



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Обзор рынка
2. Обзор ЛК
3. ДПШМ



ХВАТАЙ-КА!





ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

Обзор рынка

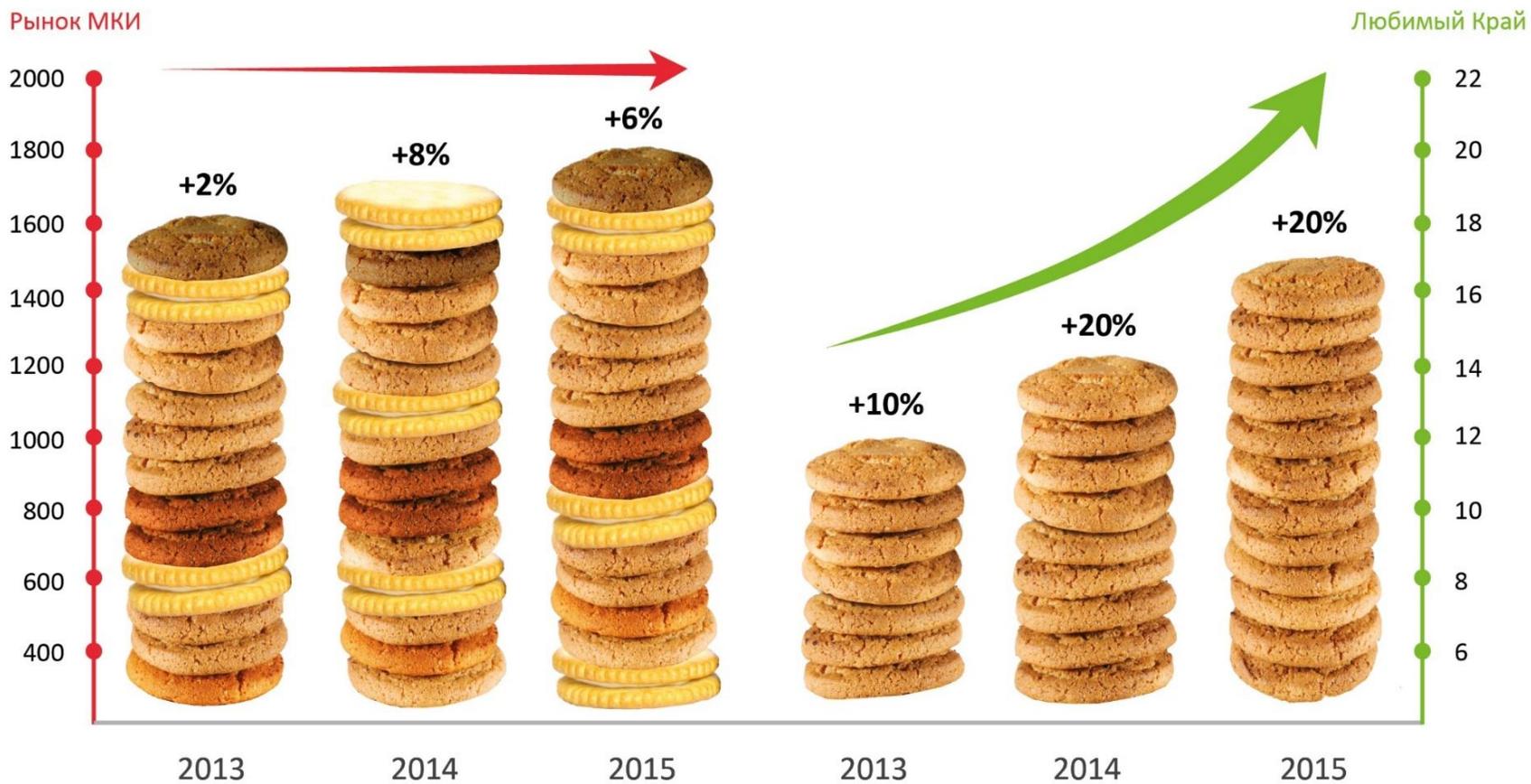


ХВАТАЙ-КА!



ДИНАМИКА РОСТА

Объем продаж (LFL), тыс. тонн



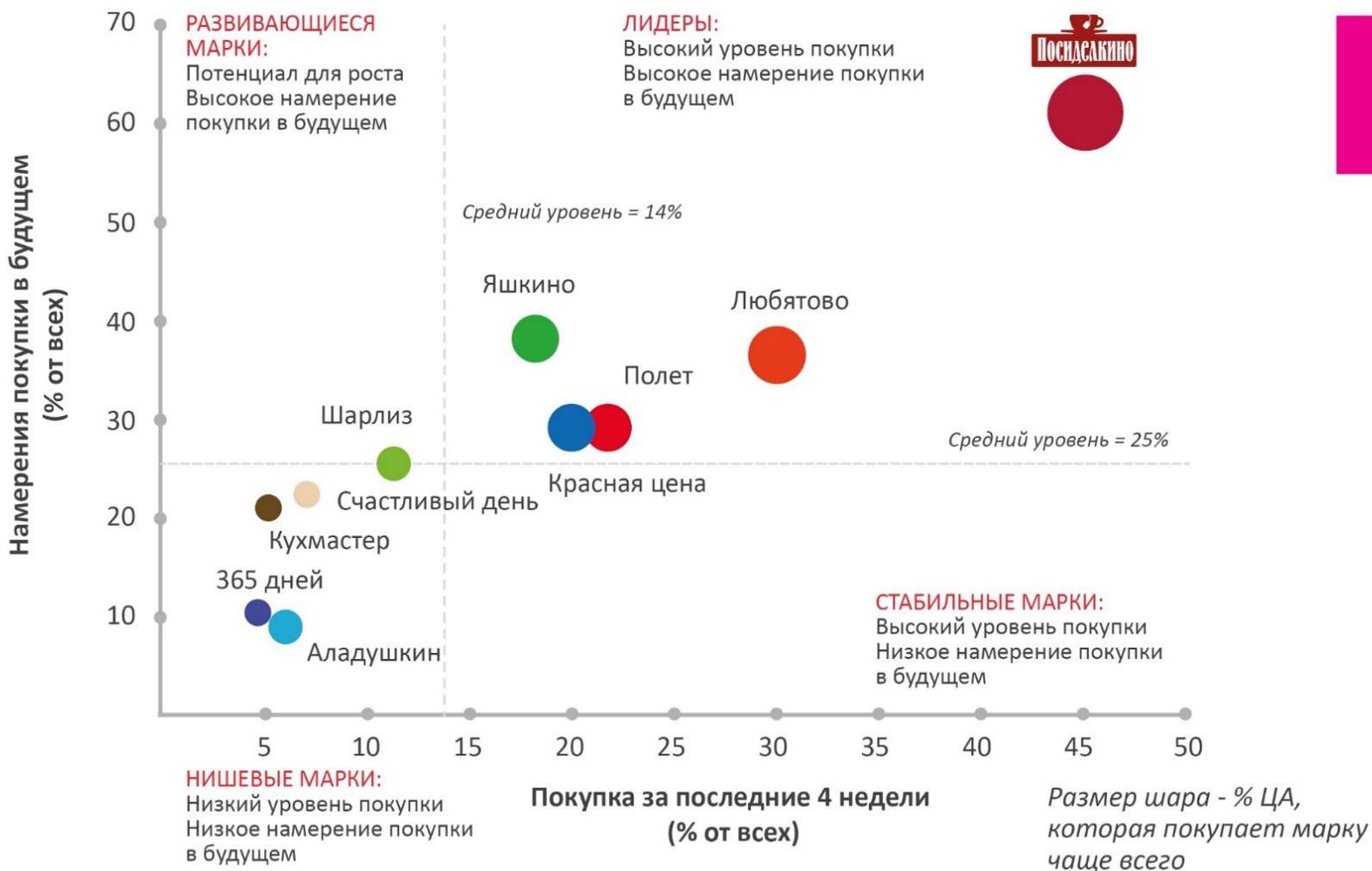
Факты рынка Мучных кондитерских изделий (МКИ)

- **Доля печенья в рамках рынка МКИ** оценивается рядом экспертов и исследователей по-разному и варьируется **от 30 до 60%**
- Потребление печенья среди городского населения России (без учета городов-миллионников), варьируется **от 2,7 до 7,7 килограмма на жителя в год**
- **Средний объем** съедаемого за год печенья составляет **3,34 килограмма на человека**
- Чем **меньше** город, тем **меньше** в нем потребляют печенья на душу населения
- В **сельских населенных пунктах** годовое потребление составляет в **среднем 2,5 килограмма на человека**





ПОСИДЕЛКИНО – БРЕНД №1



* «TNS Россия» (вся Россия, декабрь 2014)





ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

Обзор ЛК



ХВАТАЙ-КА!





ЛЮБИМЫЙ КРАЙ

Лидерство

Кондитерское объединение «Любимый Край» – одно из крупнейших предприятий на Северо-Западе России, специализирующееся на производстве мучных кондитерских изделий. Компания является лидером рынка овсяного печенья. В сегменте пряников «Любимый Край» входит в десятку лидеров.

Преимущества

- ✓ Быстрый выход на миллионный контракт.
- ✓ Высокая доходность: ваша наценка составляет минимум 25%.
- ✓ Мы обеспечиваем **надежные поставки** и высокий уровень исполнения заказов.

Качество

Система менеджмента качества и безопасности пищевой продукции компании сертифицирована по международным стандартам ISO 9001:2008, ISO 22000:2005



Наша продукция не содержит ГМО.

Мы используем натуральные ингредиенты:





ДИСТРИБУЦИЯ



- 2000 Россия
- 2002 Белоруссия
Казахстан
- 2003 Грузия
- 2004 Азербайджан
Узбекистан
- 2006 Германия
- 2007 Абхазия
Израиль
- 2008 Армения
Туркменистан
2008 Молдавия
Украина
- 2009 Таджикистан
2009 Латвия
- 2010 ОАЭ
Греция
- 2011 Кыргызстан
- 2012 США
- 2015 Германия
Израиль
США
- 2017 Китай



13

125

ВСЕ

43 000

стран
с нашей
продукцией

городов России
от 100 тысяч человек

ключевые
розничные сети
России

магазинов
в России

- Поставляем сегодня
- Временно приостановлены
- Планируем начало поставок

Германия — национальные магазины
Германия — магазины «российских товаров»





В компании действует система менеджмента качества по международным стандартам ISO 9001:2008 и ISO 22000:2005 (планируется – FSSC 22000).



Декларации о соответствии, знак ЕАС на упаковках продукции.

Мировой уровень по стандартности, безопасности и качеству упаковки.



Многочисленный лауреат федерального конкурса «100 лучших товаров России».

Продукция проходит все необходимые проверки в странах СНГ, США и Европе.



Многочисленный победитель ТВ-программы «Контрольная закупка» на «Первом канале».

С 15.03.2017:

- Компания «Любимый край» перешла на ГОСТ 24901-2017 по производству Овсяного печенья «Посиделкино», «Бок О Бок», «Хватай-ка» (эконом сегмент с качеством, гарантированным государством)
- Изменены сроки годности по овсяному печенью «Хватай-ка» и «Впрок»



ЛЮБИМЫЙ КРАЙ



«Посиделкино» – бренд №1 овсяного печенья в России!

БРЕНД «ПОСИДЕЛКИНО» В ОЧЕРЕДНОЙ РАЗ ПРИЗНАН МАРКОЙ №1 ОВСЯНОГО ПЕЧЕНЬЯ В РОССИИ КАК ПО ЗНАНИЮ, ТАК И ПО ПОТРЕБЛЕНИЮ И ПОКУПКЕ.*

«Посиделкино» – это марка, признанная российскими потребителями как **САМОЕ ЛЮБИМОЕ, ВКУСНОЕ, ЛУЧШЕЕ** и **ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА** овсяное печенье в стране.*



Многokратный победитель конкурса «100 лучших товаров России» и передачи «Контрольная закупка»

**Контрольная
закупка** 

- ✓ **САМОЕ ЛЮБИМОЕ** овсяное печенье страны – самые высокие показатели лояльности и знания марки*.
- ✓ **ФЕДЕРАЛЬНАЯ ДИСТРИБУЦИЯ.** Все ключевые розничные сети РФ/ 44 370 торговых точек / 125 городов РФ.
- ✓ **ПОСТОЯННЫЙ РОСТ.** Прирост объема продаж с 2013 года – более 100%, прирост количества т.т. с 2013 – 45%.
- ✓ **ЛИДЕР ПРОДАЖ.** Самые высокие показатели уходямости в среднеценовом сегменте.

* Данные исследования, проведенного компанией «TNS-Россия» в декабре 2015 года.





Любимое овсяное



Новый дизайн
к 15-ти летию
бренда



Срок годности: 6 месяцев

Упаковка: коррекс + цветная полипропиленовая пленка с прозрачным окошком



Классическое

упаковка: 320 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 63 шт.



С добавлением
шоколадных кусочков,
310 гр.

С ароматным
миндалем,
310 гр.

С цельным
изюмом,
310 гр.

С лесным орехом,
300 гр.

Со вкусом топленого
молока, 310 гр.

Любимое овсяное на фруктозе



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: кортекс + цветная полипропиленовая пленка с прозрачным окошком



С клюквой

упаковка: 300 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 63 шт.



С Омега-3



С семенами льна,
подсолнечника и кунжута

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

- ✓ **ЛИДЕРСТВО**
 Линейка на фруктозе от «Посиделкино» – бренда №1 на рынке овсяного печенья России*.
- ✓ **ТРЕНДЫ**
 Все больше потребителей делает выбор в пользу продуктов с полезными ингредиентами, здоровый образ жизни становится популярнее с каждым годом.

- ✓ **РОСТ ПРОДАЖ**
 С момента запуска в 2013 году показывает стабильный рост среднемесячных продаж и дистрибуции по всей стране.

* Данные исследования, проведенного компанией «TNS-Россия» в декабре 2015 года.



Посиделкино

Пряники



Новый дизайн
к 15-ти летию
бренда



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: пакет из цветной полипропиленовой пленки с прозрачным окошком



Мятные

упаковка: 300 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 48 шт.



С шоколадом



Имбирные

Пряники с начинкой

Посиделкино



Новый дизайн
к 15-ти летию
бренда



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: пакет из цветной полипропиленовой пленки с прозрачным окошком



С клюквенной начинкой

упаковка: 300 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 48 шт.



С черничной начинкой



С вишневой начинкой



С яблочно-брусничной начинкой



С вареной суцуконкой

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

- ✓ **БОЛЕЕ НАСЫЩЕННЫЙ ВКУС И МЯГКАЯ СТРУКТУРА.** Улучшена рецептура! По результатам внешних и внутренних дегустаций средний балл по всем позициям – 5 баллов из 5*.
- ✓ **НАТУРАЛЬНЫЕ НАПОЛНИТЕЛИ.** Продукт производится с использованием натуральных наполнителей (мята, имбирь, шоколад и какао) и не содержит ГМО. Потребители отмечают состав пряников «Посиделкино» как наиболее натуральный.**
- ✓ **НОВЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ВКУС.** Имбирные пряники – один из самых популярных вкусов классических пряников по мнению потребителей РФ.
- ✓ **БЕЗ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕНЫ.** Массовый ценовой сегмент – все улучшения произведены без повышения цены!
- ✓ **ФИГУРНЫЕ ПРЯНИКИ.** Пряники без начинки теперь разных форм!

* По результатам опроса потребителей исследовательской компании PROFIONLINE, февраль 2016 г.

** Мнения потребителей по результатам исследований обратной связи по продуктам на сайтах otzovik.ru, irecommend.ru и др.

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

- ✓ **БОЛЕЕ ЗАМЕТНЫЙ ДИЗАЙН.** Новый, отличающийся, но в тоже время более органичный для группы традиционных пряников дизайн.
- ✓ **БЕЗ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕНЫ.** Массовый ценовой сегмент. Все улучшения произведены без повышения цены!
- ✓ **НАТУРАЛЬНЫЕ ЯГОДЫ.** Пряники с натуральными ягодами (клюква, черника, брусника, вишня).
- ✓ **ДВА НОВЫХ ВКУСА.** 5 популярных вкусов начинок, согласно опросу потребителей РФ. По результатам, внутренних дегустаций, средний балл по всем новинкам – 5 баллов из 5*.
- ✓ **Вся линейка не содержит ГМО.**

* По результатам опроса потребителей исследовательской компании PROFIONLINE, февраль 2016 г.



NEW

Пряничное Настроение



Пряники в глазури



упаковка: 240 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 48 шт.

С шоколадом



Имбирные

Творожное печенье



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: пакет из цветной матовой пленки с прозрачным окошком

Новый дизайн
к 15-ти летию
бренда



С апельсиновыми цукатами

упаковка: 250 гр.
в коробе: 15 шт.
коробов на паллете: 48 шт.



С цельным изюмом



С лесным орехом

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

- ✓ **ДОЛЬШЕ МЯГКОЕ И СВЕЖЕЕ.** Новая улучшенная рецептура на муке высшего сорта, молочной сыворотке и творога, с добавлением цитрусовых волокон позволяет дольше сохранять печенье мягким и свежим. По результатам внутренних дегустаций, средний балл по всем органолептическим характеристикам повысился на 2 пункта.
- ✓ **БОЛЕЕ АППЕТИТНЫЙ ВНЕШНИЙ ВИД.** Переход на муку высшего сорта и новая форма печенья обеспечивают нежную рассыпчатую структуру и более аппетитный «домашний» внешний вид продукта.
- ✓ **НАТУРАЛЬНЫЕ НАПОЛНИТЕЛИ.** Продукт производится с использованием натуральных наполнителей (изюм, цукаты, орехи), молочной сыворотки и творога. Не содержит ГМО.
- ✓ **ОБНОВЛЕННЫЙ ДИЗАЙН УПАКОВКИ** – более свежий и интересный для потребителя.
- ✓ **БЕЗ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕНЫ.** Массовый ценовой сегмент – все улучшения произведены без повышения цены!

ХВАТАЙ-КА!

Овсяное печенье (эконом)



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: пакет-гассет из полипропиленовой пленки с нанесением



Со вкусом топленого молока

упаковка: 400 гр.
в коробе: 16 шт.
коробов на паллете: 36 шт.



Классическое

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

ДЛЯ ПРОДАВЦОВ

- ✓ Высокий оборот в торговой точке
- ✓ Популярные вкусы овсяного печенья
- ✓ Самая широкая аудитория покупателей

ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

- ✓ Низкая цена за счет более массового производства
- ✓ Высокое качество от лидера в производстве овсяного печенья
- ✓ Традиционный вкус «как в детстве»



Овсяное печенье (эконом)



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: пакет-гассет из полипропиленовой пленки с нанесением



Классическое

упаковка: 600 гр.
в коробе: 12 шт.
коробов на паллете

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

ДЛЯ ПРОДАВЦОВ

- ✓ Большая упаковка для сегмента рациональных покупателей
- ✓ Самый популярный вкус овсяного печенья

ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

- ✓ Минимальная цена на полке за счет минимальных наценок
- ✓ Высокое качество от лидера в производстве овсяного печенья

Весовая продукция



Весовое овсяное печенье «Бок-о-Бок»



Срок годности: 5 месяцев

Упаковка: короб из гофрокартона с пакетом-вкладышем



Классическое

вс. короба
нетто/брутто: 6 / 6,3 кг.
коробов на паллете: 63 шт.



С добавлением
шоколадных кусочков



С миндалем



С изюмом



Со вкусом топленого
молока

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

для ПРОДАВЦОВ

- ✓ Уникальная укладка внутри короба «на ребро»
- ✓ Длительный срок годности
- ✓ Высокое качество продукции соответствует международным стандартам

для ПОКУПАТЕЛЕЙ

- ✓ Большой выбор вкусов в группе овсяного печенья
- ✓ Содержание натуральных ингредиентов
- ✓ Продукты линейки можно употреблять в пост, кроме позиции «Со вкусом топленого молока»



Весовые пряники традиционные



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: короб из гофрокартона с пакетом-вкладышем

вес: коробка
нетто/брутто: 3 /3,2 кг.
коробов на паллете: 108 шт.



Весовое сдобное печенье «Хрустящее ореховое»



Срок годности: 4 месяца

Упаковка: короб из гофрокартона с пакетом-вкладышем

вес: коробка
нетто/брутто: 5 /5,3 кг.
коробов на паллете: 63 шт.



мятные



С шоколадом



имбирные



С семечками



С жареным арахисом

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

для продавцов

- ✓ Длительный срок годности
- ✓ Самые популярные вкусы в группе пряников
- ✓ Высокое качество продукции соответствует международным стандартам
- ✓ Небольшой размер короба, 3 кг

для покупателей

- ✓ В составе натуральные наполнители: мята, имбирь, шоколад и какао
- ✓ Фигурные пряники легко найти на полке при повторной покупке

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

для продавцов

- ✓ Уникальная укладка внутри короба «на ребро»
- ✓ Длительный срок годности
- ✓ Высокое качество продукции соответствует международным стандартам

для покупателей

- ✓ В составе натуральные семечки и орехи
- ✓ Можно употреблять в пост

Весовые пряники с начинкой



Срок годности: 3-4 месяца

Упаковка: короб из гофрокартона с пакетом-вкладышем



С клюквенной начинкой

вес короба
нетто/брутто: 3/3,2 кг.
коробов на паллете: 108 шт.



С черничной начинкой



С вишневой начинкой



С вареной сусушкой



С яблочно-брусничной начинкой

ОСНОВНЫЕ ВЫГОДЫ ЛИНЕЙКИ

для ПРОДАВЦОВ

- ✓ Выбор самых популярных начинок
- ✓ Длительный срок годности
- ✓ Высокое качество продукции соответствует международным стандартам
- ✓ Небольшой размер короба, 3 кг

для ПОКУПАТЕЛЕЙ

- ✓ Мини-размер пряника
- ✓ Использование начинок с добавлением натуральных ингредиентов: вишня, черника, клюква, брусника, яблоко и др.

Транспортная упаковка

Стандартный короб

Внутри короба продукция уложена в пакет из полипропиленовой пленки, который герметично запаян. Для всего ассортимента используются упаковочные материалы только с высокими барьерными свойствами, обеспечивающие свежесть и аромат продукта в течение всего срока годности.



вес короба
нетто/брутто: 5/6,5 кг.
коробов на паллете: 63 шт.

Мини-короб

За счет небольшого объема мини-короба Вы можете предлагать покупателям только самую свежую продукцию.

вес короба,
нетто/брутто: 3/3,2 кг.
Коробов на паллете: 108 шт

Шоу-бокс

Все мини-упаковки поставляются в шоу-боксах со съемной крышкой.

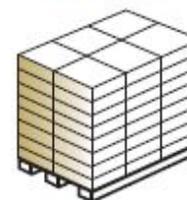


вес короба,
нетто/брутто: 2,16/3,24 кг.
Коробов на паллете: 56 шт

СХЕМА УКЛАДКИ НА ПАЛLETTE

TM Посиделкино (пряники)

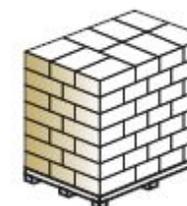
TM Пряничное настроение



В слое коробов: 6
Количество слоев: 8
На паллете коробов: 48
Размеры паллета:
Ширина = 1200 мм
Длина = 800 мм
Высота = 1440 мм

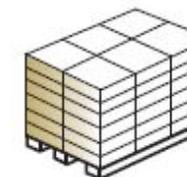
TM Посиделкино (печенье)

TM Оранжевое солнце (весовая продукция)



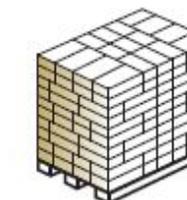
В слое коробов: 9
Количество слоев: 7
На паллете коробов: 63
Размеры паллета:
Ширина = 800 мм
Длина = 1200 мм
Высота = 1470 мм

ВПРОК и Хватай-ка



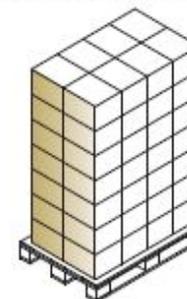
В слое коробов: 6
Количество слоев: 6
На паллете коробов: 36
Размеры паллета:
Ширина = 1200 мм
Длина = 800 мм
Высота = 1496 мм

TM Оранжевое солнце (мини-короб)



В слое коробов: 12
Количество слоев: 9
На паллете коробов: 108
Размеры паллета:
Ширина = 1200 мм
Длина = 800 мм
Высота = 1476 мм

TM Посиделкино (в мини-упаковках)



В слое шоу-боксов: 8
Количество слоев: 7
На паллете шоу-боксов: 56
Размеры паллета:
Ширина = 1200 мм
Длина = 800 мм
Высота = 1540 мм



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

ДПШМ



ХВАТАЙ-КА!





Дистрибьюция. Форматы торговых точек

Категории	Описание	Площадь, кв.м	Описание	Типичная ситуация покупки			Пример
				посещение	объем	частота	
A	Гипермаркет	от 5000	парковка, до 50% товаров не FMCG, часто в удалении от жилых кварталов	3	Max	1 раз в неделю и реже	АШАН, ОКЕЙ, Карусель
	Супермаркет (в т.ч. гастроном + универсам)	500-4000	обычно расположен внутри жилых кварталов, ориентирован на жителей района	3	Med	2-3 раза в неделю	Перекресток, Виктория,
B	Супермаркет мини (в т.ч. дискаунтер)	500-3000	минимальный сервис, практически весь запас товара располагается в торговом зале, находится в жилых кварталах, политика скидок и распродаж	3	Med	2-3 раза в неделю	Магнит, Пятёрочка, Верный, Дикси
	Минимаркет/магазин у дома	150-500	товары повседневного спроса, основные покупатели – жители домов рядом	3	Min	часто	Продукты 24, магазины во дворе
	Традиционный магазин (в т.ч. прилавок и спец. магазины)	150-300	в жилых зданиях, основные покупатели – жители домов рядом или специализированный магазин (мясо, молоко, овощи)	Н	Min	часто	Продукты 24, магазины во дворе
C	Небольшой прилавочный магазин / павильон / розничный киоск (не с/обслуживание)	до 100	товары повседневного спроса и первой необходимости, часто на первых этажах жилых домов / в местах с большой проходимостью / товары импульсного спроса	Н	Min	часто	Продукты 24, магазины во дворе, отдельстоящие ларьки в местах высокой проходимости
A3C	Магазин АЗС	до 100	товары импульсного спроса	Н	Min	при посещении АЗС	Все магазины при АЗС

3 - запланированная покупка

Н - незапланированная покупка

Max - большой объем покупки. Закупка на неделю, либо закупка для особого события.

Med - средний объем покупки. Закупка на несколько дней, импульсная покупка сопутствующих товаров.

Min - маленький объем покупки. Закупка на сегодня, импульсная покупка.



Дистрибьюция. Приоритеты листинга

Общая последовательность (приоритет) листинга:

1. «Посиделкино»:
 - 1) Классическое
 - 2) С шоколадными кусочками
 - 3) Другие вкусы
 - 4) Весовая продукция
2. Пряники
3. Овсяное печенье ЭКОНОМ (Хватай-ка)
4. Овсяное печенье ЭКОНОМ (ВПРОК)



Основной фокус в дискаунтерах:
Нижний ценовой сегмент
(Хватай-ка, ВПРОК, Весовые SKU)



Прайсинг. Соотношение с конкурентами

Ключевая ценовая стратегия:

1. Соблюдение справедливой наценки по всем нашим SKU и конкурентам
2. Соблюдение разделения линеек по ценовому сегменту (Весовое печенье, Хватай-ка, ВПРОК – нижний ценовой сегмент)
3. Справедливо равная цена с прямыми конкурентами по схожим SKU

Бренд «Посиделкино» – 100% узнаваемый лидер в категории «Овсяные печенья»

Основные конкуренты:

Постоянные

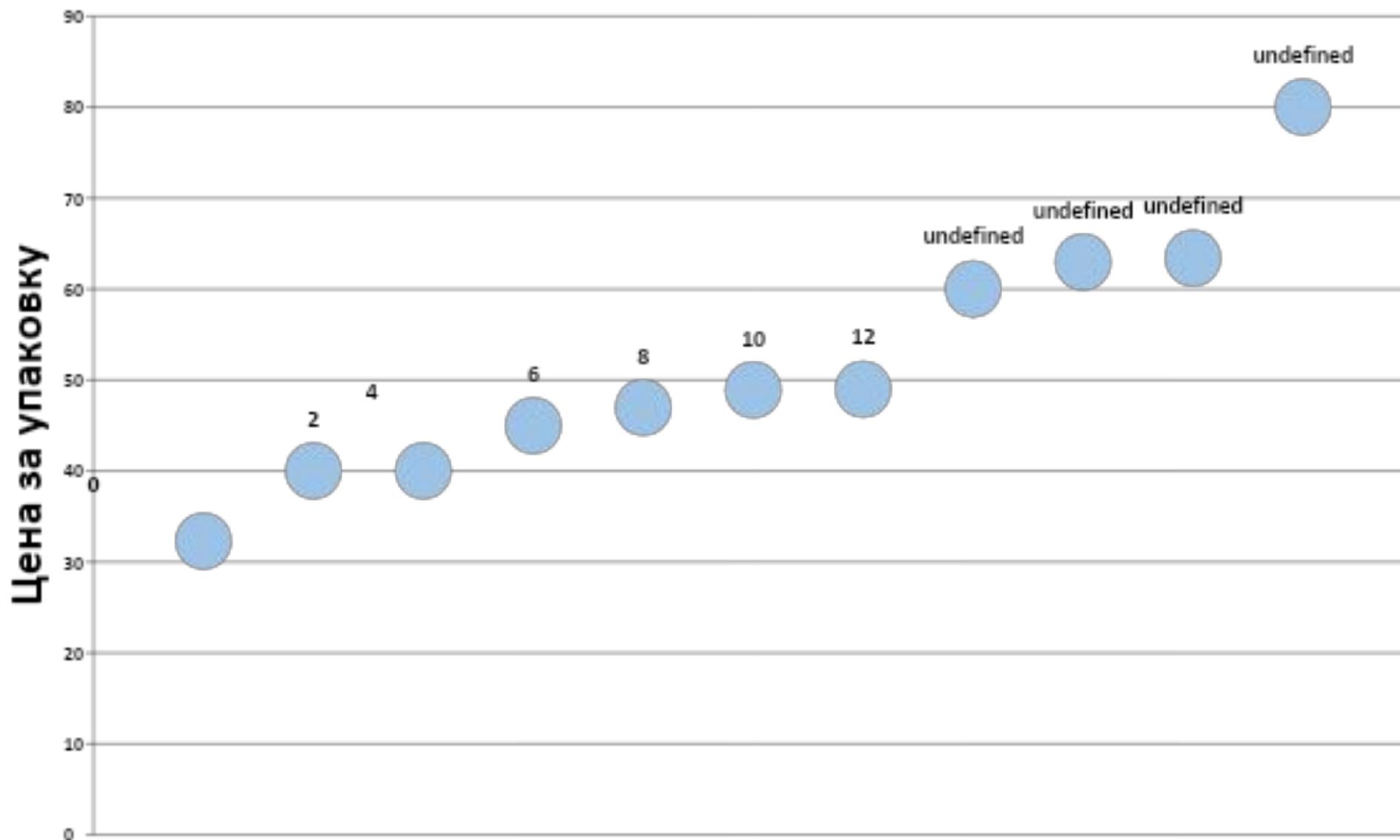
- Яшкино
- Любятово

«Всплывающие» + местные конкуренты

- Сладонез (конкурент Овсяного печенья Хватай-ка)
- КолосПром (Хабаровский край)
- Хлебозавод №3 (Хабаровский край)
- Ветли (Биробиджан)



Сравнительный анализ цен на полке по ТМ «Хватай-ка»



Шелвинг



Целевая доля полки: не менее основных конкурентов – «Яшкино», «Любятово»



Шелвинг

ДЛЯ ДОСТУПНОСТИ:

Поддерживать страховой запас продукции на складе. Продукцию выкладывать строго по товарным группам (печенье/пряники).



Покупатель нашел для покупки, все что хотел купить.

Продукция должна быть всегда в торговом зале в полном ассортименте и на всю глубину полки.



Покупатель всегда может найти продукцию на полке, даже во время акции.

Продукцию выкладывать на одном и том же постоянном месте. При отсутствии продукта – освободившееся место заполнить лидером продаж.



Покупатель всегда быстро находит товар на привычном месте.

Размещать правильные ценники под каждой товарной позицией.



Покупатель понимает – что покупает и за сколько.

Соблюдать правило ротации товарных запасов на складе и полке, для обеспечения свежести товара.



Покупатель всегда покупает только свежий продукт.



Шелвинг

ДЛЯ ЗАМЕТНОСТИ:

Продукцию выкладывать на приоритетных полках – это 2-4 полка.

Наиболее удобные полки для покупателя (схема №1).

Продукцию выкладывать лицевой стороной, прозрачным окном к покупателю (коррекс – горизонтально, пакет – вертикально).

Покупатель видит продукт, замечает торговую марку и название.

Продукцию размещать минимум двойным фейсом, а лидеры продаж – тройным и более.

Больше упаковок – легче заметить покупателю.

Продукцию дублировать на дополнительных местах продаж с размещением ценника.

Покупатель всегда замечает продукт на дополнительных выкладках.

Полка	Распределение внимания покупателей	Высота, см	Уровень	
6	10%	Выше 180	выше уровня глаз	НЕ используем
5		160-180		Используем
4	40%	110-160	уровень глаз	Используем
3		80-110		Используем
2	30%	Ниже 80	уровень руки	Используем
1	20%		на уровне пола	НЕ используем

▶ **Направление движения покупателя** ▶



Мерчендайзинг варианты оформления товара



Печенье в удобном формате упаковки с небольшим весом и демонстрационным окном

Вид упаковки: короб-телевизор

Вес упаковки: 2 кг

Параметры упаковки: 380*254*100 мм

Основные каналы продаж:

- Рынки
- Специализированная розница
- B2B (бизнес-центры, HoReCa)



Диспенсеры

Цель: выделение на полке

Формат: под небольшое
количество SKU для
создания «Центра
категории»

Задачи отдела продаж по ДПШМ

Д

- Соблюдение приоритетности листинга продукции в магазины по каналам в 100% случаев

П

- Соблюдение справедливой наценки по всем SKU в 100% ТТ
- Справедливое соотношение цен с прямыми конкурентами в 100% ТТ
- Соблюдение ценовой сегментации внутри производителя «Любимый край» (Хватай-ка, Впрок – низкий ценовой сегмент)

Ш

- Соблюдение выкладки в 100% ТТ в формате:
- Что выкладываем?
- Где выкладываем?
- Каким образом выкладываем?

М

- Использование оборудования в зависимости от сезонности и соответствия промо периоду