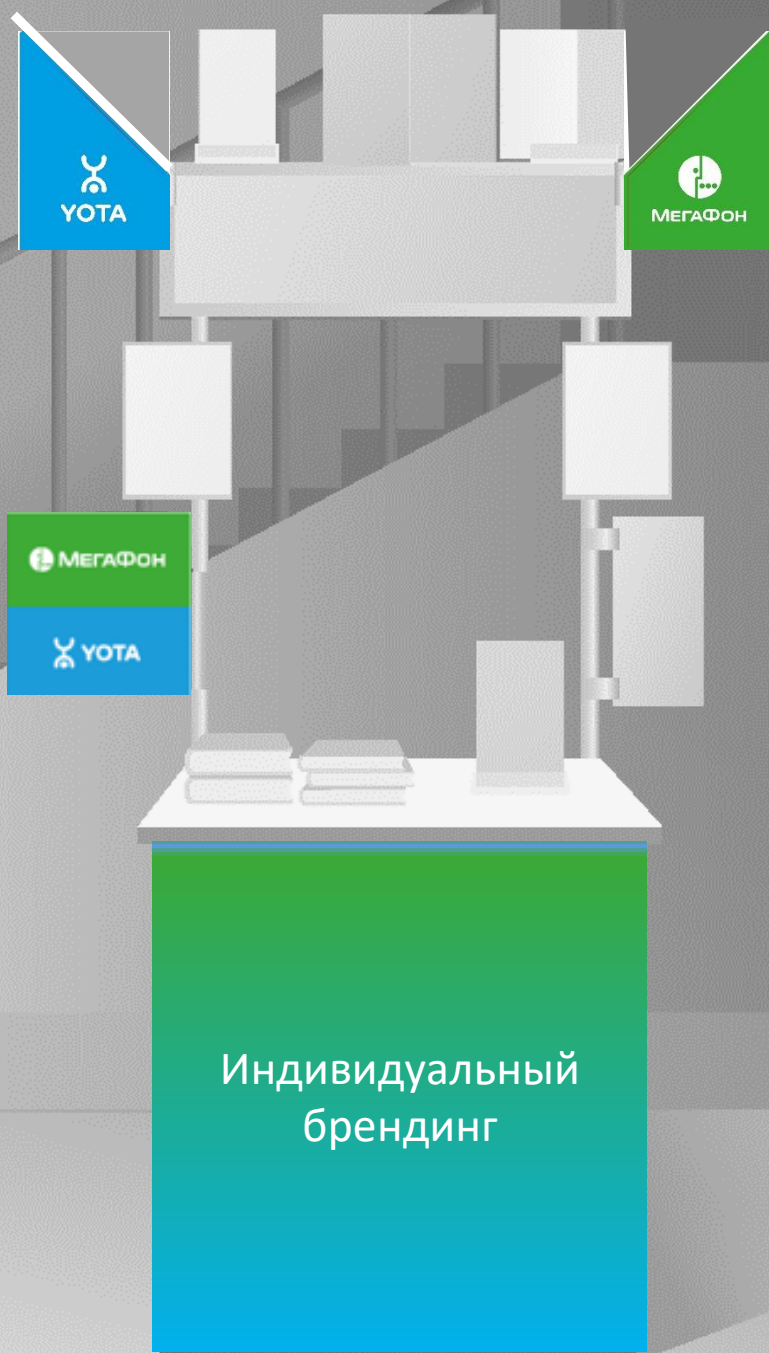
При оформлении стойки важно занять пространство максимально.

Индивидуальный брендинг – лучшее оформление для фасадной и боковых частей стойки.

Флаг



Стоппер



POSm для размещения

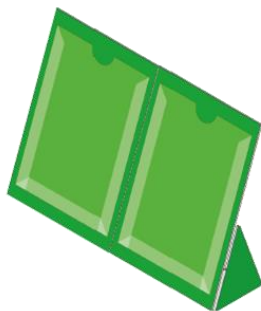
Дополнительные POSM

Рекламные материалы размещаются в торговой точке в целях достижения максимальной представленности и лояльности.

Материалы не учитываются в оценке выполнения стандартов.



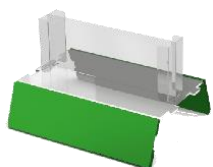
или



Подставка под 3/2 муляжа

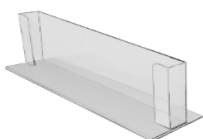


Холдер для муляжа

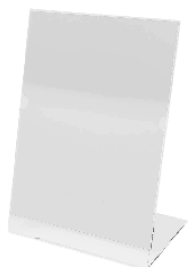


Фирменная поставка

или



Подставка для тарифа узкая



Холдер A5/A4 для листовки



Лифлетница 1 карман



Лифлетница 2 кармана вертикальная



Лифлетница 2 кармана горизонтальная

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

КОМПЛЕКС МЕР ПО ЭФФЕКТИВНОМУ
РАЗМЕЩЕНИЮ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ
МАТЕРИАЛОВ В ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ,
КОТОРЫЙ ПОЗВОЛЯЕТ ДОСТИЧЬ
МАКСИМАЛЬНОГО ОБЪЁМА ПРОДАЖ

ТОВАР - должен быть выставлен в торговой точке и оформлен POSm таким образом, что бы он максимально привлекал к себе внимание покупателя и вызывал желание его приобрести.

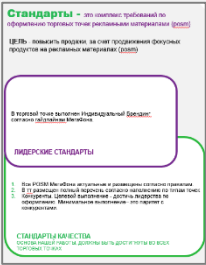

MML — MINIMUM MUST LIST. Набор целевых тарифов / опций для торговой точки. Для каждого типа торговой точки установлен свой ассортимент тарифов / опций.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ассортимент

перечень обязательных тарифов / опций, которые должны всегда присутствовать в торговой точке, в установленном количестве.

РЕКОМЕНДОВАННЫЙ ассортимент

перечень тарифов / опций, которые рекомендовано размещать после выполнения требования по обязательным позициям.

ДЕЙСТВИЯ	ИСТОЧНИК
1. РАЗМЕЩЕНИЕ POSM В ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ	
<ul style="list-style-type: none">Сравни ситуацию в торговой точке с Матрицей РИМ.Обнови все рекламные материалы, требующие замены.Убедись в том, что точка на 100% оформлена согласно Матрице РИМ.Найди возможность улучшить представленность МегаФон.Используй при оформлении точки правило «Золотой Полки».	
2. MML	
<ul style="list-style-type: none">Проверь наличие всех актуальных для точки тарифных планов и сервисов на полке, согласно MML.Размести муляжи на полке и стендах согласно MML, прописанному в Матрице РИМ.Используй при размещении муляжей правило «Золотой Полки».Найди возможность согласовать дополнительное размещение муляжей в приоритетных зонах.	
3. ЦЕННИКИ	
<ul style="list-style-type: none">Размести под каждым тарифом и сервисом актуальный ценник, оформленный в соответствии с примером в Матрице РИМ.Проверь корректность рекомендованных цен.	
4. РАБОТА С КОНКУРЕНТАМИ	
<ul style="list-style-type: none">Улучши представленность МегаФон в канале Локальный Мультибренд согласно стандартам оформления и Матрицы РИМ	
5. ПАПКА ПРЕДСТАВИТЕЛЯ МЕГАФОН	
<ul style="list-style-type: none">Размести папку Представителя в недоступной для клиентов зоне торговой точки,.Наклей на папку стикер «представитель МегаФон» и укажи на нем свои контактные данные.Размести в папке актуальную информацию согласно Матрице РИМ.Обновляй в папке информацию по мере актуальности.Отмечайся в листе посещения при каждом визите в точку.	

МАТРИЦА

Она поможет тебе качественно оформить точку продаж актуальными и фокусными рекламными материалами.

Новые материалы

Постер Yota, с мом.
Поступления



Постеры Абонемент на 3 и 6 месяцев,
с мом. Поступления



Снять и утилизировать

Материалы готового тарифа -
до 08.04



Листовки
Муляжи
Плакаты

Постер Yota, с мом.
Поступления нового



Постер Качество, с мом.
Поступления Абонементов



Размещение при наличии места

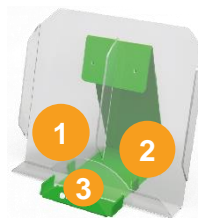
ЕвроЛистовка



Лифлетница
1 карман



Лифлетница
2 кармана



Лифлетница
2 кармана



Правила размещения:

- Буклеты размещаются в специальном оборудовании – лифлетнице на 1/2 кармана
- Лифлетница размещается на стойке ресепшн, при отсутствии места допустимо размещать на столе обслуживания, гондole открытой выкладки или подоконнике с условием прямого доступа для клиентов
- Лицевая часть буклета направлена прямо на клиентопоток и не загороживается сторонними предметами.
- Приоритетно оставлять буклеты во всех тт,

ТЕЛЕПОРТ : СТРИПЛЕНТА / ШОУБОКС /ДИСПЕНСЕР /ДИСПЛЕЙ

Муляж /Упаковка
Sim-карта



Шоубокс



Диспенсер



Дисплей



Правила размещения Стриплента :

- Размещается на боковых панель-кронштейнах (стеллажах / полках) стенда открытой выкладки
- Не более 2 шт. на тт.
- Обязательно – наличие актуального ценника.

Правила размещения Шоубокс:

- Размещается в комплекте с сим-картами на стойке рецепции непосредственно возле кассы.
- Обязательно – наличие актуального утвержденного ценника, единого формата и размера (см. сл.26)
- При выборе для размещения шоутокса или стрип ленты, приоритет у стрипленты

Правила размещения Диспенсер/Дисплей:

- Размещается в прикассовой зоне, на ресепшен/на витринах/открытой выкладки с прямым доступом клиентам
- Кол-во на тт- 1 шт.
- Размещение все РО, кроме Пензенского

YOTA:СТИКЕР / ЛЕНТА/ ПОДСТАВКА/ ФЛАГ

Постер



муляж



Правила размещения:

- Постер А1/А2/А3 размещается на уровне глаз, в наиболее просматриваемых зонах торговой точки, максимально близко к кассе.
- Страйп-лента для сим с саморегистрацией 2и 3 сим размещается в прикассовой зоне

Для перехода на слайд нажми

Дополнительные POSM

ХОЛДЕР ДЛЯ МУЛЯЖА/ВСТАВКИ-ЛИСТОВКИ 130x180



Максимум

МегаТариф

Интернет

Минимум



- Холдер для муляжа размещайте в прикассовой зоне, вместе со вставкой 130x180
- Вставка-листовка размещается согласно плануграмме
- Ценник рекомендуемый размер **4x4 см** или **4x2,5 см**

ХОЛДЕР А4 1 шт.



Размещается на ресепшен, лицевая часть направлена прямо на клиентопоток и не загромождается сторонними предметами **Приоритетный формат А4.**

СТИКЕР/Постер



- Размещается в зоне кассы, на обзорных полках.
- Не более 2 шт. на тт



- Размещается на обзорных зонах у кассы, возможно у эквалайзера..
- Не более 2 шт. на тт

БУКЛЕТ



Возможно размещать для дополнительного информирования продавцов или раздачи абонентам вне лифлетницыпод кассой

Обязательные POSM

МУЛЯЖИ ТАРИФОВ НА ПОДСТАВКАХ



МУЛЯЖИ ТАРИФОВ НА ПОДСТАВКАХ



Правила размещения:

- Размещение на «золотых» полках 2-3 сверху
- Размещаются на подставках
- Размещение 2-х муляжей на 1 подставке для витрин с двусторонним обзором обязательно
- Наличие актуального ценника, на каждом тарифном плане размещается строго справа в шелфчасти.
- Приоритетный формат муляжа 130x180 мм, для салонов с низкими полками допускается 130x130.
- В случае размещения муляжей без подставок размещается стикер (ценник) так, чтобы не загораживал информацию на муляже, рекомендуемый размер 4x4 см или 4x2,5 см

Фирменная подставка

Узкая подставка



Пример ценника



Для перехода на слайд нажми

Дополнительные POSM

ХОЛДЕР ДЛЯ МУЛЯЖА



Место размещения:
на торцах витрин,
пристенные поверхности у касс
Кол-во на тт- не более 5 шт.

ПОДСТАВКА ПОД 2 МУЛЯЖА



Место размещения: на полке, витрине,
тумбе-ресепе
Кол-во на тт- 2 шт.

Максимум



МегаТариф



Интернет



Минимум



- Приоритетно размещение на «золотых» полках 2-3 сверху
- Обязательно – наличие актуального ценника, единого формата и размера, на каждой позиции продаваемого товара.
- Ценник рекомендуемый размер 4x4 см или 4x2,5 см



Пример ценника



ШЕЛФТОКЕРЫ

Закачайся!



- Размещается на полке с планшетами

Размещение в зоне ресепшен и стоек обслуживания

1 Постеры МегаФон на выбор, исходя из наличия продукта в продаже



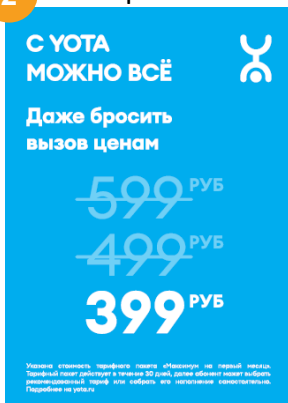
Абонемент 3 месяца

или



Абонемент 6 месяцев

2 Постер Yota



Правила размещения:

- Размещаются на уровне глаз в зонах, доступных для просмотра покупателей и находящихся на пути клиентопотока
- Формат постера не менее A2, приоритетный формат A1
- Размещение при выходе из салона не рекомендуется.
- Постеры могут располагаться только рядом как горизонтально, так и вертикально, создавая единый информационный блок

Дополнительные Постеры и региональные инициативы

ТЕЛЕПОРТ: ПОСТЕР 1 ШТ.



- Размещаются на уровне глаз в зонах, доступных для просмотра покупателей и находящихся на пути клиентопотока
- Если в торговой точке микс продаж ТЕЛЕПОРТ и МЕГАФОН старайся разместить оба постера
- 1 приоритет – зоны ресепшен и стоек обслуживания
- 2 приоритет – в зоне витрин и терминала
- Формат постера не менее A4

Упаковка/муляжи

Упаковка sim-карты

Упаковка/Муляж sim-карты_NEW



Ценник

Стартовый комплект с SIM-картой для самостоятельной регистрации

"МегаФон"

XXX ₽

Подробности на megafon.ru

- Обязательно – наличие актуального ценника
- Размещается рядом либо на упаковку/муляж (не загораживает/перекрывает информацию)
- Рекомендуемый размер 4х4 см или 4х2,5 см

Пример размещения ценника

На стрип-ленте

На упаковке/муляже

На шоу боксе



Диспенсер

Дисплей





Папка представителя МегаФон

Наполнение:

Документы МегаФон:

- Выписка из ЕДС МФ
- Передача полномочий субдилеру
- Агентский договор МФ/Yota
- Акт-соглашение Телепорт МФ/Yota
- Памятка по абонентам
- Образец для заполнения инфокарты МФ
- Бланки инфокарт, если нет в наборе
- Актуальный тарифный навигатор МФ

Документы Yota:

- Выписка из ЕДС Скартел
- Передача полномочий субдилеру
- Агентский договор МФ/Yota
- Акт-соглашение Телепорт МФ/Yota
- Бланки инфокарт Yota
- Образец для заполнения инфокарты Yota
- Актуальный тарифный навигатор Yota

Папка



- Папка оператора размещается во всех торговых точках
- Папка размещается в зоне, недоступной для клиентов
- Лист посещений и стикер ТМ должны быть размещены в каждой папке. В лист посещений вносится информация о дате визита, ФИО визитера, проводимых мероприятиях.

**Изучил? Круто!
Спасибо за твой
труд и внимание.**

Если у тебя есть вопросы, предложения – напиши
региональному менеджеру по трейд- маркетингу
твоего филиала