



Стандарты работы супервайзера.

Департамент мерчандайзинга





**СТАНДАРТЫ –
ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ
В КРАТЧАЙШИЕ СРОКИ**

✓ О КОМПАНИИ ЛИДЕР ТИМ	5
✓ СТРУКТУРА ДЕПАРТАМЕНТА МЕРЧАНДАЙЗИНГА	18
✓ СТАРТ РАБОТЫ В КОМПАНИИ	20
✓ КТО ТАКОЙ СУПЕРВАЙЗЕР (ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ)	31
✓ ГРАФИК РАБОТЫ СУПЕРВАЙЗЕРА	34
✓ КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ	35
✓ ПРИНЦИПЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА	40
✓ ШАГИ ВИЗИТА В ТОРГОВУЮ ТОЧКУ (ТТ)	55
✓ ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОМАНДЫ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ	59
✓ РАБОТА С ВНУТРЕННИМИ СЛУЖБАМИ КОМПАНИИ	74
✓ РАБОТА С КЛИЕНТАМИ, АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК (ТТ)	81
✓ ПРИНЦИПЫ УСПЕШНОГО СУПЕРВАЙЗЕРА	92
✓ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ	94

О КОМПАНИИ ЛИДЕР ТИМ

- ✓ О КОМПАНИИ
- ✓ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ
- ✓ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

2003 год – основание Компании **Лидер Тим**

**КАДРОВОЕ
АГЕНТСТВО**

Мерчандайзинг – первое направление работы

2012 год

С 2006 года вводятся новые направления бизнеса:

ПОЛИГРАФ

2011 год

**АУТСТАФФИНГ И
АУТСОРСИНГ
ДЛЯ СЕТЕЙ И
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

**НЕЗАВИСИМАЯ
ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ**

2008 год

ВТЛ-НАПРАВЛЕНИЕ

2007 год

2006 год

Сегодня

Лидер Тим – ведущая в России Компания с опытом работы 10 лет

Лидер Тим – национальная Компания, предоставляющая комплекс услуг, направленных на продвижение товаров и услуг, оптимизацию процессов и экономию средств наших Заказчиков

Лидер Тим использует креативные решения, независимо от масштабов проектов и географии России

О КОМПАНИИ ЛИДЕР ТИМ



- ✓ **65 городов**
- ✓ **более 1 000 населенных пунктов**
- ✓ **4 000 мерчендайзеров**
- ✓ **20 000 кассиров, грузчиков, прочих работников торгового зала, производств и складов**

ВЫВОД:

МЫ ПОМОГАЕМ ОПТИМИЗИРОВАТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ НАШИХ КЛИЕНТОВ И ЭКОНОМИТЬ ДО 20% РАСХОДОВ НА ПРОДВИЖЕНИЕ, КАДРОВЫЕ ВОПРОСЫ И ФИНАНСОВЫЙ УЧЕТ



- ✓ *опыт работы Компании - 10 лет*
- ✓ *более 1500 проектов*



**ВЫВОД: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМАНДА
СПЕЦИАЛИСТОВ ПОМОГАЕТ
КЛИЕНТАМ В ОНЛАЙН-РЕЖИМЕ
ПОЛУЧАТЬ НЕОБХОДИМУЮ
УПРАВЛЕНЧЕСКУЮ ИНФОРМАЦИЮ**

ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

- мы ориентируемся не на процесс, а на результат, постоянно работая над повышением эффективности.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

- мы выполняем то, что обещаем и мы честны с нашими Клиентами, поскольку именно их доверие является нашим наиболее ценным достижением.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

- мы знаем, чем живут наши Клиенты, умеем поставить себя на их место и постоянно совершенствуем свою работу, исходя из понимания реальных мотивов и потребностей наших Партнеров.

ИННОВАТИВНОСТЬ

- мы предлагаем наиболее современные технологии и предоставляем услуги, которые удовлетворяют потребности наших Клиентов.

КОМПЛЕКСНОСТЬ

- мы предлагаем широкий спектр услуг, которые позволяют максимально эффективно решить бизнес-задачи.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

- мы постоянно улучшаем результаты и сокращаем затраты, добиваясь наиболее оптимальных решений.

ПАРТНЕРСТВО

- мы придерживаемся принципов долгосрочности и глубины отношений, готовности к объективному диалогу.



ВЫВОД:

***УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР ЛИДЕР ТИМ
ЗНАЕТ СПЕЦИФИКУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ
И
РУКОВОДСТВУЕТСЯ ЦЕННОСТЯМИ,
ВЫПОЛНЯЯ СВОИ ОБЯЗАННОСТИ***

НАПРАВЛЕНИЯМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ЯВЛЯЮТСЯ:

Аутстаффинг и
аутсорсинг для
Сетей

Аутстаффинг и
аутсорсинг для
Производителей

Независимая
инвентаризация

Мерчандайзинг

ВТЛ

Кадровое агентство

Полиграф

Управление торговыми
командами

Автоматизация
работы торговых
команд

Программы мотивации
торгового персонала

ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ЖИЗНИ КОМПАНИИ, СТРУКТУРЕ И РУКОВОДСТВЕ
ТЫ МОЖЕШЬ НАЙТИ НА САЙТАХ КОМПАНИИ:

<http://leaderteam.ru/>

<http://pro.leaderteam.ru/>

А ТАКЖЕ, НА КОРПОРАТИВНОМ ПОРТАЛЕ ПО ССЫЛКЕ:

ПОРТАЛ – <http://info.leaderteam.ru:8080/>

ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ КОМПАНИЕЙ

МЕРЧАНДАЙЗИНГ – услуга, направленная на продвижение товара, которая заключается в определении способов выкладки



BTL – услуги по продвижению товара непосредственно в местах продаж (рекламные листовки, рекламные плакаты и дегустации непосредственно в точках продаж)

АУТСТАФФИНГ – услуга по выводу персонала за штат компании-клиента. Т.е. трудоустройство уже работающего персонала в штат компании-исполнителя



ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ КОМПАНИЕЙ



АУТСОРСИНГ – спектр услуг по реализации рабочих процессов компании-клиента, полностью организованный компанией-исполнителем (*бухгалтерская служба, юридическая служба, IT-отдел, подбор персонала, производственный цикл и прочее*)

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ – услуга по пересчёту, измерению, взвешиванию материальных ценностей компании-клиента

ПОЛИГРАФ – услуга по профессиональной проверке кандидатов на детекторе лжи



КАДРОВОЕ АГЕНТСТВО – услуга по подбору специалистов среднего и высшего звена

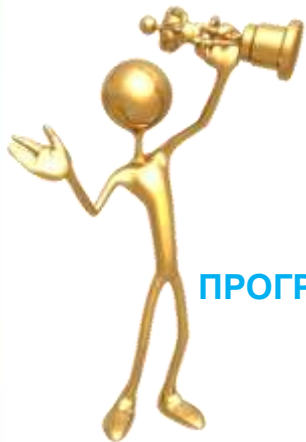
ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ КОМПАНИЕЙ



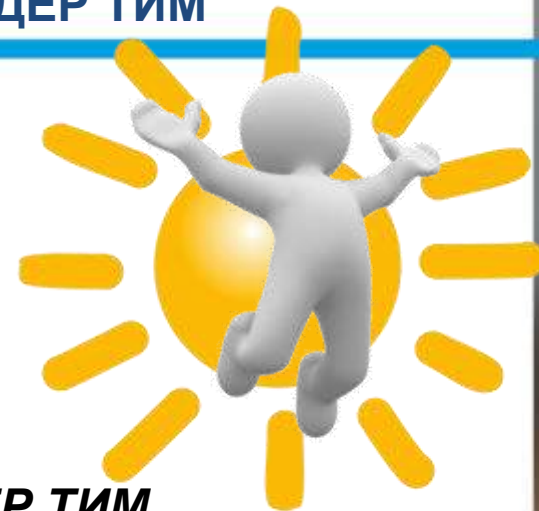
УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМИ КОМАНДАМИ – управление торговыми представителями и мерчендайзерами компании-клиента



АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ КОМАНД – предоставление специального оборудования (*КПК*) и программного обеспечения (*Gotosales*) для оперативной фиксации различной информации в торговом зале (*фотографии, цены, наличие товаров и т.д.*)



ПРОГРАММЫ МОТИВАЦИИ ТОРГОВОГО ПЕРСОНАЛА – программы, направленные на стимулирование продавцов в целях рекомендовать покупателям товары определенных марок



ВЫВОД:

УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР ЛИДЕР ТИМ

ЗНАЕТ КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

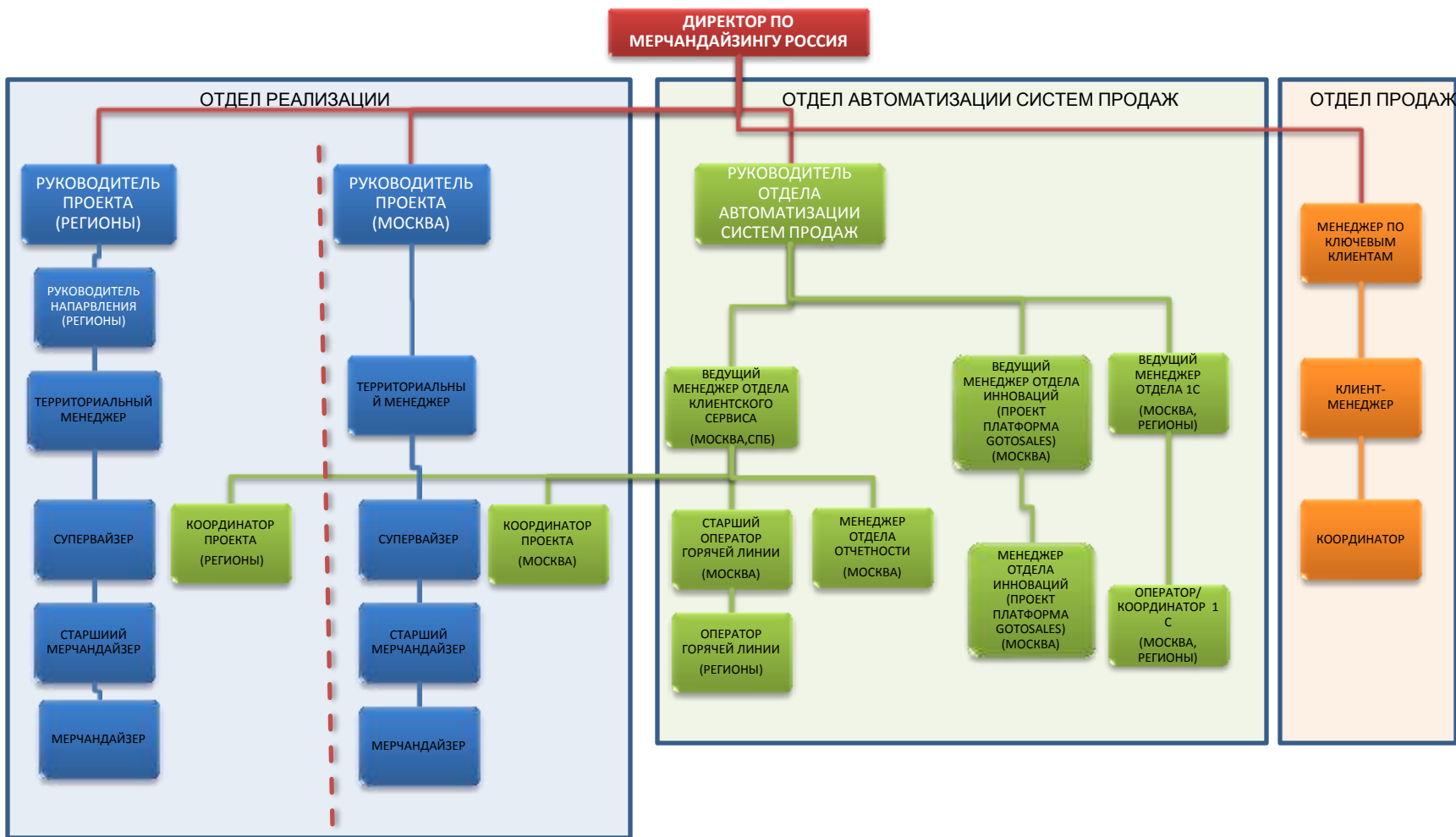
И ИСПОЛЬЗУЕТ ДАННУЮ ИНФОРМАЦИЮ

В РАБОТЕ



СТРУКТУРА ДЕПАРТАМЕНТА МЕРЧАНДАЙЗИНГА

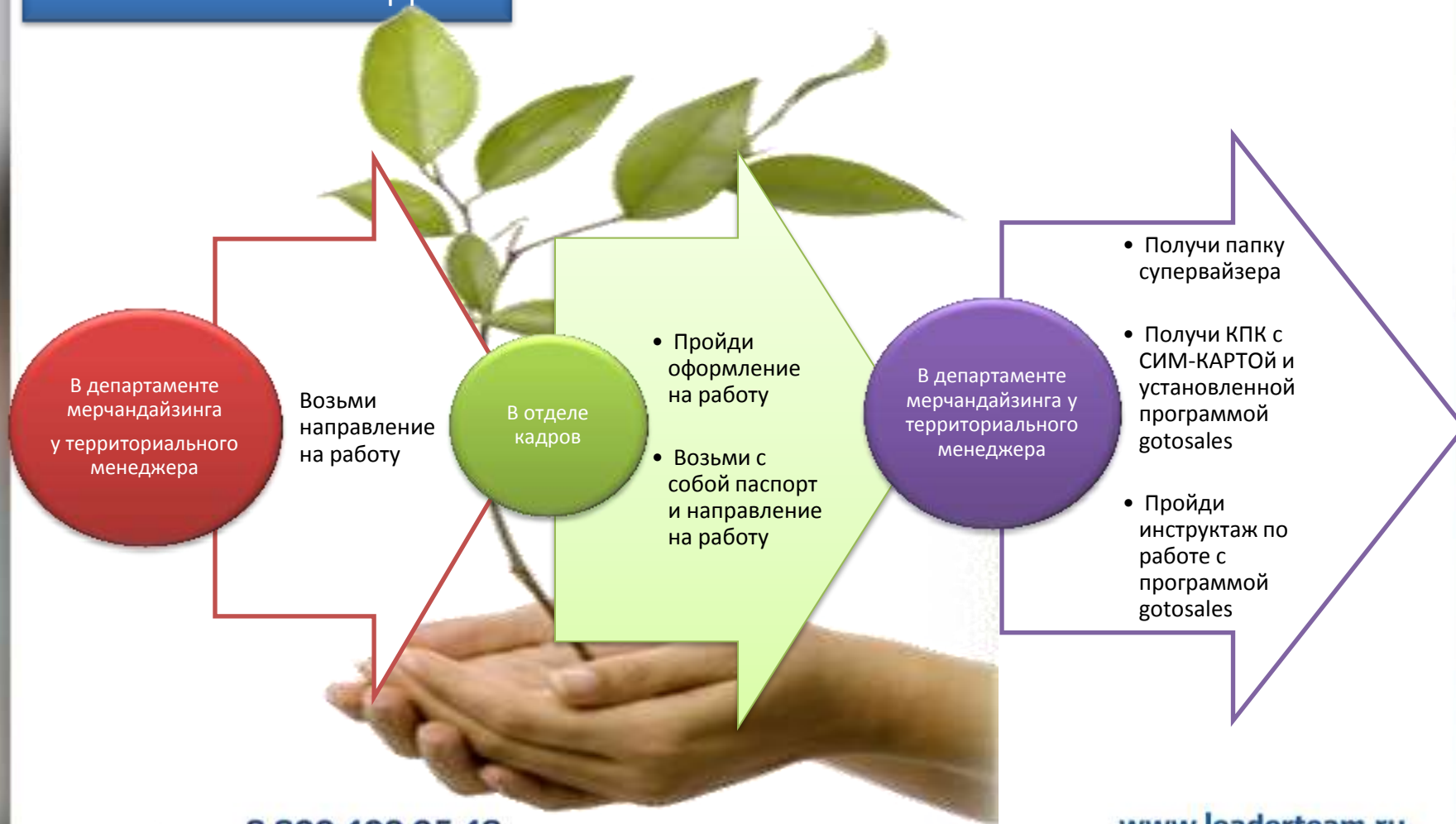
СТРУКТУРА ДЕПАРТАМЕНТА МЕРЧАНДАЙЗИНГА





- ✓ ПЕРВЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ В КОМПАНИИ
- ✓ ПЕРВАЯ НЕДЕЛЯ РАБОТЫ В КОМПАНИИ

В ПЕРВЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ





ПАПКА СУПЕРВАЙЗЕРА:

1. МАРШРУТНЫЙ ЛИСТ СУПЕРВАЙЗЕРА
2. ПАПКА МЕРЧАНДАЙЗЕРА
3. ПЛАН РАБОТЫ НА НЕДЕЛЮ
4. ПИСЬМА ДОПУСКА В ТТ
5. ТАБЕЛЬ УЧЕТА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ
6. РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КПК
7. СТАНДАРТЫ РАБОТЫ СУПЕРВАЙЗЕРА, ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ
8. ДОКУМЕНТЫ ПО КЛИЕНТАМ:
 - руководства по выкладке (согласованные матрица ассортимента, планограммы)
 - формы отчетов по клиентам
 - документы по акциям, POS – материалы
 - протокол аудита с клиентом

МАРШРУТНЫЙ ЛИСТ СУПЕРВАЙЗЕРА (ГРАФИК РАБОТ)

ПРЕДОСТАВЬ ПОЛНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ГРАФИКЕ РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ:

- фамилия и имя мерчендайзера
- сеть и адрес тт
- перечень клиентов
- график работы мерчендайзера в каждой тт, по каждому клиенту

График работ (визитка)

Неделя: 22 27.05-02.06 | Рег. офис: Москва | Менеджер: Стойко Оксана | Супервайзер: Макленко Екатерина | Мерчендайзер: Керимбекова Гульзат | Применить

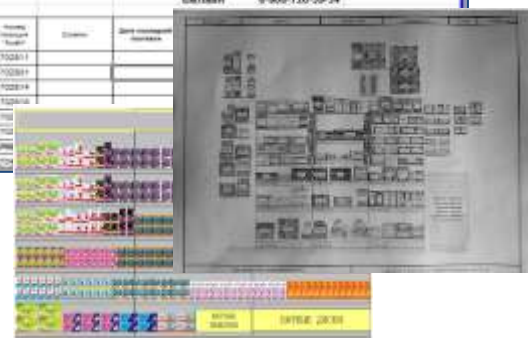
Сеть	Адрес	Производитель	План	ПН	Вт	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС	Примечание
7 континент	Москва, Беговая, 4	Кимберли-Кларк (Котекс, Клинекс, Хелгис)	5	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	ВХ	ВХ	
7 континент	Москва, Беговая, 4	Котани (Котани)	5	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	ВХ	ВХ	
7 континент	Москва, Беговая, 4	Оркла (Крупская, Сладко)	4	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	09:00-13:00	ВХ	ВХ	

ДОКУМЕНТ ЗАПОЛНЯЕТСЯ НА ПЛАТФОРМЕ GOTOSALES

ПАПКА МЕРЧАНДАЙЗЕРА

ПЕРЕДАЙ
СОГЛАСОВАННЫЕ МАТРИЦЫ АССОРТИМЕНТА
И ПЛАНОГРАММЫ КЛИЕНТОВ
МЕРЧАНДАЙЗЕРАМ

№	ИДЕНТИФИКАТОР	НАЗВАНИЕ ТОВАРА	КОЛИЧЕСТВО	СТАТУС	Дополнительная информация
1	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	
2	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	
3	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	
4	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	
5	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	
6	00000000000000000000000000000000	КООН.ДЕТСКИЕ ОБИЕКТЫ F 14/8	10000	OK	



Адресная программа мерчендайзера

Сеть	Ветка	Адрес	ИДЕНТИФИКАТОР	ВР	ВС	СР	ЧБ	ПТ	СБ	ВС
Сеть 1	Ветка 1	Адрес 1	ИДЕНТИФИКАТОР	ВР	ВС	СР	ЧБ	ПТ	СБ	ВС
Сеть 2	Ветка 2	Адрес 2	ИДЕНТИФИКАТОР	ВР	ВС	СР	ЧБ	ПТ	СБ	ВС

- ЗАПОЛНИ АДРЕСНУЮ ПРОГРАММУ МЕРЧАНДАЙЗЕРА:
- ФИО мерчендайзера
 - название сети, адрес, г/т
 - список клиентов
 - распределение времени выкладки товара клиента по дням недели

ВОЗЬМИ ФОРМЫ ОТЧЕТОВ ПО КЛИЕНТАМ
В ОТДЕЛЕ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

ПЕРЕДАЙ ЭТИ ФОРМЫ ОТЧЕТОВ
МЕРЧАНДАЙЗЕРАМ

ПЛАН РАБОТЫ НА НЕДЕЛЮ

ВНИМАТЕЛЬНО ЗАПОЛНИ
ПЛАН РАБОТЫ НА НЕДЕЛЮ
НА ПЛАТФОРМЕ GOTOSALES:

- выбери свой офис (Москва / регион)
- выбери период работы
- выбери сеть, адрес тт
- отметь маршрут по тт на неделю

Планирование маршрутов супервайзеров

Рег. офис: Менеджер: Супервайзер: День с: День по:

Сеть	Адрес	27.05	28.05	29.05	30.05	31.05
Региональные Сети Москва, Хорошевское ш, 16		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Региональные Сети Москва, Щукинская ул, 42		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Авоська Москва, Башиловская ул, 21		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Задания

День с: День по:

Наименование	Тип задания	Начало	Завершение	Состояние	Зона	Менеджер
Срочно до конца работы для каждой точки сделать фото	Текст	05.05.2013	31.05.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Кувшинов Алексей
Вело камера и выкладка продукции Акции Салатки	Фото	05.05.2013	31.05.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Кувшинов Алексей
напомнить сотрудникам о 14.05 собрании (начиная с 14.05) встреча с Командой Ротация 10.05	Дополн	14.05.2013	29.05.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Сидорова Елена
сделать фото отгрузки выкладки по зонам по тт	Дополн	29.05.2013	29.05.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Сидорова Елена
Клиент: Фирма-заказчик... (срок 15 по 20 мая. Доставка до 08.00 выключено)	Дополн	15.05.2013	20.05.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Сидорова Елена
Напомнить клиентам о предстоящих акциях: Вкусный Шницель, Сеть Шницель, Фарш 100 г	Дополн	01.06.2013	01.06.2013	ПЛАНИРУЮ	Москва	Сидорова Елена

ПРОСМАТРИВАЙ ЗАДАНИЯ
НА НЕДЕЛЮ И
ОТМЕЧАЙ ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАДАНИЙ
НА ПЛАТФОРМЕ GOTOSALES

выбери период работы

прочитай задание,
посмотри форму
отчета по заданию

посмотри сроки
выполнения задания

посмотри
тт, в которых будет выполняться задание и
исполнителей задания

ПИСЬМА ДОПУСКА В ТТ

ПИСЬМО ДОПУСКА В ТТ ОТ КЛИЕНТА:

- сеть магазинов
- период посещения ТТ для выкладки товаров клиента
- список документов у сотрудников, необходимых для допуска в ТТ
- список сотрудников (мерчандайзеров, супервайзеров, торговых представителей), допускаемых для работы в ТТ

ПИСЬМО ДОПУСКА В ТТ ОТ АДМИНИСТРАЦИИ ТТ:

- сеть магазинов
- период посещения ТТ для выкладки товаров клиента
- список документов у сотрудников, необходимых для допуска в ТТ

ТАБЕЛЬ УЧЕТА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ

ВНИМАТЕЛЬНО ЗАПОЛНИ ВСЕ ПОЛЯ НА ПЛАТФОРМЕ GOTOSALES

ВЫБЕРИ:

- офис (Москва/ регионы), в котором работаешь
- текущий месяц работы

ОТМЕТЬ В СПИСКЕ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ:

- статус каждого мерчандайзера (выходы/ невыходы на работу)

ПОСМОТРИ ИТОГОВЫЙ СТАТУС МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ:

- количество выходов на работу
- выходных
- невыходов на работу

The screenshot displays the 'График выхода на работу сводный' (Summary Work Schedule) interface. It features a table with columns for days of the month (01 to 31) and rows for individual merchandisers. The interface includes dropdown menus for 'Офис' (Office) and 'Месяц' (Month). Summary columns at the bottom right show 'Выходы' (Exits), 'Выходных' (Holidays), and 'Невыходы' (No Exits). Blue arrows highlight the 'Офис' and 'Месяц' dropdowns, the 'Статус' column in the table, and the summary columns.

СТАРТ РАБОТЫ В КОМПАНИИ

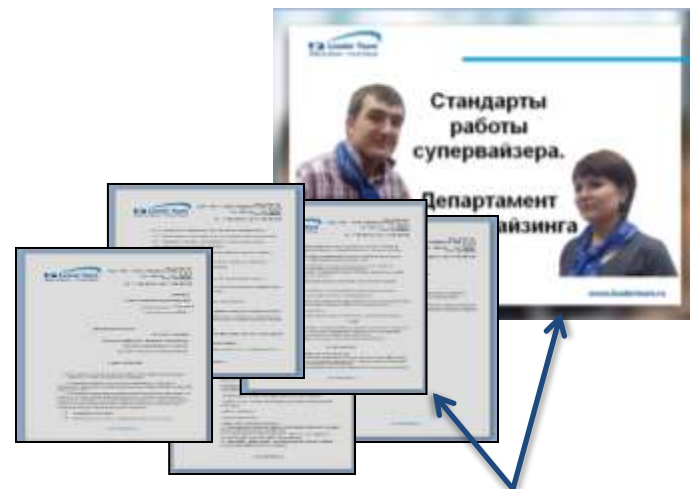
РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
КПК И ПЛАТФОРМЫ GOTOSALES

ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ И
СТАНДАРТЫ РАБОТЫ СУПЕРВАЙЗЕРА



ВНИМАТЕЛЬНО ПРОЧИТАЙ
РУКОВОДСТВО ПО
ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
КПК И ПЛАТФОРМЫ

ИСПОЛЬЗУЙ КПК И
ПЛАТФОРМУ ДЛЯ РАБОТЫ

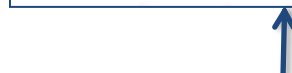


ПРИДЕРЖИВАЙСЯ В РАБОТЕ

ДОЛЖНОСТНОЙ ИНСТРУКЦИИ И
СТАНДАРТОВ РАБОТЫ

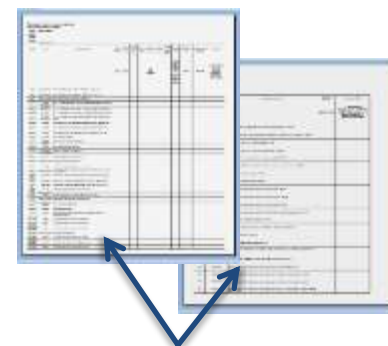
ДОКУМЕНТЫ ПО КЛИЕНТАМ

1. Дата	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
2. Инициалы	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
3. Место	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
4. Адрес	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
5. Инициалы	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
6. Телефон	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
7. Комментарий	Имя руководителя	Имя руководителя клиента
8. Дата	Имя руководителя	Имя руководителя клиента



ВОЗЬМИ БЛАНК ПРОТОКОЛА АУДИТА С КЛИЕНТОМ
У ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА

**ЗАПОЛНЯЙ ПРОТОКОЛ АУДИТА
НА ОФИЦИАЛЬНОМ БЛАНКЕ КОМПАНИИ**

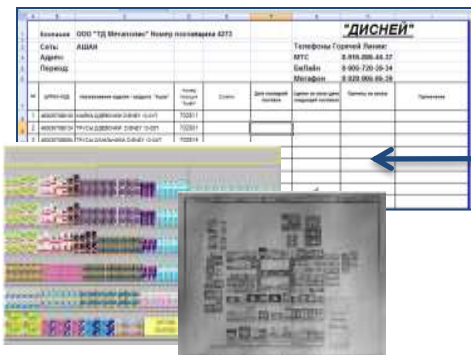


ВОЗЬМИ ФОРМЫ ОТЧЕТОВ ПО КЛИЕНТАМ
В ОТДЕЛЕ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

**ПЕРЕДАЙ ЭТИ ФОРМЫ ОТЧЕТОВ
МЕРЧАНДАЙЗЕРАМ**

ВОЗЬМИ РУКОВОДСТВА ПО ВЫКЛАДКЕ
(СОГЛАСОВАННЫЕ МАТРИЦЫ
АССОРТИМЕНТА, ПЛАНОГРАММЫ)
У ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА

**ОБУЧИ СВОЮ КОМАНДУ ВЫКЛАДКЕ В
СООТВЕТСТВИИ СО СТАНДАРТАМИ**



ВОЗЬМИ ДОКУМЕНТЫ ПО АКЦИЯМ КЛИЕНТОВ
У ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА

**ОБУЧИ СВОЮ КОМАНДУ ВЫКЛАДКЕ ПО
АКЦИЯМ**

Период	Примерные даты	Тип акции	Код Ашан	наименование товара
2-1	01.02 - 09.02	Стоп-район	238542	СЕНИ ЛЕДИ СУПЕР 15
2-1	01.02 - 09.02	Стоп-район	665874	SENI LADY PLUS ПРОКЛ.УРОП.
2-1	01.02 - 09.02	Стоп-район	9435	SUPER SENI M 10ШТ
2-1	01.02 - 09.02	Стоп-район	425510	SUPER SENI XL 10ШТ
2-2	10.02-19.02	ТЖ	9582	BELLA НОВА КЛАССИК КОМФ ПРОКЛ
2-2	10.02-19.02	Стоп-район	9435	SUPER SENI M 10ШТ
2-2	10.02-19.02	Стоп-район	9440	SUPER SENI L 10ШТ
2-2	10.02-19.02	Стоп-район	425510	SUPER SENI XL 10ШТ

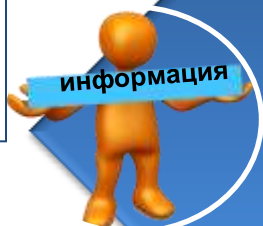
Клиент	Адрес	ФНО клиента	Тел, e-mail	День рождения
компания	адрес компании			
срть II	адрес II			

ЗАПОЛНИ КАРТОЧКУ КЛИЕНТА В EXCEL.

**ПЕРЕДАВАЙ КАРТОЧКУ КЛИЕНТА ТЕРРИТОРИАЛЬНОМУ МЕНЕДЖЕРУ
ПРИ ИЗМЕНЕНИЯХ В КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ КЛИЕНТА**

СТАРТ РАБОТЫ В КОМПАНИИ

В ПЕРВУЮ НЕДЕЛЮ РАБОТЫ



ВОЗЬМИ У ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА СЛЕДУЮЩУЮ ИНФОРМАЦИЮ:

- структура Компании
- территория (сети, тт)
- виды отчетности
- список подчиненных мерчандайзеров
- ассортимент продукции
- список клиентов

ВОЗЬМИ КОНТАКТНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О СПЕЦИАЛИСТАХ КОМПАНИИ НА КОРПОРАТИВНОМ ПОРТАЛЕ

<http://info.leaderteam.ru:8080/>

Позвони **на открытую линию** при возникновении происшествий и экстренных ситуаций:

8-800-100-05-18 (звонок по России бесплатный)

8-926-508-23-59

8-499-941-07-76

1022 (внутренний телефон)

Электронный адрес oper1@leaderteam.ru



Испытательный срок длится
2-3 месяца в зависимости от
решения руководителя



СТАЖИРУЙСЯ С ОПЫТНЫМ КОЛЛЕГОЙ – СУПЕРВАЙЗЕРОМ В «ПОЛЯХ»

СУПЕРВАЙЗЕР КОМПАНИИ ЛИДЕР ТИМ



**СОТРУДНИК ДЕПАРТАМЕНТА МЕРЧАНДАЙЗИНГА,
КОНТРОЛИРУЮЩИЙ КАЧЕСТВО МЕРЧАНДАЙЗИНГА,
ОСУЩЕСТВЛЯЕМОГО МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ В ТТ,
ПО СТАНДАРТАМ КЛИЕНТА ИЛИ АДМИНИСТРАЦИИ ТТ**

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ СУПЕРВАЙЗЕРА

НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ



ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ У КЛИЕНТОВ



В ОФИСЕ:

ПРОВЕДЕНИЕ СОБРАНИЙ С МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ:

- ✓ получение от мерчандайзеров и проверка отчетности
- ✓ постановка задач
- ✓ информирование об акциях, изменениях отчетности и планаграмм
- ✓ мотивация мерчандайзеров (материальная и нематериальная мотивация)

В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ:

ПОЛЕВОЕ ОБУЧЕНИЕ НОВОГО МЕРЧАНДАЙЗЕРА (постановка на маршрут)

КОНТРОЛЬ РАБОТЫ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ:

- ✓ статус мерчандайзера
- ✓ выполнение задач
- ✓ звонков на горячую линию о ситуации с продуктом в ТТ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ О СИТУАЦИИ С ПРОДУКТОМ В ТТ

РЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ «КЛИЕНТ- АДМИНИСТРАЦИЯ ТТ»

ПРОВЕДЕНИЕ СОВМЕСТНЫХ АУДИТОВ В ТТ

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ СУПЕРВАЙЗЕРА

НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

ФОРМИРОВАНИЕ
ЛОЯЛЬНОСТИ У
АДМИНИСТРАЦИИ И ТТ



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ
ВНУТРЕННИМ СЛУЖБАМ
КОМПАНИИ



ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ
ТЕРРИТОРИАЛЬНОМУ МЕНЕДЖЕРУ:
✓ графика работы мерчандайзеров
✓ зарплатной ведомости
мерчандайзеров
✓ протокола аудитов с клиентами

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОТЧЕТНОСТИ В
ОТДЕЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА:
✓ отчет по клиентам

В ОФИСЕ:

В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ:

РАЗВИТИЕ ЛОЯЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ С
АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ

РЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ ВОПРОСОВ
«МЕРЧАНДАЙЗЕР – СОТРУДНИК ТТ»,
«КЛИЕНТ - АДМИНИСТРАЦИЯ ТТ»

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ
МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В ТТ

ИНФОРМИРОВАТЬ
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ,
КАМОВ ОБ ОТКРЫТИИ НОВЫХ ТТ ДЛЯ
РАСШИРЕНИЯ ТЕКУЩИХ КЛИЕНТОВ В
АДРЕСНОЙ ПРОГРАММЕ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОТЧЕТНОСТИ В
ОТДЕЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА:
✓ контроль звонков мерчандайзеров
на клиентский сервис

ГРАФИК РАБОТЫ СУПЕРВАЙЗЕРА



В торговых точках
5 дней в неделю
по закрываемому маршруту

В офисе
1-2 раза в неделю
по мере
необходимости



Максимальное время
нахождения в офисе:
20% от рабочего времени

Выходные дни устанавливаются
территориальным менеджером
в зависимости от задач проекта
по скользящему графику

Рабочий день: пн, вт, чт, пт, сб
Выходной день: ср, вс



Рабочий день с 9.00 до 18.00.
В 9.00 должна быть проведена
синхронизация в 1 тт.

Распределение рабочего времени
может меняться в зависимости от
целей и задач проекта

Обед - 1 час



В случае отсутствия на рабочем
месте (в т.ч. по болезни)
немедленно предупреди
территориального менеджера
о причине отсутствия и времени
возвращения на рабочее место



- ✓ ПРАВИЛА ВНЕШНЕГО ВИДА СОТРУДНИКА
- ✓ ПРАВИЛА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ, С КЛИЕНТАМИ

В КОМПАНИИ ПРИНЯТ ДРЕСС-КОД ДЛЯ ПОЛЕВОГО ПЕРСОНАЛА

ПОВСЕДНЕВНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ

ОДЕЖДЫ:

- брюки/ джинсы,
- рубашка/ футболка

ОПРЯТНЫЙ И УХОЖЕННЫЙ ВИД:

- чистая выглаженная одежда
- вычищенная обувь
- ухоженные волосы и ногти
- неяркий (дневной) макияж (для женщин)
- отсутствие резких запахов (природного происхождения и парфюмерии)

ОБУВЬ :

- НА НЕВЫСОКОМ УСТОЙЧИВОМ КАБЛУКЕ (для женщин)
- С ЗАКРЫТЫМИ НОСКОМ И ПЯТКОЙ

АККУРАТНЫЙ ВИД У ДОКУМЕНТОВ И ПАПОК



НЕПРИЕМЛЕМЫЕ ВИДЫ УКРАШЕНИЙ:

- татуировки и пирсинг на открытых частях тела
- золотые украшения и бижутерия (допустимо обручальное кольцо)



НЕПРИЕМЛЕМЫЕ ВИДЫ ОДЕЖДЫ:

- джинсы с рваной поверхностью
- спортивная одежда
- пляжная одежда и обувь
- глубокое декольте
- мини-юбка



ПРИДЕРЖИВАЙСЯ ПРАВИЛ ОБЩЕНИЯ С СОТРУДНИКАМИ И КЛИЕНТАМИ

РАЗГОВАРИВАЙ
ДРУЖЕЛЮБНО С
СОТРУДНИКАМИ И
КЛИЕНТАМИ!

УВАЖАЙ СОТРУДНИКА
НЕЗАВИСИМО ОТ ЕГО
ДОЛЖНОСТИ!

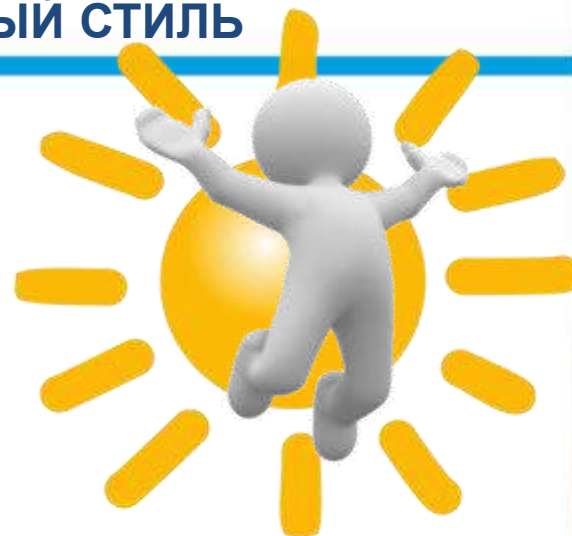
КЛИЕНТ ВСЕГДА ПРАВ!



НЕ КРИТИКУЙ ПРИ КЛИЕНТЕ:

- условия работы в Компании
- профессиональные обязанности сотрудников
- личные и профессиональные качества сотрудников

НЕ ИСПОЛЬЗУЙ
НЕНОРМАТИВНУЮ ЛЕКСИКУ!



ВЫВОД:

***УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР ЧЕТКО СЛЕДУЕТ
ГРАФИКУ РАБОТЫ И КОРПОРАТИВНОМУ СТИЛЮ***

- ✓ ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА
- ✓ ВИДЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА
- ✓ ПРАВИЛА МЕРЧАНДАЙЗИНГА
- ✓ ЗОНЫ ПОЛОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА
- ✓ ОСНОВНЫЕ МЕСТА ПРОДАЖ
- ✓ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕСТА ПРОДАЖ
- ✓ ПРИНЦИПЫ ВЫКЛАДКИ
- ✓ ЧТО ТАКОЕ ПЛАНОГРАММА?
- ✓ SKU (СКЮ) И FACE (ФЕЙС)
- ✓ СТОК (STOCK) И АУТОФСТОК (OUTOFSTOCK)
- ✓ ШАГИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМО-АКТИВНОСТЕЙ В ТТ.
- ✓ ВИДЫ POS-МАТЕРИАЛОВ



ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВОДИМЫХ В ТТ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА БЕЗ ПОМОЩИ ПРОДАВЦА , С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

ВИДЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

СТАЦИОНАРНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ

МЕРЧАНДАЙЗЕР РАБОТАЕТ В ОДНОЙ ТТ
ПОЛНЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ

ВИЗИТНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ

МЕРЧАНДАЙЗЕР РАБОТАЕТ В НЕСКОЛЬКИХ ТТ
ПО СОГЛАСОВАННОМУ ГРАФИКУ



ПРАВИЛА МЕРЧАНДАЙЗИНГА

1. Вынеси продукт со склада на полку
2. Выставь приоритетные позиции в первую очередь
3. Поддерживай ассортиментную матрицу согласно контракту с клиентом
4. Контролируй достаточный запас в тт
5. Рекомендуй заказы товара товароведу тт



1. Поставь продукт на приоритетное место
2. Поддерживай ровные корпоративные блоки
3. Поверни весь продукт лицом к покупателю
4. Выставь товар с меньшим сроком годности вперед

1. Соблюдай планограмму при выкладке
2. Обеспечь наличие ценника
3. Размести POSM (если есть)
4. Соблюдай чистоту продукции и мест продажи

ЗОНЫ ПОЛОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА



ЗОНА ДОТЯГИВАНИЯ (160-200 см)

доступ покупателя к продукту затруднен
полка имеет самую низкую ценность для покупателя

ЗОЛОТАЯ ПОЛКА. ЗОНА ОПТИМАЛЬНОГО ОБЗОРА (140-160 см)

Расположена на уровне глаз и рук покупателя
Приоритетная полка стеллажа

ЗОНА ДОСТУПА (60-140 см)

Расположена на уровне рук покупателя
полка имеет вторую по значимости ценность после золотой полки

ЗОНА НАКЛОНА (ниже 60 см)

полка имеет невысокую ценность
Как правило, на этой полке создаются запасы товара в торговом зале

ОСНОВНЫЕ МЕСТА ПРОДАЖ (ОМП)

ОМП - МЕСТО, ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ДАННОЙ ТОВАРНОЙ ГРУППЫ



ГРУППОВОЙ БЛОК ВЫКЛАДКИ:

товары только одной группы различных производителей выставляются на полке рядом
Например, в молочном отделе выставляется продукция всех производителей молочной продукции

КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОК ВЫКЛАДКИ:

максимальное количество продукции одного производителя, сгруппированное на полке

Продукция группируется в **ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ИЛИ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ** корпоративные блоки



Горизонтальная выкладка

тип выкладки, при котором одна категория продукции выставляется в линию на одной полке



Вертикальная выкладка

тип выкладки, при котором одна категория продукции выставляется в на нескольких полках по вертикали

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕСТА ПРОДАЖ (ДМП)

ДМП - МЕСТА, КОТОРЫЕ ОРГАНИЗУЮТСЯ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ ТОВАРА



ПАЛЛЕТНАЯ ВЫКЛАДКА



ПРОМО-ВЫКЛАДКА



ПРИКАССОВАЯ ВЫКЛАДКА



ТОРЦЕВАЯ ВЫКЛАДКА

ДМП организуются для:

- ✓ товаров импульсного спроса
- ✓ товаров с высоким оборотом

Основные правила ДМП:

1. Выгодное расположение в торговом зале:
 - в прикассовой зоне
 - в «головах» гондол
 - около сопутствующих товаров
 - на пути основного покупательского потока
2. ДМП располагаются отдельно от ОМП
3. В ДМП располагаются самые продаваемые позиции товарной группы
4. В ДМП продукция дублирована, а не вынесена с ОМП

ПРИНЦИПЫ ВЫКЛАДКИ



Продукт должен располагаться на полке в соответствии с рекомендуемой планограммой

Необходимо отслеживать срок годности продукта.

Продукт с меньшим сроком годности необходимо ставить вперед

Товарный запас на полке должен своевременно пополняться.

Отсутствие товара на полке не допускается

ПРИНЦИПЫ ВЫКЛАДКИ



Продукт должен быть повернут лицевой стороной – **ФЕЙСОМ** - к покупателю

Упаковка, этикетка и ценники должны быть чистыми и целыми (неповрежденными)

ЦЕННИК:

- ✓ должен иметь актуальную цену, дату, печать и подпись
- ✓ располагаться под соответствующим товаром слева

ЦЕННИК:

- ✓ не должен закрывать название марки и производителя на упаковке
- ✓ не должен закрывать другие ценники
- ✓ не должен быть в месте продажи, если товара нет в наличии

ЧТО ТАКОЕ ПЛАНОГРАММА?



Планограмма согласовывается клиентом и администрацией ТТ

Следите за соблюдением планограммы при выкладке!

За несоблюдение планограммы клиент имеет право штрафовать мерчандайзера!

ПЛАНОГРАММА -
план-схема выкладки товара
на конкретных полках торговом зале

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПЛАНОГРАММЫ:

- Ассортиментный ряд
(перечень обязательного товара для выкладки)
- Количество каждого SKU
- Определение мест продажи
(количество полок, мест на полке)
- Требования к представлению
(определение лицевой стороны упаковки, угла размещения товара, последовательности расположения SKU, требования к ценнику, размещению POS-материалы)

СКЮ (SKU) И ФЕЙС (FACE)

СКЮ (SKU)

одна ассортиментная позиция, одна единица товара



Здесь 3 SKU!

ФЕЙС

единица продукции, выставленная лицевой частью упаковки (этикеткой) к покупателю



1 СКЮ (SKU):

1 бутылка	(тип упаковки)
сладкой воды	(товарная группа)
Кола	(бренд)
с пониженной калорийностью	(сорт)
0,5 л.	(емкость)

СТОК (STOCK) И АУТОФСТОК (OUT OF STOCK)



СТОК

Это запас продукции:

- ✓в торговом зале (на полках, на паллете)
- ✓на складе

ПРАВИЛО ТОРГОВОГО ЗАПАСА

По каждой позиции создается уровень запаса, достаточный для непрерывного присутствия позиции в тт

Формула заказа оговаривается с клиентом, в зависимости от оборота товара в тт

ЗАКАЗЫВАТЬ ТОВАР НУЖНО ДО ТОГО, КАК ОН ЗАКОНЧИТЬСЯ!



АУТОФСТОК

Это отсутствие запаса продукции:

- ✓в торговом зале (на полках, на паллете)
- ✓на складе

Эта НЕПРИЕМЛЕМАЯ ситуация
ПОТЕРИ ПРОДАЖ
торговой точкой и компанией производителем!

ШАГИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМО-АКТИВНОСТЕЙ В ТТ

1.

- Возьми у территориального менеджера промо-календарь и промо-материалы

2.

- Напомни администрации тт об увеличении рекомендованного заказа на аукционный товар

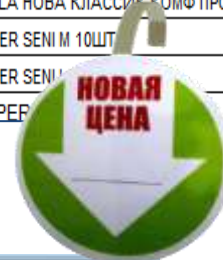
3.

- Информируй мерчандайзеров о проведении акции
- Проконтролируй выкладку аукционного товара и промо-материалов

4.

- Сделай отчет по акции по форме клиента

Период	Примерные даты	Тип акции	Код Ашан	наименование товара
2-1	01.02-09.02	Стоп-район	238542	СЕНИ ЛЕДИ СУПЕР 15
2-1	01.02-09.02	Стоп-район	665874	SENI LADY PLUS ПРОКЛ.УРОЛ.
2-1	01.02-09.02	Стоп-район	9435	SUPER SENI M 10ШТ
2-1	01.02-09.02	Стоп-район	425510	SUPER SENI XL 10ШТ
2-2	10.02-19.02	ТЖ	9582	BELLA НОВА КЛАССИК КОМФ ПРОКЛ
2-2	10.02-19.02	Стоп-район	9435	SUPER SENI M 10ШТ
2-2	10.02-19.02	Стоп-район	425510	SUPER SENI XL 10ШТ



ВИДЫ POS-МАТЕРИАЛОВ (РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ) ДЛЯ ТОЧЕК ПРОДАЖ

ВОББЛЕР

Рекламное изображение на тонкой гибкой ножке



ШЕЛФТОКЕР

Рекламная панель, прикрепляемая к торцу полки на месте ценников



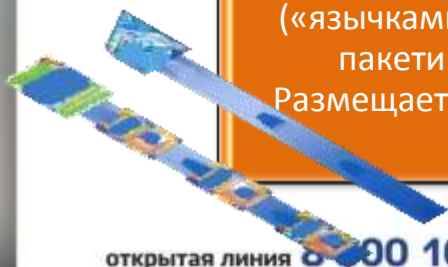
НАКЛЕЙКА

Рекламное изображение, изготовленное на самоклеящемся материале



СТРАЙП-ЛЕНТА

Держатель продукции в виде навесной ленты с креплениями («язычками») под негабаритные пакетированные товары. Размещается в прикассовой зоне



ЛИСТОВКА

Печатный листок с текстом и изображением рекламного характера





ВЫВОД:

***МЕРЧАНДАЙЗИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ
ПРОДАЖ***

ПОДГОТОВКА К ВИЗИТУ В ТТ

1 ШАГ

- ПОЛУЧИ ЗАДАЧИ ОТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА
- ВНЕСИ ИЗМЕНЕНИЯ В МАРШРУТ НА ДЕНЬ (если необходимо)

2 ШАГ

- УТОЧНИ СТАТУС МЕРЧАНДАЙЗЕРА В ТТ
(телефонный звонок или смс от менчандайзера)
- ОТМЕТЬ СТАТУС МЕРЧАНДАЙЗЕРА В КПК

3 ШАГ

- ПОДГОТОВЬ:
- КПК с установленной программой gotosales.
КПК должен быть включен с 9.00 до 18.00 непрерывно!
- ПАПКУ СУПЕРВАЙЗЕРА



ВО ВРЕМЯ ВИЗИТА В ТТ

1.

- ПОДТВЕРДИ НАЧАЛО ВИЗИТА В ТТ: СДЕЛАЙ ФОТОВЫВЕСКУ!

2.

- ПРОВЕРЬ СТАТУС МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ В ТТ

3.

- ОЦЕНИ СООТВЕТСТВИЕ ВЫКЛАДКИ ТОВАРА ПЛАНОГРАММЕ:
 - полочное пространство
 - стандарты выкладки
 - ценники
 - pos – материалы
 - наличие товара (в зале и на складе), рекомендованный заказ

4.

- ПОЛУЧИ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ О СИТУАЦИИ В ТТ

ВО ВРЕМЯ ВИЗИТА В ТТ

5.

- ПРОКОНТРОЛИРУЙ ЗВОНКИ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ О ВНЕШТАТНЫХ СИТУАЦИЯХ С ПРОДУКТОМ В ТТ

6.

- ЗАПОЛНИ МАРШРУТНЫЙ ЛИСТ МЕРЧАНДАЙЗЕРА:
 - поставь задачи мерчандайзерам
 - оцени выполнение задач мерчандайзерами

7.

- РАЗВИВАЙ ОТНОШЕНИЯ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ:
 - получи обратную связь от администрации тт
 - оказывай помощь в тт в рамках своих полномочий

8.

- ПОДТВЕРДИ ОКОНЧАНИЕ ВИЗИТА В ТТ: СДЕЛАЙ ФОТОВЫВЕСКУ!

ПОСЛЕ ВИЗИТА В ТТ

1. ЗАПОЛНИ ТАБЕЛЬ
РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ
МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ

2. СДЕЛАЙ ВЫВОДЫ
ПО РАБОЧЕЙ
СИТУАЦИИ В ТТ.
ЗАФИКСИРУЙ ВЫВОДЫ
В ПЛАНЕ РАБОТЫ
СУПЕРВАЙЗЕРА НА
НЕДЕЛЮ

3. ПОСТАВЬ ЗАДАЧИ
ПО ТТ НА
СЛЕДУЮЩИЙ ВИЗИТ





- ✓ ПОДБОР И УВОЛЬНЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗЕРА
- ✓ ОБУЧЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗЕРА
- ✓ ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ И
КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ МЕРЧАНДАЙЗЕРОМ
- ✓ МОТИВАЦИЯ МЕРЧАНДАЙЗЕРА

ПОДБОР МЕРЧАНДАЙЗЕРА ПО ЗАЯВКЕ В ОМПП

**ПОДАЙ ЗАЯВКУ
О ВАКАНСИИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА**

менеджеру по подбору
в Отдел массового подбора персонала



**ОТБЕРИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА
ИЗ СОИСКАТЕЛЕЙ,**
предложенных менеджером по подбору



ОБНОВЛЯЙ ИНФОРМАЦИЮ О СОТРУДНИКАХ

- на платформе gotosales незамедлительно (в день оформления или увольнения сотрудника)
- в списках сотрудников в отделе кадров еженедельно

	1	2	3	4	5
1					
2	ЗАЯВКА О ВАКАНСИИ				
3					
4	1.	проект			
5	2.	ФИО супервайзера			
6	3.	город, контактный телефон			
7					
8	4.	количество вакансий			
9	5.	количество тт, адрес тт			
10	6.	график работы			
11	7.	обязательные требования			
12	8.	заработная плата соискателя			

1					
2	ТРЕБОВАНИЯ К МЕРЧАНДАЙЗЕРУ				
3	1.	Согласен работать по предложенному графику работы, в предложенной тт			
4	2.	Имеет физические возможности для выполнения работы			
5	3.	Обучаем			

ПОДБОР МЕРЧАНДАЙЗЕРА С ПОМОЩЬЮ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ СВОЕЙ КОМАНДЫ

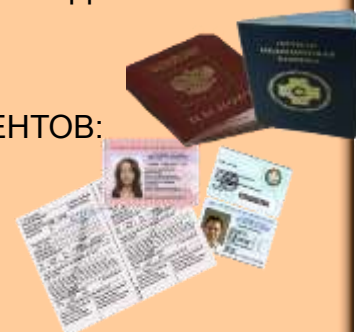


ОПИШИ СОТРУДНИКАМ ТРЕБОВАНИЯ К МЕРЧАНДАЙЗЕРУ, КОТОРОГО ТЫ ИЩЕШЬ

ВЫБЕРИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА ИЗ СОИСКАТЕЛЕЙ, ПРЕДЛОЖЕННЫХ СОТРУДНИКАМИ

ПРОВЕРЬ НАЛИЧИЕ У МЕРЧАНДАЙЗЕРА ЛЕГАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ:

- Паспорт
 - Медицинская книжка
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ НЕРЕЗИДЕНТОВ:
- Миграционная карта
 - Уведомление о прибытии
 - Разрешение на работу



ОМПП помогает в оформлении мед.книжки, разрешения на работу

ОТПРАВЬ МЕРЧАНДАЙЗЕРА

с направлением на работу и документами (паспортом и т.д.) менеджеру по подбору персонала в ОМПП

Адрес: _____

1	2	3
2	НАПРАВЛЕНИЕ НА РАБОТУ МЕРЧАНДАЙЗЕРА	
3	1. ФИО:	
4	2. должность	
5	3. территория	
6	4. дата оформления на работу	
7		
8	ФИО супервайзера	
9	дата, подпись	

1	
2	ТРЕБОВАНИЯ К МЕРЧАНДАЙЗЕРУ
3	1. Согласен работать по предложенному графику работы, в предложенной т
4	2. Имеет физические возможности для выполнения работы
5	3. Обучаем

УВОЛЬНЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗЕРА

1. Прими заявление об уходе от мерчандайзера
2. Дай мерчандайзеру 2 недели на отработку
3. Проконтролируй возврат КПК, выданного мерчандайзеру

В случае неотработки двухнедельного срока с мерчандайзера взимается штраф, определенный регламентом Компании

Подай заявку о вакансии мерчандайзера менеджеру по подбору в ОМПП за 2 недели до освобождения позиции

Д5. Заявка о вакансии

Проект	ФИО супервайзера	Телефон	Город	Количество вакансий	Количество шт.	Адрес / отдел	Зарплата / плата	Дата заявки	График работы	Обязательные требования

Подай список уволенных сотрудников в отдел кадров

Д4. Направление для увольнения по договору подряда

Проект:
Супервайзер:
Для увольнения направлены следующие граждане:

№ п/п	ФИО	Должность	Дата увольнения	Территория действия

ОБУЧЕНИЕ НОВОГО МЕРЧАНДАЙЗЕРА



ОБУЧЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗЕРА

ОБУЧИ, КАК ПЕРЕДАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НА КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС:

- как заполнять бланки по клиентам
- как передавать информацию на горячую линию

ОБУЧИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ:

- как выкладывать продукцию
- как работать с планограммой
- как работать с ассортиментом
- как работать с ценниками
- как составлять рекомендованный заказ
- что такое OOS и угроза OOS

ОБУЧИ, КАК РАБОТАТЬ С POS – МАТЕРИАЛАМИ, АКЦИЯМИ

ОБУЧИ, КАК РАБОТАТЬ С КЛИЕНТАМИ, АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ



ПОСТАНОВКА И КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ МЕРЧАНДАЙЗЕРУ

В ОФИСЕ (НА СОБРАНИЯХ)

1. ИНФОРМИРУЙ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ О РЕЗУЛЬТАТАХ РАБОТЫ КОМАНДЫ ЗА НЕДЕЛЮ
 - ✓ выдели выполненные и невыполненные задачи
 - ✓ отметь причины выполнения и невыполнения задач
2. СОБЕРИ ОТЧЕТЫ С МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ
 - ✓ проверь правильность заполнения отчетов мерчандайзерами
3. ПОСТАВЬ ЗАДАЧИ МЕРЧАНДАЙЗЕРАМ НА НЕДЕЛЮ, ИНФОРМИРУЙ ОБ АКЦИЯХ КЛИЕНТА И ИЗМЕНЕНИЯХ В СТАНДАРТАХ АССОРТИМЕНТА
 - ✓ контролируй, чтобы мерчандайзер письменно фиксировал задачи в маршрутном листе мерчандайзера
 - ✓ проверь понимание задач всеми мерчандайзерами
4. ИЗУЧАЙ СОВМЕСТНО С КОМАНДОЙ ОПЫТ ЛУЧШИХ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ И СТИМУЛИРУЙ ОБМЕН «ЛУЧШИМИ ПРАКТИКАМИ» РАБОТЫ
5. ИЗУЧАЙ СОВМЕСТНО С МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ ПРОДУКТ ПОД РУКОВОДСТВОМ КЛИЕНТОВ (в ходе совместных собраний с клиентом)

В ТТ (В ХОДЕ ВИЗИТА В ТТ)

1. КОНТРОЛИРУЙ СТАТУС МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ.
 - ✓ заполняй графики работы по маршруту
2. КОНТРОЛИРУЙ РАБОТУ МЕРЧАНДАЙЗЕРА
 - ✓ проверь соответствие мерчандайзинга планограммам выкладки: полочное пространство, стандарты выкладки, ценники, POS- материалы
 - ✓ контролируй ассортиментную матрицу в тт
 - ✓ оцени наличие товара (в зале и на складе), контролируй рекомендованный заказ
 - ✓ зафиксируй выполнение задач письменно в маршрутном листе мерчандайзера



ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ МЕРЧАНДАЙЗЕРУ ПО SMART

SECIFIC

КОНКРЕТНАЯ

- Понятная
- НЕ допускающая двойных толкований

Сделай дополнительную выкладку по акции Соса-Cola на торцевой паллете

Продукт, участвующий в акции:
Соса-Cola, 2 л., light

MEASURABLE

ИЗМЕРИМАЯ

- Результат можно оценить количественно (% , шт., деньги)
- Результат можно оценить качественно (по четким критериям)

Нужно по плануграмме клиента:

- выложить 100 SKU продукта
 - Разместить POS-материалы
- Вот плануграмма и POS-материалы

ACHIEVABLE

ДОСТИЖИМАЯ

- Учитывающая ресурсы
- Учитывающая возможности

Вся работа займет 30 минут

RELEVANT

ЗНАЧИМАЯ

- Соотносится с целями команды, отдела, Компании
- Соотносится с KPI сотрудника

Соса-Cola для нас важный клиент.

По результатам проведения акции будет премирование лучших сотрудников, которых выделяют торговые представители Соса-Cola

TIMEBOUND

ОПРЕДЕЛЕННАЯ ПО ВРЕМЕНИ

- Указывающая на сроки выполнения

Акция будет проходить всю следующую неделю

КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ ПО ПРАВИЛУ ТРОЙНОГО КОНТРОЛЯ

КТО?

- Определи того, кто будет выполнять задачу
- Определи того, кто будет контролировать выполнение задачи
- Определи к кому исполнитель задания может обратиться за помощью при возникающих трудностях

- ✓ Задачу будет выполнять мерчандайзер N
- ✓ Контролировать буду я и старший мерчандайзер M
- ✓ При необходимости, подходить к M или звонить мне

КАК?

- Определи способ контроля (визуальный контроль при следующем посещении тт, фотоотчет, отчет на горячую линию и т.п.)
- Определи критерии контроля: количественные (шт. товара) или качественные (планограммы и т.п.)

- ✓ Контролировать ежедневно будет M
- ✓ Я буду контролировать при посещении тт
- ✓ Задачу выполнять по планограмме клиента. Вот она!

КОГДА?

- Определи сроки выполнения задачи
- Определи, когда будет промежуточный контроль выполнения задачи

- ✓ Задачу необходимо выполнить к понедельнику
- ✓ Контролировать ежедневно будет M

СТАНДАРТЫ ОБЩЕНИЯ СУПЕРВАЙЗЕРА С МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ ПРИ КОНТРОЛЕ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ

4. ПОМОЩЬ

- Поощряй мерчандайзеров самостоятельно найти способы улучшения своей деятельности
- Помоги найти пути улучшения навыков и деятельности. Опирайся на стандарты работы. Заручись согласием мерчандайзера

1. ПОДДЕРЖКА

- Обращайся к мерчандайзеру уважительно по имени или имени и отчеству
- Начиная общение с похвалы / поддержки. Приведи конкретные положительные примеры работы мерчандайзера

3. ПРИЗНАНИЕ

- Принимай идеи сотрудников и развивай эти идеи
- Поощряй сотрудников брать на себя дополнительные обязательства
- Продвигай людей: обучай, помогай с карьерным ростом

2. ОЦЕНКА

- Поощри мерчандайзера самостоятельно оценить свою работу, назвать моменты, требующие изменений
- Укажи моменты, требующие изменений. Опирайся на стандарты работы. Заручись согласием мерчандайзера
- Используй позитивную критику: критикуй факты, а не личность

ТЕХНИКА ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ ПРИ ОБЩЕНИИ С МЕРЧАНДАЙЗЕРОМ



ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ РАБОТЫ СУПЕРВАЙЗЕРА:

мерчандайзер, **САМОСТОЯТЕЛЬНО** выполняющий свои обязанности и **ОТВЕТСТВЕННЫЙ** за результаты своей работы

Как этого добиться? Задавать открытые вопросы!
В ЧЕМ РАЗНИЦА МЕЖДУ ОТКРЫТЫМИ И ЗАКРЫТЫМИ ВОПРОСАМИ?

ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Те вопросы, на которые можно ответить одним словом «да» или «нет»

Пример:

Супервайзер : Ты понял, что тебе нужно сделать?

Мерчандайзер: Да

Минусы:

1. Мерчандайзер ждет внешнюю оценку своей работы. Сам мерчандайзер свою работу не оценивает, не несет ответственности за нее.
2. Супервайзер называет задачи и способы выполнения задач. Мерчандайзер привыкает к внешнему контролю и не мотивирован на самостоятельное изменение ситуации. Мерчандайзер становится пассивным в работе.

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Вопросы, которые требуют распространенного ответа

Пример:

Супервайзер : Что тебе следует сделать?

Мерчандайзер: Я должен сделать

Плюсы:

1. Супервайзер проверяет понимание мерчандайзером поставленных задач
2. Мерчандайзер совместно с супервайзером определяет задачи, которые необходимо выполнить. Мерчандайзер убеждается в необходимости выполнения задач.
3. Мерчандайзер совместно с супервайзером ищет способы выполнения задач. Мерчандайзер начинает нести ответственность за выполнение задач.

ТЕХНИКА ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ ПРИ ОБЩЕНИИ С МЕРЧАНДАЙЗЕРОМ

ПРИ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСАХ
супервайзер раздает указания:

Ситуация с товаром такая ...
Чтобы ее исправить тебе нужно сделать
Выполнение работы проверю в

Супервайзер
снимает
ответственность с
мерчандайзера

Супервайзер
навязывает свои
решения

Внешний
контроль у
супервайзера

ВНЕШНИЙ КОНТРОЛЬ СУПЕРВАЙЗЕРА

ПРИ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСАХ

супервайзер совместно с мерчандайзером анализирует ситуацию:

Какова причина сложившейся ситуации, на твой взгляд?
Что ты предпринял, чтобы изменить ситуацию?
Сколько тебе нужно времени, чтобы исправить сложившуюся ситуацию?
Что тебе нужно сделать, чтобы ситуация не повторялась?
В чем заключаются твои задачи на день? На неделю?

Мерчандайзер
несет
ответственность
за свою работу

Внутренний
контроль у
мерчандайзера

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ МЕРЧАНДАЙЗЕРА



МОТИВАЦИЯ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ

ОДНА ИЗ ЦЕЛЕЙ СУПЕРВАЙЗЕРА:

СНИЖЕНИЕ РОТАЦИИ СОТРУДНИКОВ ВНУТРИ КОМАНДЫ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ



Для этого нужно мотивировать мерчандайзера!

ИНФОРМИРУЙ О РЕЗУЛЬТАТАХ РАБОТЫ:

- по индивидуальным результатам работы
- по групповым результатам работы

ПОМОГАЙ ЛУЧШИМ СОТРУДНИКАМ:

- предоставь дополнительное обучение
- продвигай по служебной лестнице

ПРЕМИРУЙ И ДЕПРЕМИРУЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ РАБОТЫ:

ПРЕМИРУЙ ПО КРИТЕРИЯМ:

- нет претензий по работе сотрудника: нет претензий от клиентов и администрации тт
- есть достижения в тт : расширение полочного пространства

ДЕПРЕМИРУЙ ПО КРИТЕРИЯМ:

- нет обратной связи от мерчандайзера на горячую линию о ситуации в тт
- отчетность, не сданная в срок или не корректно заполненная
- не соблюдение дисциплины (опоздания, уход с работы раньше срока, прогулы)
- не выполнение стандартов работы в тт

ПОМОГАЙ МЕРЧАНДАЙЗЕРУ В РАЗРЕШЕНИИ КОНФЛИКТОВ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ И КЛИЕНТАМИ



ВЫВОД:



***УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР ЭФФЕКТИВНО
ОРГАНИЗУЕТ РАБОТУ КОМАНДЫ:
СТАВИТ ЗАДАЧИ, МОТИВИРУЕТ,
КОНТРОЛИРУЕТ РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ
МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ***



- ✓ Работа с территориальным менеджером
- ✓ Работа с клиентским сервисом
- ✓ Работа с программой gotosales
- ✓ Работа с открытой линией

СУПЕРВАЙЗЕР

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ
МЕНЕДЖЕР**

Задачи по приоритетным
клиентам, акциям
(ежедневно)

Ежедневный маршрутный
лист супервайзера,
план работ на неделю
(еженедельно на собраниях
с руководителями)

Информация об
активности
конкурентных
компаний в тт
(по мере поступления
информации)

Протоколы встреч с
клиентами
(по мере
проведения встреч)

Отчет по отработанным
дням по клиентам
(стационарный
мерчандайзинг)
(в срок, установленный
руководителем)

Табель учета
рабочего времени
мерчандайзера
(в срок,
установленный
руководителем)

РАБОТА СУПЕРВАЙЗЕРА С ОТДЕЛОМ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

РАБОТА С ОТДЕЛОМ ОТЧЕТНОСТИ

**ПОДАЧА ОТЧЕТОВ
(ЕЖЕНЕДЕЛЬНО)**

- Сбор бланков клиентской отчетности со всех ТТ от мерчендайзеров
- Контроль наполняемости и достоверности отчетов

**ОБНОВЛЕНИЕ ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ
(В ТЕЧЕНИЕ 1 НЕДЕЛИ)**

- Замена старых бланков клиентской отчетности на новые (при изменениях в требованиях клиентов к отчетности)

РАБОТА С ГОРЯЧЕЙ ЛИНИЕЙ

**КОНТРОЛЬ ЗВОНКОВ МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ
(ЕЖЕНЕДЕЛЬНО)**

- Контроль количества звонков и качества информации, передаваемой из ТТ мерчендайзером

**ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ИЗ ТТ
(ЕЖЕДНЕВНО)**

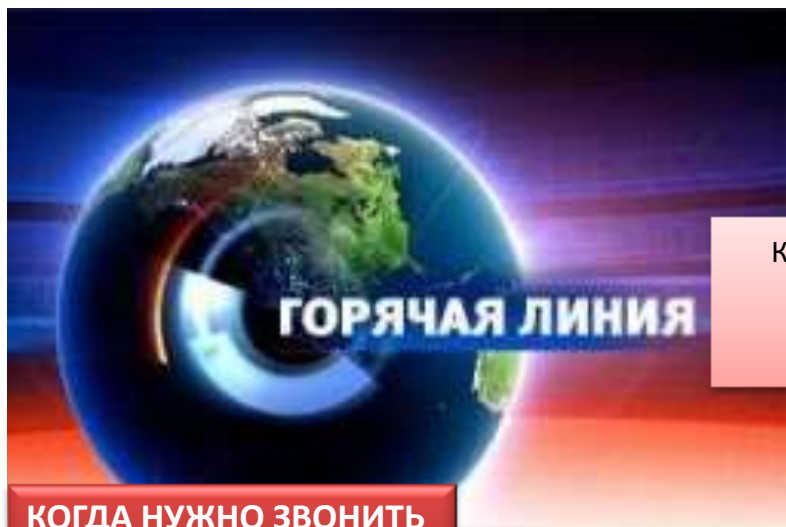
- Предоставление информации по проблемам в ТТ самостоятельно

РАБОТА С ОТДЕЛОМ 1С

**ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ
(ПО МЕРЕ ПОСТУПЛЕНИЯ
ИНФОРМАЦИИ)**

- Предоставление информации о запуске / закрытии ТТ

ЗВОНКИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ



КОГДА НУЖНО ЗВОНИТЬ НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ?

ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

- Неисправно оборудование
- Невозможно поменять ценник на текущий месяц
- Перепланировка отдела
- Инвентаризация в тт
- Несоблюдение стандартов выкладки
- Новый SKU

СРОК ГОДНОСТИ

- Дата «до», дата «после»

OOS, УГРОЗА OOS

- Нет поставки, ожидание поставки
- Отказываются делать заказ
- Позиция не активная в матрице / заблокирована
- Рекомендованный заказ
- Товар утерян

ЗАЧЕМ НУЖНО ЗВОНИТЬ НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ?

Клиенты в режиме on-line получают информацию о состоянии товара в тт

Мерчандайзер, предоставив информацию о ситуации в тт, защищает себя от штрафов клиента

БРАК

- Количество товара (шт., коробки)

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОМО

- Внеплановая акция сети
- Плановая акция Заказчика
- Внеплановая акция Заказчика

ЗВОНКИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ

ОСМОТРИ ЗАЛ И СКЛАД

ОПРЕДЕЛИ АССОРТИМЕНТ ТОВАРА

ПОСЧИТАЙ КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА

УТОЧНИ У АДМИНИСТРАЦИИ

БЫЛ ЛИ СДЕЛАН ЗАКАЗ

СРОКИ ОЖИДАЕМОЙ ПОСТАВКИ

ПОЗВОНИ НА ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ И ПЕРЕДАЙ ИНФОРМАЦИЮ

- ФИО СВОЕ И СВОЕГО СУПЕРВАЙЗЕРА
- СЕТЬ И АДРЕС ТТ
- НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ КЛИЕНТА, БРЕНД (SKU), ВЕС, ВКУС, КОЛИЧЕСТВО ШТ. В УПАКОВКЕ
- СИТУАЦИЯ В ТТ (НАПРИМЕР, УГРОЗА OOS)
- ПРИЧИНЫ СИТУАЦИИ (НАПРИМЕР, ОЖИДАЕТСЯ ПОСТАВКА)
- КОММЕНТАРИИ ПО СИТУАЦИИ (НАПРИМЕР, ЗАКАЗ РЕКОМЕНДОВАН)



ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ

ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ:

ПОН-ПТ, 11.00-19.55 (МОСКВА)

Билайн: 8-905-720-39-34

МТС: 8-916-886-44-37

Мегафон: 8-929-992-61-84

Горячая линия на платформе
gotosales:
Leaderteam.gotosales.ru

РАБОТА СУПЕРВАЙЗЕРА С ПРОГРАММОЙ GOTOSALES

1.

- ОТМЕТЬ СТАТУС ВЫХОДА МЕРЧАНДАЙЗЕРА НА РАБОТУ: СОСТАВЬ ГРАФИКИ ВЫХОДА НА РАБОТУ

2.

- ОТМЕТЬ ТТ, КОТОРЫЕ СОБИРАЕШЬСЯ ПОСЕТИТЬ НА НЕДЕЛЕ

3.

- СОЗДАЙ ФОТОВЫВЕСКУ НА ВХОДЕ В ТТ (СИНХРОНИЗИРУЙСЯ В КАЖДОЙ ТТ)

4.

- ИНФОРМИРУЙ РУКОВОДИТЕЛЯ ОБ ОТСУТСТВИИ ИЛИ ЗАМЕНЕ СОТРУДНИКА В ТТ: СОСТАВЬ ГРАФИКИ ВЫХОДА НА РАБОТУ

5.

- СОЗДАЙ ФОТООТЧЕТЫ ПО АССОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦИИ, АКЦИЯМ КЛИЕНТОВ (по согласованию с территориальным менеджером)

6.

- ЗАКРЕПИ ЗА МЕРЧАНДАЙЗЕРОМ ТТ, ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ (МАРШРУТИЗАЦИЯ):
 - за новым сотрудником
 - при изменениях в статусе сотрудника

7.

- СОЗДАЙ ФОТОВЫВЕСКУ НА ВЫХОДЕ ИЗ ТТ

РАБОТА СУПЕРВАЙЗЕРА С ОТКРЫТОЙ ЛИНИЕЙ

Открытая линия создана для решения любых рабочих вопросов сотрудников:

- ✓ штраф, недоплата по зарплате, задержка выплат
- ✓ жалобы по работе супервайзеров
- ✓ чрезвычайные происшествия: кража в тт, конфликты в тт, которые не могут разрешить территориальный менеджер и супервайзер)

8 800 100 05 18 (звонок бесплатный)

8 926 508 23 59 (моб.)
OPER1@LEADERTEAM.RU

ОТКРЫТАЯ ЛИНИЯ РАБОТАЕТ
В КРУГЛОСУТОЧНОМ РЕЖИМЕ





✓ РАБОТА С КЛИЕНТАМИ
✓ РАБОТА С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ

РАБОТА С КЛИЕНТАМИ

ФОРМИРОВАНИЕ
ЛОЯЛЬНОСТИ

СОВМЕСТНЫЕ АУДИТЫ

СОВМЕСТНЫЕ
СОБРАНИЯ С
МЕРЧАНДАЙЗЕРАМИ

СОГЛАСОВАНИЕ С
КЛИЕНТАМИ ВОПРОСА О
ПОДКЛЮЧЕНИИ НОВЫХ
ТТ (РАЗВИТИЕ АДРЕСНОЙ
БАЗЫ)

КОММУНИКАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ОТНОШЕНИЙ С
КЛИЕНТОМ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КЛИЕНТУ ПОЛНОЙ И
СВОЕВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ О СИТУАЦИИ В ТТ

ПОМОЩЬ КЛИЕНТУ В РЕШЕНИИ ТЕКУЩИХ
ВОПРОСОВ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ НА
ПРЕТЕНЗИЮ КЛИЕНТА В 24 ЧАСА



ОБЩЕНИЕ С КЛИЕНТОМ



ИЗУЧИ СТРУКТУРУ
КОМПАНИИ КЛИЕНТА

ОБЩАЙСЯ С ЛИЦАМИ,
ПРИНИМАЮЩИМИ
РЕШЕНИЯ В КОМПАНИИ
КЛИЕНТА

ПОЗНАКОМЬ КЛИЕНТА
СО СВОЕЙ КОМАНДОЙ
МЕРЧАНДАЙЗЕРОВ,
ТЕРРИТОРИЕЙ,
ФУНКЦИОНАЛОМ

ОБЩЕНИЕ С КЛИЕНТОМ

1.

- УСТАНОВИ ПОЗИТИВНЫЙ КОНТАКТ

2.

- ВЫЯВИ ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТА
- РАБОТАЙ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ КЛИЕНТА

3.

- РАССКАЖИ О ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГАХ КОМПАНИИ (ЕСЛИ НЕОБХОДИМО!)

4.

- ПОДВЕДИ ИТОГИ ВСТРЕЧИ



КАК УСТАНОВИТЬ ПОЗИТИВНЫЙ КОНТАКТ С КЛИЕНТОМ?

ИМЯ!

- Называй клиента по имени или имени и отчеству
- Назови себя (ФИО, должность), свою компанию

ЦЕЛЬ ВИЗИТА

- Подчеркни выгоду для клиента
- Обозначь длительность визита

ВВОДНЫЙ РАЗГОВОР

- Поговори на темы, интересные клиенту (профессиональная деятельность, личные интересы)

СОЗДАЙ ПОЗИТИВНЫЙ ВНУТРЕННИЙ НАСТРОЙ

- Дыши глубоко и ровно
- Поддерживай в себе позитивный настрой

ПОДСТРОЙСЯ ПОД ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТА

- Поддерживай зрительный контакт
- Используйте ту лексику, которую использует клиент (кроме ненормативной лексики)
- Поддерживай манеру разговора клиента (темп, громкость речи) (кроме разговора на повышенных тонах)
- Прими позу клиента (кроме поз закрытости: скрещенные руки, ноги)

КАК ВЫЯСНЯТЬ ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТА И РАБОТАТЬ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ?

ВЫСЛУШАЙ

- Внимательно выслушай клиента
- Выясни, что хочет и в чем нуждается клиент

ПРИМИ ВОЗРАЖЕНИЕ

- Покажи клиенту, что ты его услышал. Для этого используй:
- Положительные жесты и мимику: кивание головой, заинтересованное выражение лица
- Короткие реплики: «понимаю», «конечно»
- Реплики, повторяющие фразы клиента: «если я правильно понимаю, вы говорите о...»
- Реплики с выражением эмоций и резюмированием слов клиента: «я тоже озабочен тем, что ...»

ИССЛЕДУЙ ВОЗРАЖЕНИЕ

- Задавай открытые и альтернативные вопросы для полного понимания сути потребностей клиента: «что вы думаете о...?», «как вы видите решение...», «вы предпочитаете ... или....?»
- Подтверждай понимание опасений клиента перед каждым своим вопросом: «я понимаю ваше беспокойство»
- Избегай частиц «не», слов «нет», «проблема»
- Используй слова «возможность», «решение»

ОТВЕТЬ

- Отвечай на вопросы клиента, исходя из идей клиента: «как вы говорили ранее..»
- Избегай категорических отказов на просьбы клиента. Невозможность уступки или отказа должны быть мотивированы.
- Избегай негативную оценку слов, мнений и действий клиента

КАК ПОДВОДИТЬ ИТОГИ ВСТРЕЧИ?

1. ПРОВЕРЬ ДОСТИГНУТА ЛИ ЦЕЛЬ ВСТРЕЧИ



2. РЕЗЮМИРУЙ ОСНОВНЫЕ ДОГОВОРЕННОСТИ:
задачи, сроки выполнения, ответственных лиц



3. ОФОРМИ ИТОГИ ПИСЬМЕННО
заполни протокол аудита ТТ совместно с клиентом



4. ПОБЛАГОДАРИ КЛИЕНТА!



СОВМЕСТНЫЙ АУДИТ С КЛИЕНТОМ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ СОГЛАСОВАНИЕ МАРШРУТА С КЛИЕНТОМ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫМ МЕНЕДЖЕРОМ

СОВМЕСТНЫЙ АУДИТ В ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ:

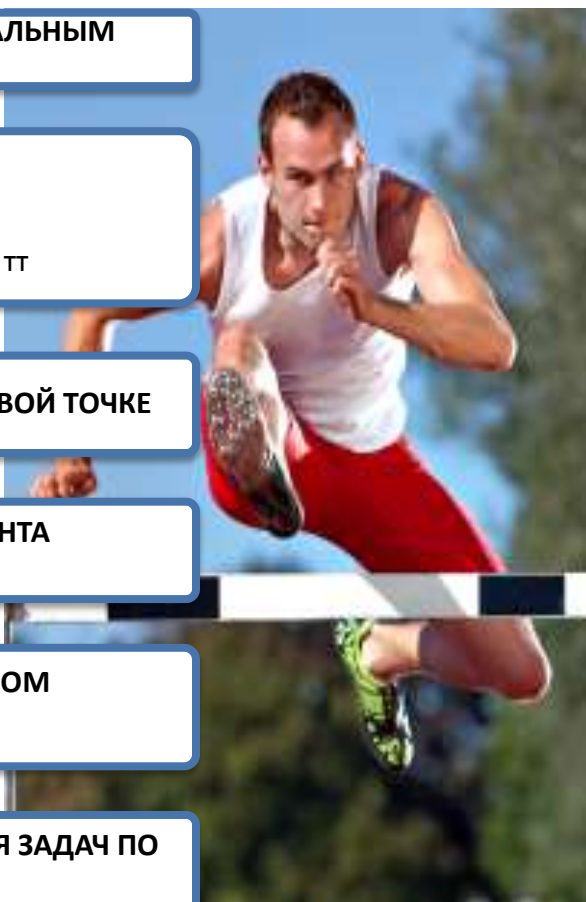
- оценка ассортимента продукции, выкладки, ценников, проведения акций
- беседа с мерчандайзером по знанию ассортимента продукции, проблемам в тт

СОВМЕСТНАЯ С КЛИЕНТОМ ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ ПО КАЖДОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ

ЗАПОЛНЕНИЕ ПРОТОКОЛА ПО АУДИТУ СОВМЕСТНО С ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ КЛИЕНТА НЕПОСРЕДСТВЕННО В ТТ (письменно или на платформе gotosales)

СОВМЕСТНАЯ РАБОТА С МЕРЧАНДАЙЗЕРОМ, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫМ МЕНЕДЖЕРОМ ПО ПОСТАВЛЕННЫМ ЗАДАЧАМ КЛИЕНТОМ И ТМ В ХОДЕ АУДИТА

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ КЛИЕНТУ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ ПО АУДИТУ



ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТТ



КАРТОЧКА КЛИЕНТА			
Клиент	Адрес	ФИО ответственного лица	Тел, рожд
компания	адрес компании		
сеть ТТ	адрес ТТ		

открытая линия **8 800 100 05 18**

www.leaderteam.ru

ВЫВОД:



***УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР
ИСКУСНО ВЕДЕТ КОММУНИКАЦИЮ
С КЛИЕНТАМИ И АДМИНИСТРАЦИЕЙ***

ИТАК, УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР:



- ✓ Знает специфику деятельности Компании и руководствуется ценностями, выполняя свои обязанности
- ✓ Знает ключевые направления деятельности Компании и использует данную информацию при работе с мерчандайзерами
- ✓ Четко следует графику работы и корпоративному стилю
- ✓ Использует мерчандайзинг как эффективный инструмент продаж
- ✓ Контролирует качество мерчандайзинга, осуществляемого мерчандайзерами в тт по стандартам клиента или администрации тт
- ✓ Эффективно организует работу команды: ставит задачи, мотивирует и контролирует результаты работы мерчандайзеров
- ✓ Искусно ведет коммуникацию с клиентами и администрацией тт

ЭФФЕКТИВНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР – ГОРДОСТЬ КОМПАНИИ ЛИДЕР ТИМ

В ИТОГЕ

УСПЕШНЫЙ СУПЕРВАЙЗЕР:



- ✓ НЕ ИМЕЕТ ПРЕТЕНЗИЙ И ШТРАФОВ ОТ КЛИЕНТОВ
- ✓ ПОКРЫВАЕТ И РАЗВИВАЕТ ВСЮ АДРЕСНУЮ ПРОГРАММУ
- ✓ ЭФФЕКТИВНО РАБОТАЕТ С ПРОГРАММОЙ GOTOSALES

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

- Аутофсток (out of stock, OOS)** (англ. отсутствие товара) отсутствующая позиция на складе или в торговом зале. Ситуация OOS связана с потерей продаж торговой точкой и компанией производителем.
- Бренд** торговая марка, имя продукта. Например, бренды компании Сан ИнБев – Клинское, Старопрамен, Хугарден, Толстяк и т.д.
- Ассортиментная матрица в тт** оговоренный ассортимент продукции компании производителя с торговой точкой: перечень обязательных для представления SKU в данной тт. Ассортимент продукции может меняться в зависимости от формата тта (супермаркет, гипермаркет, тт-за-углом)
- Планограмма** план-схема выкладки продукции компании единым корпоративным блоком в торговом зале.
- Обязательные элементы планограммы:
- Ассортиментный ряд – перечень обязательных для представления в данной тт SKU,
 - Количество каждого SKU (с указанием минимально допустимого количества товара по каждому SKU),
 - Определение конкретных мест продажи, их размеров,
 - Требования к представлению (расположение товара в первом ряду витрины, определение «лицевой» стороны упаковки и угла размещения товара, последовательности расположения SKU, требования к размещению POSM, требования к ценнику)

- SKU (stock keeping unit, СКЮ)** (англ. - идентификатор товарной позиции) ассортиментная позиция (единица продукции).
Единица одной товарной группы, одной марки, одного сорта, одного типа упаковки, одной емкости.
1 SKU, например, это 1 бутылка (тип упаковки) пива (товарная группа) Хугарден (бренд), светлое (сорт), 0,33 (емкость).
- Фейсинг (facing)** (англ. – лицом) единица продукции, выставленная лицевой частью упаковки (этикеткой) к покупателю.
Примечание: для некоторых компаний фейс – ряд 1 SKU(в ряду должно быть не менее 2-3 шт товара)
- Единый корпоративный блок** максимальное количество продукции одной марки, сгруппированное на полке (горизонтальный и вертикальный корпоративный блок)
- Полочное пространство (shelf-space)** место на полках в торговом зале точки продажи, отведенное под ту или иную продукцию

Покупательский поток	путь, по которому движется основная масса покупателей
Основная точка продаж	место в торговом зале, где представлен весь ассортимент данной товарной группы (соки, вода, пиво)
Дополнительная точка продаж	место, где продукция, представленная в основной точке продаж, размещается отдельно (например, при проведении акций)
Горячие точки	места, на которые потенциальные покупатели независимо от самих себя обращают внимание
Паллета	специальная передвижная низкая платформа (из дерева, пластмассы или металла) для перемещения продвигаемого товара по торговому залу
Фальш паллета (паллетная декорация)	декоративная тумба, на которую выкладывается товар. Применяется для дополнительного рекламного оформления мест продаж. Виды фальшпаллет: паллетная обмотка (лента, которой обматывают паллету), паллетные борта (прямоугольные пластины, крепящиеся по периметру паллеты), чехол с рекламным изображением (одевается на паллету)
Торец (торцевая выкладка)	дополнительное место продаж, расположенное в торцевой зоне стеллажа. Используется для акцентной выкладки, т.к. преимущество торцевой выкладки в хорошей видимости, доступе к товару с трех сторон и расположении на пути основного маршрута покупателя

Пиоуэсэм (Points of Sales Materials, POSM)

(англ. - точка для рекламных материалов) рекламные материалы для точек продаж. Основные виды POS материалов: вобблеры, шелфтокеры, стикеры (наклейки), плакаты, листовки, страйп-ленты

Вобблер (Wobbler)

(англ.– тот, кто шатается, хромает) рекламное изображение на тонкой гибкой ножке, с одной стороны которой находится скотч для крепления

Шелфтокеры (shelftalker)

(англ. – говорящая полка) рекламная панель из картона / пластика / металла, прикрепляемая к торцу полки на месте для ценников для визуального выделения товара.

Дистрибьютор (Distributor)

(англ. - распространитель) поставщик продукции производителя. Фирма, осуществляющая оптовые закупки товаров у компаний-производителей с целью дальнейшей перепродажи в торговые точки.

Распределительный центр (РЦ)

управляющее звено в торговой цепи между поставщиками и торговыми точками. Основными функциями РЦ являются: заказ поставщикам продукции для всех тт сети (управление объемами и графиками поставок), хранение (функции склада) и предпродажная подготовка товара (перемаркировка товара), комплектация и отгрузка партий товаров в тт (в зависимости от товарооборота тт)

Стоковые позиции (для проекта Ашан)

Это товары быстрой реализации, на которые есть высокий покупательский спрос. Данный вид товаров тт заказывает ежедневно.

Транзитные позиции (для проекта Ашан)

Это товары, которые реализуются медленно из-за относительно низкого покупательского спроса. Данный вид товаров тт заказывает по мере необходимости.

В одном бренде разные артикулы могут быть стоковыми и транзитными. Например, зубная паста разных вкусов: один из вкусов может пользоваться большим спросом и являться стоковым товаром, другой вкус – меньшим спросом и являться транзитным товаром.

Стоковость и транзитность одного товара может меняться в зависимости от сезонности данного продукта. В сезон высокого спроса на определенный товар – данный товар считается стоковым, в не сезон – транзитным.

МЕТРО-почта

Почтовая рассылка каталогов по ассортименту и услугам сети клиентам Метро с целью увеличения узнаваемости марки и повышения уровня продаж. Каталоги направлены на определенную группу клиентов: есть каталоги для ресторанного бизнеса, гостиничного бизнеса, офисного бизнеса, предприятий мелкой торговли (киоски, павильоны)

Полевой аудит

проверка супервайзером и торговым представителем компании-клиента выполнения поставленных задач сотрудниками в торговой точке.

КПК

карманный персональный компьютер со встроенным модулем сотовой связи. Используя КПК, сотрудник может оперативно передавать информацию из тт на клиентский сервис Компании.