



**SalesWorks®**  
**сценарий**  
**«МЕРЧАНДАЙЗИНГ»**

## Содержание.

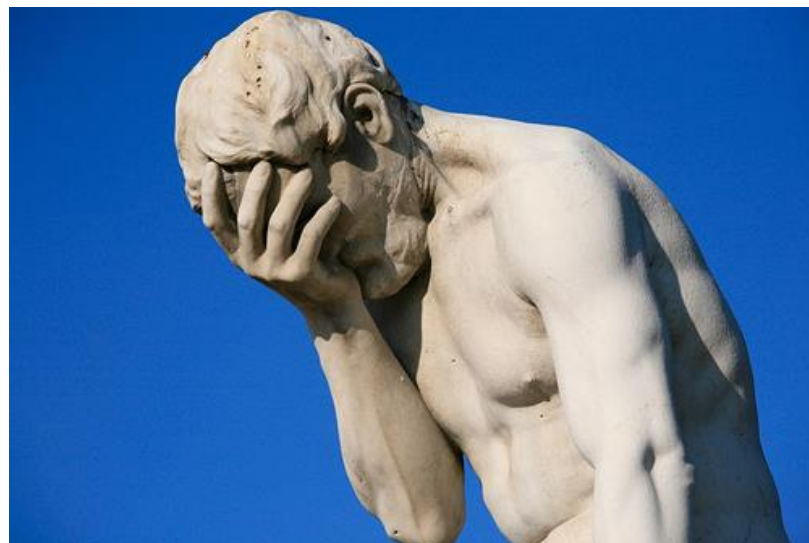
- **Типичные потребности производителей и дистрибуторов FMCG в мерчандайзинговой работе.**
- **Потребности в зависимости от типа торговых точек.**
- **Реализация функционала мерчандайзинга с помощью анкет.**
- **Расширенный сценарий мерчандайзинга для работы с сетевыми ритейлерами.**
- **Анализ данных и принятие решений.**

## Какие трудности с мерчандайзингом испытывает Ваша компания?

### Нарушенный стандарт мерчандайзинга – это убытки

#### Типичными проблемами FMCG компаний в области мерчандайзинга являются:

- Отсутствие стандартов мерчандайзинга.
- Индивидуальное понимание частично описанных стандартов мерчандайзинга исполнителями (торговыми представителями и мерчандайзерами).
- Невозможность надежно и оперативно контролировать фактическое выполнение стандартов.
- Невозможность оперативно довести измененные стандарты до исполнителей.
- Длительность изучения стандартов исполнителями.
- Трудности исполнения мелких деталей стандартов.
- Низкий уровень контроля за мерчандайзингом.
- Нарушения маркетинговых договоров со стороны сетевых ритейлеров (как следствие бесконтрольности).

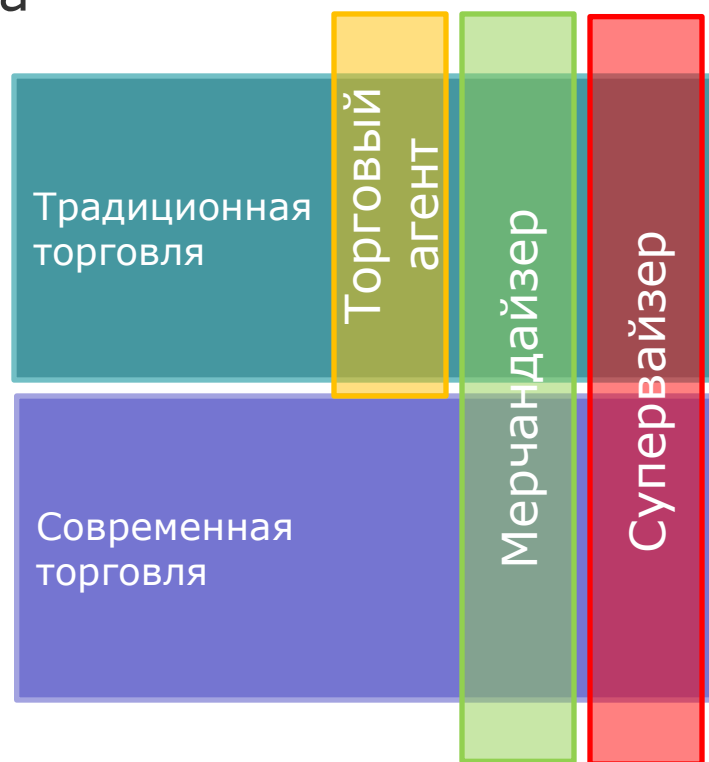


**Не ошибается тот, кто пользуется подсказками.**

## Какой мерчандайзинг нужен?

Специфичный по типу торговой точки и должности сотрудника

- Выполняемый торговым представителем контроль выкладки в магазинах традиционной торговли.
- Выполняемый мерчандайзером контроль выкладки в магазинах современной торговли.
- Выполняемая мерчандайзером коррекция выкладки в магазинах современной торговли.
- Контроль, со стороны мерчандайзера, соблюдения маркетинговых договоров магазинами современной торговли.
- Контроль полноты работы мерчандайзера его супервайзером - соответствие факта в торговой точке мерчандайзинговым стандартам.



**Гарантировать размещение товара в соответствии со стандартами: проверить и исправить.**

## Какой мерчандайзинг нужен?

### Сетка обязанностей сотрудников

	Традиционная торговля	Современная торговля
Торговый агент	Короткий обзор выкладки, дозаказ отсутствующих SKU	Не посещает
Мерчандайзер	Подробный обзор выкладки, договоренности о представленности товаров на полках	Подробный обзор выкладки, контроль соответствия выкладки маркетинговому договору, коррекция выкладки
Супервайзер	Контроль выкладки/мерчандайзинга	Контроль выкладки/мерчандайзинга

**Разумное распределение обязанностей и контроля.**

## Как гарантировать успех каждого сотрудника?

Программное решение адекватное должностным обязанностям.

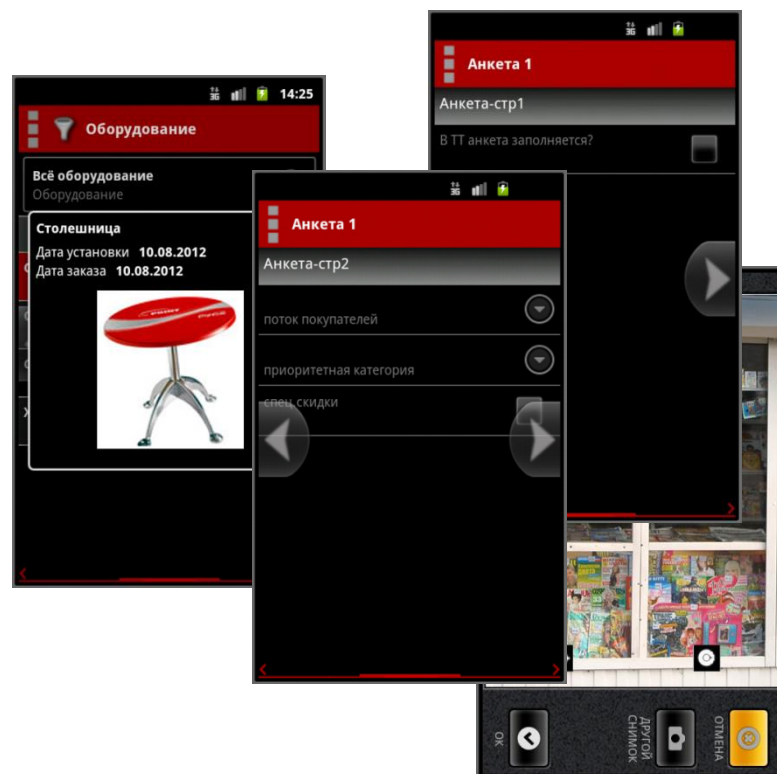


**Шаг за шагом без ошибок.**

## Какие задачи решаемы с помощью стандартной функциональности?

Большинство маркетинговых и мерчандайзинговых задач в магазинах традиционной торговли решаются с помощью анкетирования и базового функционала.

- Функциональность анкетирования и фотографирования позволяет решить большинство рутинных задач, характерных для текущей работы торгового агента.
- Анкеты управляются из центрального модуля и обновляются на мобильных устройствах при очередной синхронизации.
- Анкеты могут быть специфичными для разных типов и классов торговых точек, по территориям и т.п.
- Анкеты позволяют легко и быстро (в реальном времени) собирать базовую мерчандайзинговую и маркетинговую информацию:
  - Длина собственной полки и полки конкурентов;
  - Совпадение фактической выкладки образцовой;
  - Маркетинговая информация для принятия решений;
  - Другая информация по желанию руководителя.

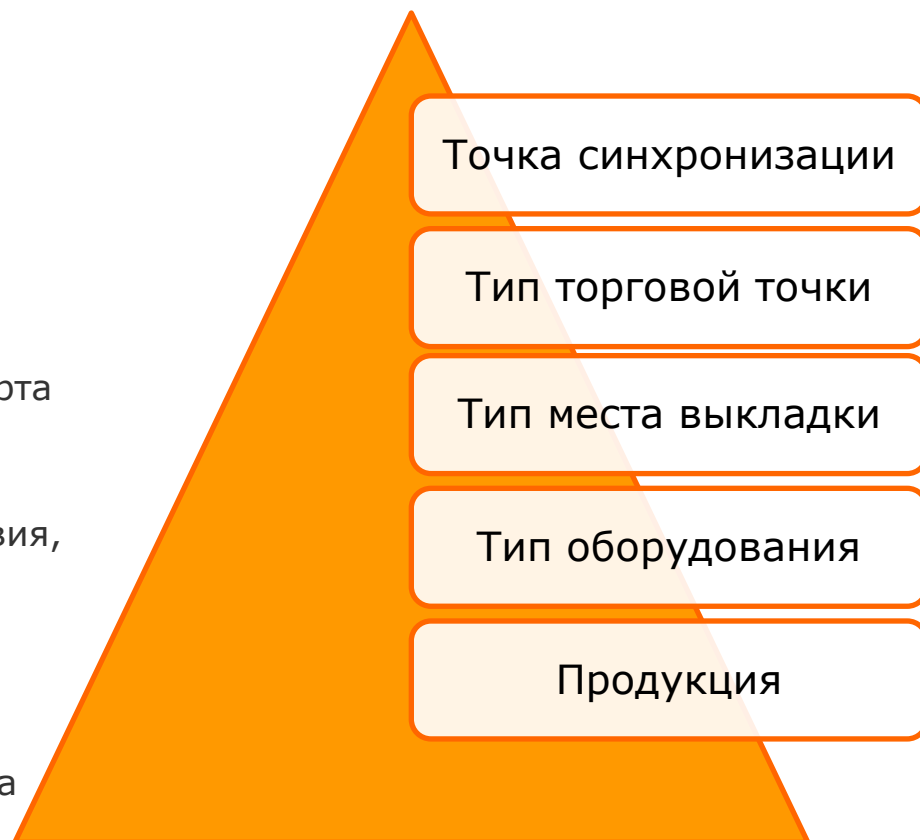


**Оперативные задачи – оперативные ответы.**

## Какие задачи требуют специального сценария?

### Работа в сетевых ритейлерах - специфична.

- Работа мерчандайзера в магазине сетевого ритейлера коренным образом отличается от работы в магазине традиционной торговли.
- Мерчандайзер должен учитывать большее число факторов, составляющих стандарт.
- Стандарт для сетевого ритейла сложнее – требует подготовки в центральном офисе и труднее осваивается (запоминается) мерчандайзером. Точное соблюдение стандарта требует постоянного обращения к справке – описанию стандарта.
- Стандарт мерчандайзинга имеет срок действия, привязывается к типу точки и является универсальным для всех точек одного типа.
- Стандарты могут изменяться посезонно или ежемесячно.
- Только автоматизированный обзор стандарта позволяет выдержать его на 100%.



**Сложные стандарты – в реальную практику.**

## Что такое полный стандарт мерчандайзинга?

Оправданная сложность – ради больших продаж.

Процесс выбора стандарта, подходящего для конкретной ситуации – это несколько шагов, каждый из которых влияет на решение.

### Точка синхронизации

- Регион 1
- Регион 2
- Регион 3

### Тип торговой точки

- Традиционная торговля
- Сеть 1
- Сеть 2
- Сеть 3

### Тип места выкладки

- Касса
- Зал
- Остров
- Тип 4
- Тип 5

### Торговое оборудование

- Холодильник
- Холодильник 2х дверный
- Полка
- Стенд
- ТО 4
- ТО 5

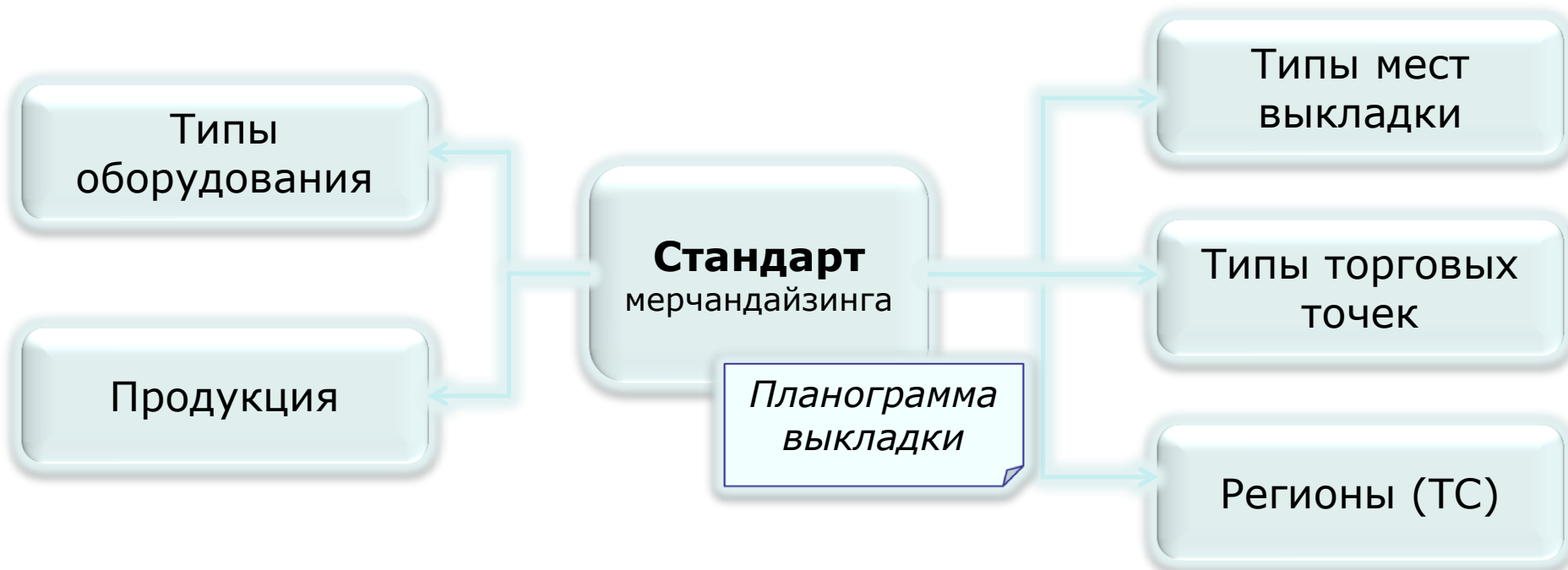
### Продукция

- Мелкая фасовка
- Крупная фасовка
- Акционные смотки.
- Продукция 4
- Продукция 5

**Сложные стандарты – в реальную практику.**

## Стандарт мерчандайзинга

- Уникальное сочетание типа места выкладки, типа оборудования, продукции (количество фейсов и количество продукции) и единиц оценивания
- Стандарт мерчандайзинга имеет срок действия, привязывается к типу точки и является универсальным для всех точек одного типа



**Сложные стандарты – в реальную практику.**

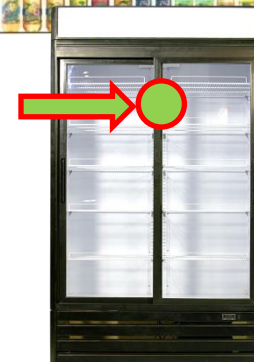
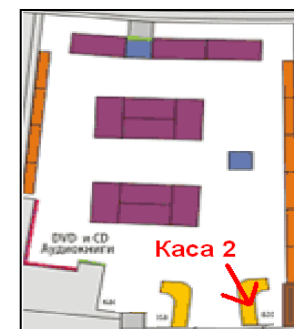
## Что такое полный стандарт мерчандайзинга?

### Пример стандарта.

Расположение выкладки – касса, прикассовая зона. Хорошо просматривается покупателями, ожидающими обслуживания на кассе. В конкретном магазине – касса №2.

Выкладка – горизонтальная для одного размера фасовки, вертикальная – для одного типа продуктов. В центре – квас, далее к краям – сокодержающие напитки, на краях – вода. Всего – 5 полок, каждая шириной 120 см.

Оборудование – двухдверный холодильник. На холодильнике размещается воблер «Лучшая цена» по центру, над вертикалью «квас».



**Изображения помогают понять «с первого взгляда».**

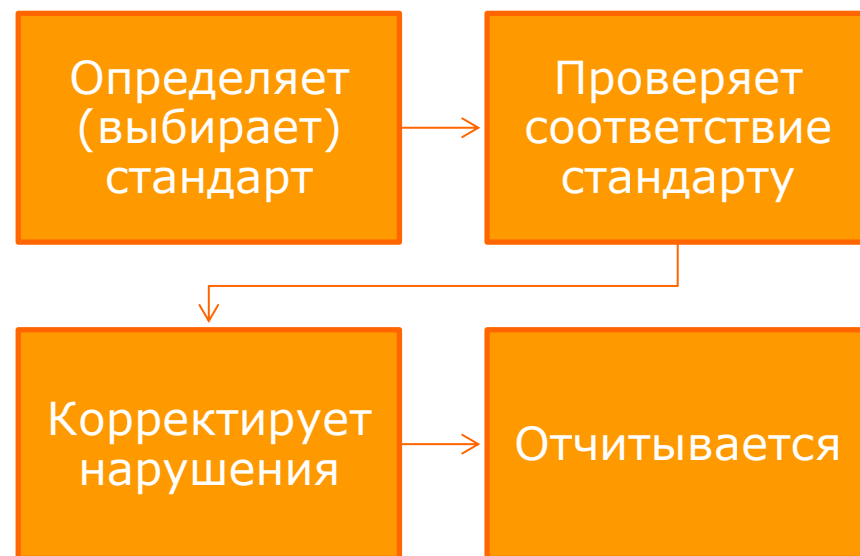
## Что делать мерчандайзеру в магазине?

Пошаговый сценарий работы не оставляет шанса на ошибку.

Посещая конкретную торговую точку мерчандайзер, используя решение SalesWorks, выполняет пошаговые инструкции, что гарантирует достижение требуемого результата.

Он:

- Сопоставляет торговую точку и место выкладки со стандартом.
  - Отвечает на определяющие стандарт вопросы.
- Оценивает степень выполнения каждого из требований стандарта.
  - «Проходит» по каждой позиции.
- Корректирует выкладку так, что бы все требования стандарта выполнялись.
- Формирует отчет о выполнении работы в торговой точке.
  - По заданным из центрального офиса правилам.



**Сложные стандарты – легкая реализация.**

## Как оценить состояние мерчандайзинга?

Система единиц оценивания освобождает от субъективности.

Весь стандарт может быть разбит на ряд измеримых показателей, каждый из которых мерчандайзер замеряет на месте и вносит как ответ анкеты. Мерчандайзер, например, может оценивать:

- Фактическую длину полки.
- Фактическое расположение полки по высоте.
- Наличие рекламных материалов (да/нет, какие).
- Наполненность паллеты (100%/80%/...).
- Количество фейсов, количество SKU на полке...
- Фотографирование

Оценивание выполняется мерчандайзером с помощью внесения соответствующих отметок в ответ на вопросы программы/сценария.

**Некоторые параметры могут быть оценены на основании фотографии полки уже на стороне центрального офиса.**



**Оценка каждой посещенной точки – в деталях.**

## Как проверить работу мерчандайзера?

### Развитая система контроля и отчетов.

Мерчандайзер подтверждает выполнение своих задач:

- Фиксацией GPS-координат торговой точки (до и/или после выполнения сценария).
- Фотографированием выкладки до и/или после выполнения сценария.
- Фиксацией времени выполнения фотографий.

Дополнительный контроль организован в самом сценарии мерчандайзинга:

- Невозможно перейти к очередной операции не выполнив предыдущую (опционально).
- **Задачи и сценарий формируются руководителем.**
- По каждому шагу сценария можно установить требование внесения отметки о выполнении или промежуточного фотографирования.

Собранные, в ходе мерчандайзинга, данные сразу (при очередной синхронизации) вносятся в базу данных и готовы для использования в управлении маркетингом.



**Вы полностью уверены в том, что все сделано верно.**

## Как движутся данные?

### Полная интеграция и перетекание данных.

- Сценарий для мерчандайзинговой работы позволяет компании-производителю FMCG:
  - В полной мере контролировать мерчандайзинговую деятельность на местах.
  - Оперативно оценивать состояние мерчандайзинга.
  - Формировать и корректировать стандарты.
- Фактически – в полной мере управлять мерчандайзингом.
- Накопление собранных данных в базе данных предоставляет особые аналитические возможности как для маркетингового анализа так и для корректировки маркетинговой стратегии.



**Простое и удобное управление мерчандайзингом.**

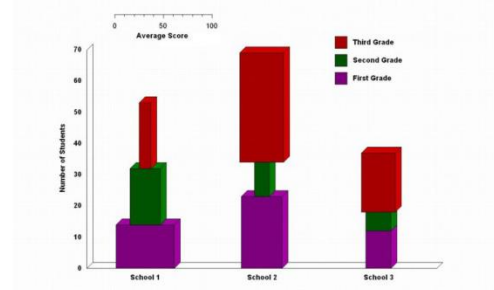
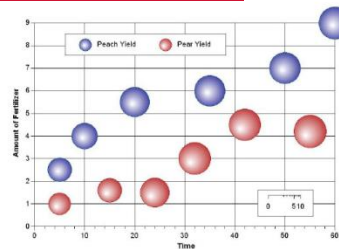
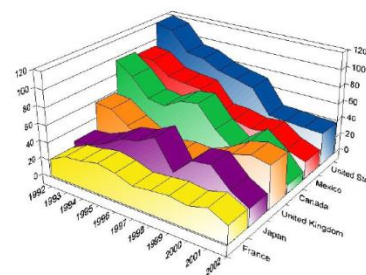
## Что делать с данными?

### Оперативное управление и глубокая аналитика.



- Данные о мерчендайзинге – стандарты, факты выполнения, анкеты для отдельных торговых точек и статистика по сетям накапливаются в центральной базе данных.
- Приведенные в единый формат, с сохранением за длительные периоды данные легко и удобно анализировать в любой аналитической программе.
- Оперативные отчеты легко построить на основании простых выборок из базы данных.
- Глубинные аналитические отчеты удобно использовать для планирования будущих мерчендайзинговых активностей, предварительных оценок их эффективности.
- С такими данными планирование маркетинговых активностей существенно упрощается в технической части открывая новые горизонты для творчества.

3D Area



**Есть данные для глубокого или оперативного анализа.**

## Что Вы получаете с нашей системой?

Абсолютная свобода и 100% надежность в управлении мерчандайзингом.

Наша система предоставляет уникальные возможности в:

- Формировании алгоритма работы мерчандайзера в полном соответствии с бизнес-процессом Вашей компании.
- Сборе любых, маркетинговых и мерчандайзинговых данных о по Вашему желанию.
- Оперативно, при очередной синхронизации устройств мерчандайзеров, корректировать процесс работы мерчандайзера, дополнять и изменять стандарты «на лету».
- Стандарты мерчандайзинга вступают в силу без дополнительных затрат времени на обучение мобильных сотрудников.



**Рост продаж и прибыли благодаря правильному мерчандайзингу.**

## Офисы компании

### Главный офис в России МОСКВА

129164, г. Москва,  
Ракетный бульвар, дом 16,  
Бизнес-центр «Алексеевская Башня», 7 этаж, офис 11

**ТЕЛЕФОН:** +7 495 982 59 61

**ФАКС:** +7 495 982 59 61

**WEB:** [www.softservebs.ru](http://www.softservebs.ru)

### Главный офис в Украине

79053, Львов,  
ул. В. Великого, 52,  
**ТЕЛЕФОН:** +380 32 240 9090

**ФАКС:** +380 32 240 9080

**WEB:** [www.softservebs.com](http://www.softservebs.com)

### Представительство КИЕВ

01042, г. Киев,  
ул. П.Лумумбы 4/6 В

**ТЕЛЕФОН:** +38 044 494 07 77

**ФАКС:** +38 044 390 66 61

**WEB:** [www.softservebs.com](http://www.softservebs.com)