



В продажах, при планировании любой активности – установки оборудования, проведении акции, предоставлении скидки и пр., - ключевым действием является определение целевой группы.

Как правило, активность проведенная вне ценовой группы является неэффективной, а деньги – потраченными без пользы.

Определяя ценовые группы, мы используем «**ТИП ТОРГОВОЙ ТОЧКИ**» как показатель, предоставляющий информацию о размере торговой точки, месте её расположении, специфике её работы. Если тип торговой точки указан неверно, маркетинговая или иная активность в этой точке также будет проводиться неэффективно.

В Июне 2021 года «СТС-Групп» проводит сегментацию торговых точек.



Период проведения: июнь 2021 г.

Целевая аудитория: все активные торговые точки.

Цель: указание корректной информации о типах торговых точек согласно новым правилам сегментации.

ЗАДАЧИ

1. РП формирует списки с кодом ТРТ по своим поставщикам, прорабатывает, после подает на аналитика, который сводит в единый файл, сравнивает одинаковые ТРТ и по согласованию с Руководителем департамента присваивает им единую категорию.
2. После аналитик подает список на обработку на контент-менеджера на внесение финальной категоризации.
3. Контент-менеджер должен по умолчанию по всем ТРТ в базе УДК присвоить категорию «Линейная Розница, затем внести изменения по другим типам ТРТ поданных в финальной версии от Аналитика*

**подача списков на аналитика без ТРТ с категорией Линейная Розница (так, как они внесены по умолчанию как Линейная розница*

Текущая
сегментация

**Новая
сегментация**

Код	Тип ТРТ		Новый Код	Новый Тип ТРТ
925111	Рынки		х	Рынки
925118	1-Й ТИП ТТ		х	Сезонные ТРТ
925112	ЛИНЕЙНАЯ РОЗНИЦА		х	ЛИНЕЙНАЯ РОЗНИЦА
925110	Локальные сети		х	Локальные сети
925109	Национальные сети		х	Национальные сети
925114	НКС		х	Нетрадиционные каналы сбыта
000000005	АЗС		х	Магазин на АЗС
000000020	Хорека		х	Хорека
925083	ОПТ		х	Оптовые магазины и склады
925117	поставщик			

1. Национальные сети

К национальным сетям относятся сети национального формата, которые представлены в разных регионах Украины, а также их подразделения. К национальным сетям также относятся международные сети, которые представлены на территории Украины.

Примеры (Гипермаркет, Супермаркет, Экономичный супермаркет, а также РЦ Сети...):

... Сильпо, Метро, Ашан, АТБ...

1. Национальные сети (форматы)



1. «Cash & Carry» (с англ. — «Заплати и уноси») — это магазин формата самообслуживания, предоставляющий возможность покупателям приобретать различные товары в розницу и мелким оптом, с площадью зала от 5000 м².

Магазины «Cash & Carry» ориентированы на мелкооптовых, оптовых и розничных покупателей, приобретающих товары как за наличный, так и за безналичный расчёт. Магазин данного формата работает по нескольким прайс-листам, в зависимости от объёма покупки. Поскольку основными клиентами являются оптовые и мелкооптовые покупатели, оформление покупки предполагает оперативное составление бухгалтерских документов, предоставление дополнительных документов на товар в точках продаж.

1. Национальные сети (форматы)



Гипермарк
ет

2. Гипермаркет (англицизм hypermarket от др.-греч. ὑπερ- «сверх-» + market «рынок») — магазин формата самообслуживания, реализующее продовольственные и непродовольственные товары универсального ассортимента более 20000 SKU.

На территории Гипермаркета располагаются магазины по продаже одежды, косметики, бытовой техники и т.д.

1. Национальные сети (форматы)



Супермарк
ет

3. Супермаркет (англ. supermarket «сверхрынок») — крупный магазин по продаже полного ассортимента продуктов питания и напитков, а также предметов домашнего хозяйства, товары народного потребления, автомобильные товары, бытовая техника и т. п.

1. Национальные сети (форматы)



Экономичный супермаркет

4. Экономичный супермаркет — магазин площадь от 500 – 1000 м² по продаже ассортимента продуктов питания и напитков, а также предметов домашнего хозяйства, товары народного потребления первичной необходимости. Располагается преимущественно в «спальных районах». Как правило, в экономичном супермаркете ассортимент состоит из самых продаваемых позиций.

1. Национальные сети (форматы)



5. РЦ Национальные Сети - Супермаркеты (От 1000 м2), работающие через распределительный центр – магазины, который получают продукцию с распределительного центра, к-во торых составляет более 50 ТТ

2. Локальные

сети



К локальным сетям относятся сети, к-во которых от 2 ТРТ с формой обслуживания - самообслуживание :

Примеры :

... Восторг, Рост, Клас, Grosh-экспрес, Коло-маркет, Лоток...

3. Линейная розница (форматы)

Входят все ТРТ, которые не относятся к указанным ниже ТИПАМ :

Новый Код	Новый Тип ТРТ
x	Рынки
x	Сезонные ТРТ
x	Локальные сети
x	Национальные сети
x	Нетрадиционные каналы сбыта
x	Магазин на АЗС
x	Хорека
x	Оптовые магазины и склады

Примеры (минимаркет ММС, средний магазин, малый магазин...):

Линейная розница (форматы)



Минимаркет. ММС

1. Минимаркет. ММС. Для определения типа ТРТ «Минимаркет» определяющими является 4 параметра:
 - Форма обслуживания – Самообслуживание;
 - Департамент сбыта – Розница;
 - Площадь – 75 м² и больше.

Таким образом, любой магазин с самообслуживанием от 75 м² в департаменте «Розница» должен быть определен как минимаркет.

Если супермаркет передается из департамента VIP в Розницу, он должен быть указан как минимаркет (и наоборот, минимаркет переданный в VIP становится супермаркетом).

Магазинам самообслуживания менее 75 м² ставится тип 22 – Малый магазин.

Линейная розница (форматы)



Средний магазин

2. Средний магазин. Главные показатели для определения «Среднего магазина»:

- Форма обслуживания – через прилавок;
- Площадь – больше 75 м².

Обратите внимание, что в данном случае учитывается преимущественная форма обслуживания. Наличие незначительного ассортимента продукции в прямом доступе покупателя (фрукты, мороженное, вода, журналы и т.п.) не делает магазин минимаркетом.

Линейная розница (форматы)



Малый магазин

3. Малый магазин. Главные показатели для определения «Малого магазина»:

- Форма обслуживания – через прилавок;
- Площадь – меньше 75 м².

Самый распространенный тип магазинов. К ним также следует относить торговые точки с расчетом через окно (типа киоск), а также крытые магазины на рынках.

4. Магазин на АЗС



4. Магазин на АЗС. Торговая точка любой площади и формы обслуживания, расположенная на АЗС считается Магазином на АЗС.

Выделение данного типа торговых точек в отдельную категорию связано с особым выбором ассортимента, которые предлагаются покупателям в таких ТТ.

5. Хорека



5. Хорека. К этому типу относятся все торговые точки общественного питания и гостиничного хозяйства: столовые, кафе, бары, гостиницы, дискотеки, ночные клубы и т.д. и т.п.

6. Оптовые магазины и склады



6. Оптовые магазины и склады. К данному типу относятся все торговые точки, осуществляющие продажу преимущественно другим торговым точкам и, как правило, оптовыми партиями.

Лотки на рынках, осуществляющие оптовую торговлю, также относятся к относятся к оптовым магазинам.

7. Рынки



6. Розничные ТРТ, которые размещены на стационарных или стихийных рынках

8.Сезонные ТРТ



8. Не постоянные ТРТ, которые работают в определенный сезон года

9. Нетрадиционные каналы сбыта

Входят :

1. Нетрадиционные каналы сбыта
2. Субдистрибьютор, филиал
3. Другие каналы сбыта, а также Организации, осуществляющие тендерные закупки, либо покупка товара профсоюзами, частные лица единоразово приобретающие продукцию для личного использования. Т.е. покупатель не планирует использовать приобретенный товар для осуществления коммерческой деятельности.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

