

ТМ Пикник-меню

# ПОСТНЫЕ ЗАКУСКИ 2020

— идеальный выбор для постящихся —



# СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

- В Украине практически каждый 5-ый соблюдает Великий пост.
- С каждым годом все больше становится тех, кто придерживается Великого православного поста.

Одно из ограничений во время поста  
– это

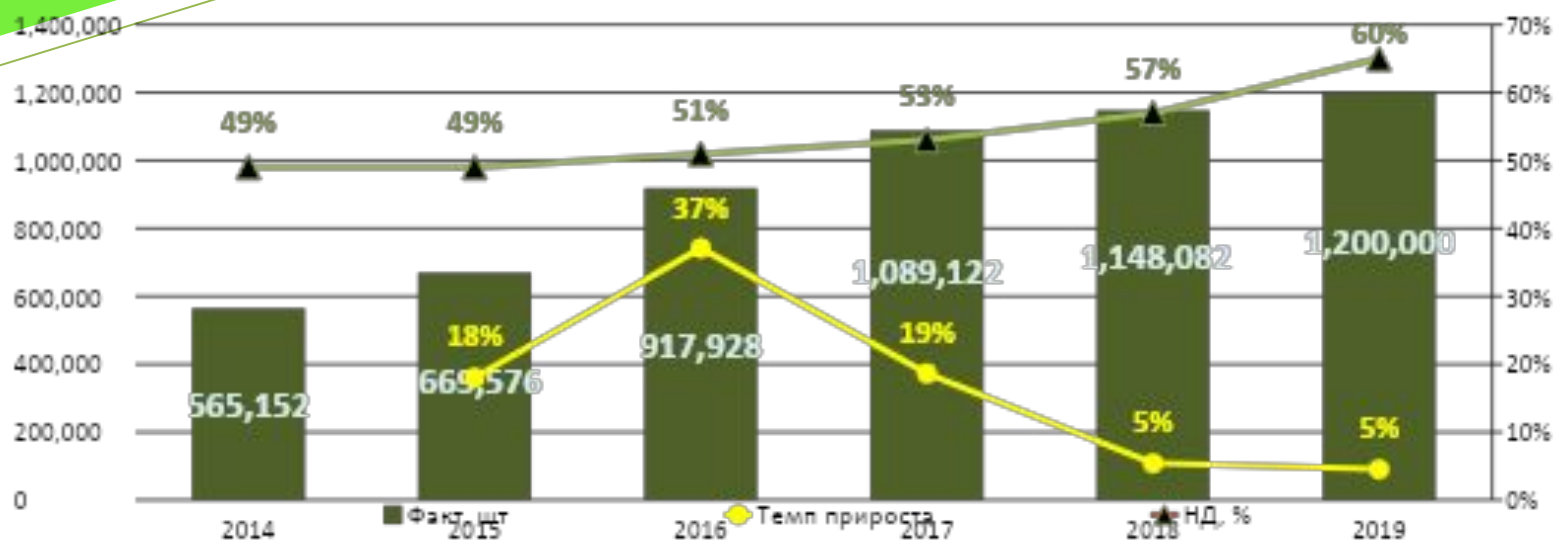
**ОТКАЗ ОТ ПИЩИ ЖИВОТНОГО  
ПРОИСХОЖДЕНИЯ**

Необходимостью для компании  
становится поддержание товарооборота  
в период Великого поста



# ТО, 2014-2019 ЗАКУСКИ ПОСТНЫЕ

Динамика продаж постных закусок, шт, 2014-2019гг



\* - на графике указан ТО по 4СКУ

Динамика первичных продаж постных закусок является положительной. Рост продаж в натуральном выражении в среднем за 6 лет составляет порядка 15% от года к году.

# ЦЕЛИ



## ФИНАНСОВАЯ

4 954 101 грн

617 617 шт

(3 SKU, без учета закуски «с лесными грибами»)

## МАРКЕТИНГОВАЯ

Предложение потребителю инновационных продуктов, не имеющих аналогов

Повысить лояльность потребителя к бренду

# АССОРТИМЕНТ



С ЛЕСНЫМИ  
ГРИБАМИ  
100г

С БАКЛАЖАНАМИ  
И КАБАЧКАМИ  
100г

ТАРТАР  
(с маринованными  
огурцами и зеленью)  
100г

ОВОЦИ  
ГРИЛЬ  
100г

# КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- В состав постных закусок **НЕ ВХОДЯТ** продукты животного происхождения, а именно куриные яйца и мясные добавки
- Куриные яйца заменены на кукурузный крахмал
- Кукурузный крахмал лучше усваивается организмом, он также используется в производстве детского питания, кетчупа, соусов, майонезов, мясных продуктов обеспечивая густоту продукции

ПОСТНАЯ ЗАКУСКА – это уникальный для украинского рынка продукт, у которого **НЕТ АНАЛОГОВ**



# ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

|   | Наименование товара                 | Вес (г) | Количество в ящике (шт) | Условия хранения (температурный режим), t° | Сроки хранения с даты производства (сутки) | Штрих-код упаковки |
|---|-------------------------------------|---------|-------------------------|--|--|--------------------|
|   | Закуска "С лесными грибами"         | 100     | 12,24,48                | от 1 до 6 °С                               | 28   | 4820052511707      |
|   | Закуска "С баклажанами и кабачками" | 100     | 12,24,48                | от 1 до 6 °С                               | 28   | 4820052511714      |
|   | Закуска «Овощи гриль»               | 100     | 12,24,48                | от 1 до 6 °С                               | 28   | 4820052512308      |
|  | Закуска «Тартар»                    | 100     | 12,24,48                | от 1 до 6 °С                               | 28   | 4820052512643      |

# ПОТРЕБИТЕЛЬ



Чаще пост соблюдают женщины (9% полностью и 32% частично), среди мужчин эти показатели соответственно составляют 5,2% и 22,8%

Основная ЦА лежит в диапазоне  
25-50 лет  
куда и попадает ядро ЦА  
ТМ Пикник-Меню

В западном регионе Украины поста придерживаются чаще, чем в других регионах: 13,3% опрошенных - полностью, 56,2% - частично.

В других регионах полностью соблюдают пост от 2,7% до 7,1%, частично - от 13,6% до 23,7%

Причины, по которым украинцы соблюдают пост: 54,6% - по религиозным убеждениям, 31,3% - по традиции народа, 30,1% - полезно для здоровья



# КОНКУРЕНТЫ

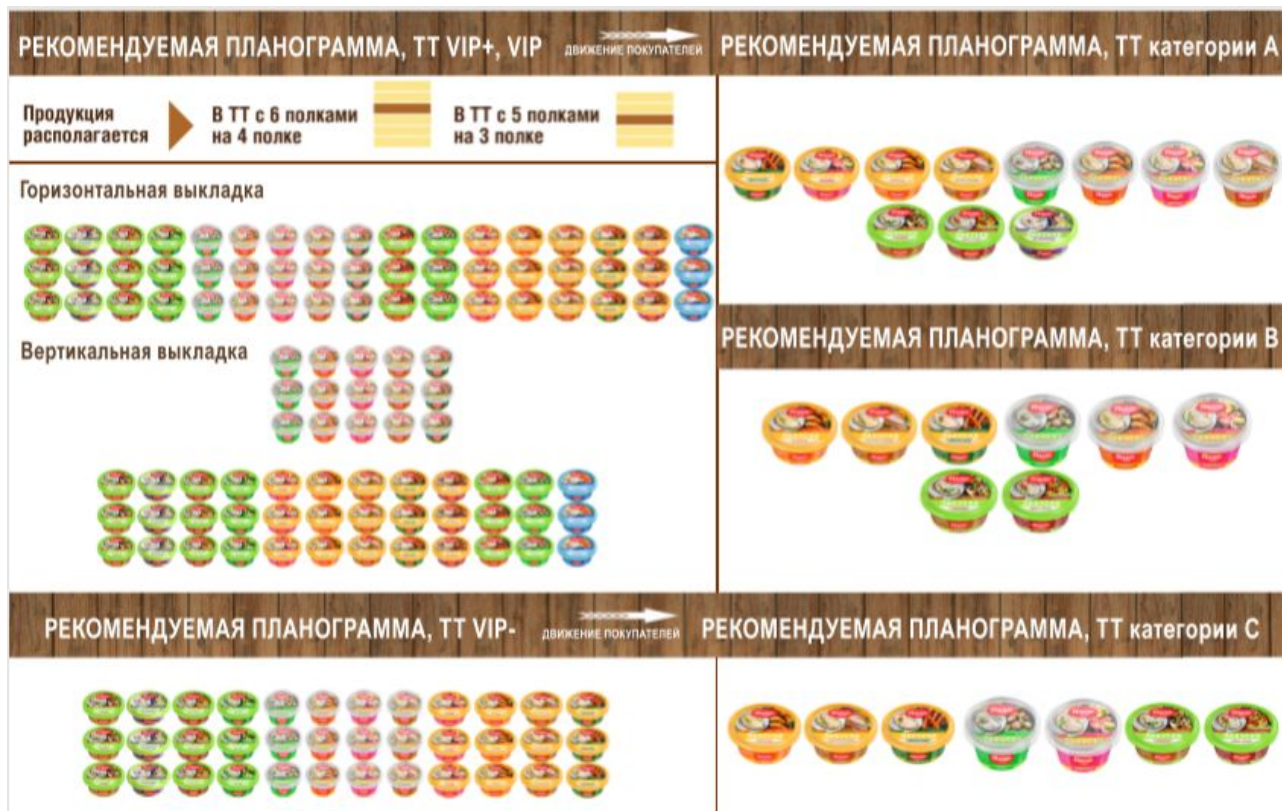
Аналоговой продукции на украинском рынке нет

Непрямые конкуренты:

- хумусы
- соевая сырная паста
- овощные и грибные паштеты, не содержащие ингредиентов животного происхождения



# ДИСТРИБЬЮЦИЯ: МЕРЧАНДАЙЗИНГ



- первыми позициями по ходу движения покупателей → категория VIP
- в первой линии (ближе к покупателям) → категория РТТ

**НЕ СТАВИТЬ РЯДОМ ДВЕ ГРИБНЫЕ ЗАКУСКИ**

Постные закуска в торговых точках размещаются непосредственно рядом с текущими закусками «Пикник - меню»

# ИНСТРУМЕНТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ

Размещение ШЕЛФТОКЕРОВ /  
ВОБЛЕРОВ И ПОДЛОЖЕК ПОД  
ЦЕННИКИ на торцах полки с  
постными закусками

ЭФФЕКТ –  
ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ  
ПОСЯЩЕЙСЯ АУДИТОРИИ

- выделяет товар на общей полке среди аналогичных предложений
- нестандартный шелфтокер «ловит» взгляд покупателя, значительно повышает вероятность покупки товара с такой рекламной поддержкой
- закрепляет полочное пространство продукта в сети



# ЗАДАЧИ



- Обеспечить доступность продуктов для целевой аудитории
- Сформировать наиболее эффективную сбалансированную по длине и каналам цепочку распределения продуктов
- Обеспечить присутствие узнаваемого корпоративного блока в местах продаж.



ТМ Пикник-меню

ПОСТНЫЕ  
ЗАКУСКИ  
2020

— идеальный выбор для постящихся —

ХОРОШИХ ПРОДАЖ!