

КРА 2014 2 кластер ТРАДИЦИОННЫЙ ТРЕЙД Самообслуживание

	РАСПОЛОЖЕНИЕ	АССОРТИМЕНТ				ОСНОВНАЯ ПОЛКА					ИМПУЛЬС ДМП				
	КАТЕГОРИЯ	MR		NBL		Линейный метраж			ЛОП	Доля на полке	КОЛ-ВО ДМП		ЛОП		
		CAT+ CAT C&T	DOG+ DOG C&T	CAT+ CAT C&T	DOG+ DOG C&T	CAT	DOG	КАТЕГОРИЯ	КАТЕГОРИЯ	КАТЕГОРИЯ	CAT C&T	DOG C&T	CAT C&T	DOG C&T	
Дискаунтер <300	Категория либо непосредственно примыкает (при расположении в том же ряду), либо располагается строго напротив: молочные продукты/сыры, хлеб, фрукты и овощи, кондитерские изделия, мясные паштеты и колбасы,консервы, минеральная вода, соки, замороженные продукты Категория выстроена в одну линию единым блоком, визуальнo доступна покупателям по ходу их движения и не расположена в «слепой зоне» или тупике	25	5	31	7	0,8 м	0,2 м	1,0 м	1. Отдельная выкладка CAT/DOG, WET/DRY 2. Cat POUCH открывает категорию 3. Порядок брендов внутри каждого сегмента – по цене 4. DIAMOND AREA – в центре лучших полок только бестселлеры в достаточном кол-ве фейсов 5. Группировка POUCH по ВКУСУ 6. Сегмент Cat C&T встроен между Whiskas pouch и Sheba pouch или Felix pouch и Whiskas pouch при наличии конкурентов. 7. Актуальные ценники присутствуют под каждым SKU и хорошо видны покупателю.	100%*	1	1	При наличии 1 навески/страйп-ленты Dreamies, она размещается слева от паучей КЕК на краю стеллажа, лицом в покупателю. При наличии 2 навесок/страйп-лент Dreamies одна располагается слева от паучей КЕК на краю стеллажа, лицом к покупателю, а вторая между секциями с влажным премиальным и сухим премиальным кормом. При наличии большого количества навесок - дополнительно разместить навески каждые 1,5-2м, не закрывая основной продукт (напр.: на стыке стеллажей).	При наличии 1 навески/страйп-ленты Pedigree, она располагается в непосредственной близости от Pedigree на краю стеллажа, лицом в покупателю. При наличии 2 навесок/страйп-лент Pedigree они располагается в непосредственной близости от Pedigree и Cesar не закрывая основной продукт (напр.: на стыке стеллажей).	
Дискаунтер <300		25	5	39	9	1 м/ 0,8 м*	0,2 м	1,2 м/ 1 м*		100%*	1	1			
Минимаркет >100		25	5	39	9	1 м/ 0,8 м*	0,2 м	1,2 м/ 1 м*		100%*	1	1			
Минимаркет 100-300		25	5	51	14	1,3 м	0,3 м	1,6 м		100%*	1	1			
Супермаркет 300-600		50	15	82	23	2,7 м	0,5 м	3,2 м		80%	1	1			
Супермаркет 600-1000	50	15	96	36	3,2 м	1,2 м	4,4 м	80%	2	1					
Супермаркет 1000+	Категория примыкает к центральной аллее и визуальнo доступна покупателям по ходу их движения без необходимости оборачиваться. Желательное расположение - по соседству с одной из следующих категорий: молочные продукты/сыры, хлеб, фрукты и овощи, кондитерские изделия, мясные паштеты и колбасы,консервы, минеральная вода, соки, замороженные продукты.	50	15	106	40	4,2 м	1,5 м	5,7 м	80%	2	1				
Гипермаркет 2500+		50	15	106	40	4,2 м	1,5 м	5,7 м	80%	2	1				
C&C 1000+		50	15	106	40	4,2 м	1,5 м	5,7 м	80%	2	1				

* Допускается выкладка 1,0 м в Минимаркетах до 100 м² и в Дискаунтерах от 300 м² при наличии 6-ти полок.

** Допускается 80% при наличии ЧМ.

Размер: Планограмма 1,0 м, 38 линий

Размер: Планограмма 1,2 м, 48 линий – 5 полок

Размер: Планограмма 1,0 м, 48 линий – 6 полок

Тип точки: Дискаунтер до 300 м²

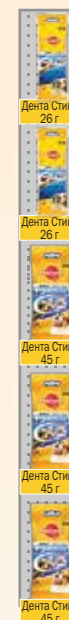
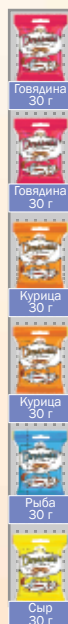


Тип точки: Дискаунтер от 300 м², Малый минимаркет до 100 м²



Тип точки: Дискаунтер от 300 м², Малый минимаркет до 100 м²







1 ПОЛУГОДИЕ 2014 г.

Канал: Самообслуживание

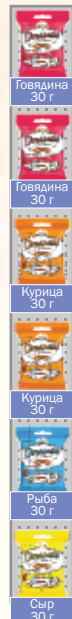
Тип точки: Средний супермаркет 600 – 1000 м²

Размер: 4,4 м: 1,2 м – ассортимент для собак, 3,2 м – ассортимент для кошек (2,1 м – основной ассортимент для кошек, 1,1 м – супер премиальный ассортимент для кошек)

2 кластер

SS 4,4 м
132 линии

2 навески Cat
C&T в категории Cat



ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В СЛУЧАЕ ДВИЖЕНИЯ ПОТОКА ПОКУПАТЕЛЕЙ СПРАВА-НАЛЕВО НЕОБХОДИМО:

1. Изменить последовательность брендов/сегментов согласно схеме ниже, не меняя расположение вкусов/разновидностей

Pedigree/
Chappi

Cesar

Perfect Fit

Sheba

Dreamies

Whiskas

Kitekat

ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

2. Изменить расположение форматов в сухом сегменте

Whiskas

Маленький формат
упаковки

Средний формат
упаковки

Большой формат
упаковки

Kitekat

Большой формат
упаковки

Средний формат
упаковки

Маленький формат
упаковки

ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ



ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В СЛУЧАЕ ДВИЖЕНИЯ ПОТОКА ПОКУПАТЕЛЕЙ СПРАВА-НАЛЕВО НЕОБХОДИМО:

1. Изменить последовательность брендов/сегментов согласно схеме ниже, не меняя расположение вкусов/разновидностей

2. Изменить расположение форматов в сухом сегменте

Whiskas

Маленький формат упаковки

Средний формат упаковки

Большой формат упаковки

Kitekat

**Большой формат
упаковки**

Средний формат упаковки

Маленький формат упаковки

ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

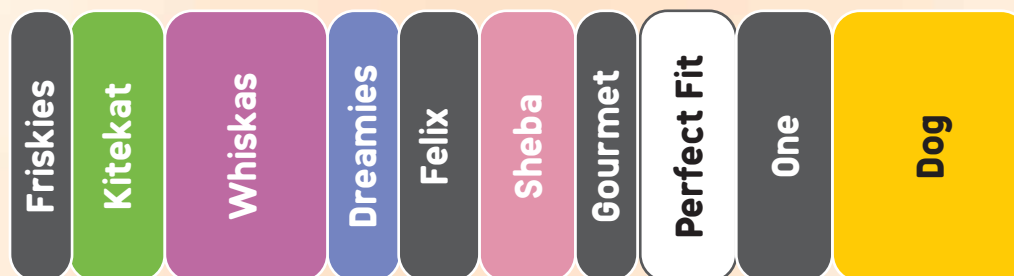
1 ПОЛУГОДИЕ 2014 г.

Рекомендованные схемы расположения брендов при наличии конкурентов

1 Приоритет. Блокировка по производителям в рамках сегментов



2 Блокировка по ценовому принципу



Примеры планограмм по ценовому принципу даны на следующих страницах

	Говядина 30 г
	Говядина 30 г
	Курица 30 г
	Курица 30 г
	Рыба 30 г
	Сыр 30 г

Дента Стикс 26 г

Дента Стикс 26 г

Дента Стикс 45 г

Дента Стикс 77 г

Дента Стикс

[illegible]

1 ПОЛУГОДИЕ 2014 г.

Канал: Самообслуживание

Тип точки: Большой супермаркет 1000 – 5000 м², Гипермаркет более 5000 м², Cash & Carry более 1000 м²

Размер МАРС: 5,7 м: 1,8 м – ассортимент для собак, 4,9 м – ассортимент для кошек (3,5 м – основной ассортимент для кошек, 1,4 м – супер премиальный ассортимент для кошек)

2 кластер

SS 7,2 м
146 линий МАРС

2 навески
Cat C&T
в кате-
гории Cat



ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В СЛУЧАЕ ДВИЖЕНИЯ ПОТОКА ПОКУПАТЕЛЕЙ СПРАВА-НАЛЕВО НЕОБХОДИМО:

1. Изменить последовательность брендов/сегментов согласно схеме ниже, не меняя расположение вкусов/разновидностей

Pedigree/Chappi Cesar Perfect Fit Sheba Dreamies Whiskas Kitekat

ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

2. Изменить расположение форматов в сухом сегменте

Whiskas Kitekat
Маленький формат упаковки Средний формат упаковки Большой формат упаковки
Большой формат упаковки Средний формат упаковки Маленький формат упаковки

ПОТОК ДВИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ