



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Обзор рынка
2. Обзор ЛК
3. ДПШМ



ХВАТАЙ-КА!





ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

«ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»

Обзор рынка

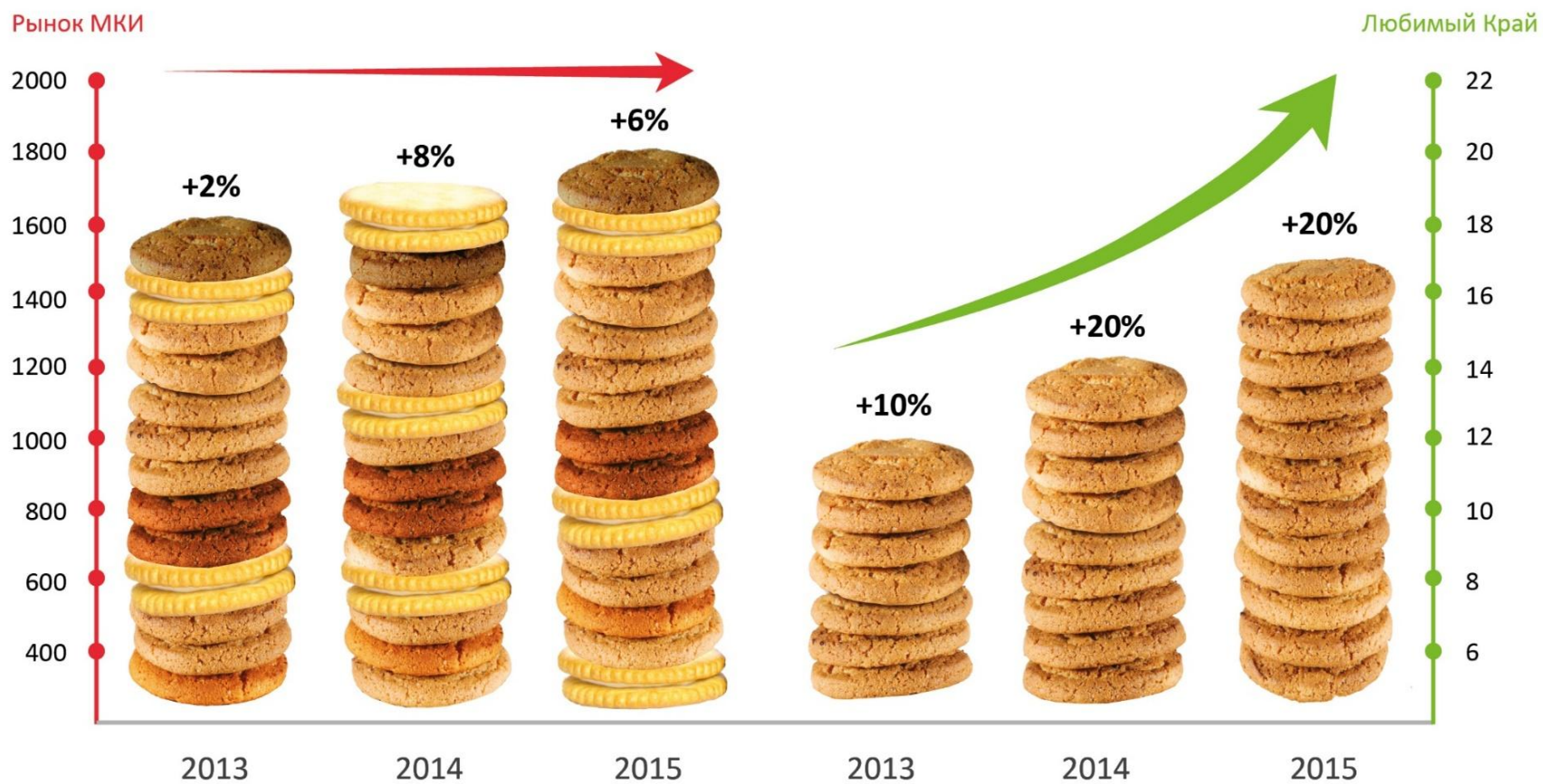


ХВАТАЙ-КА!



ДИНАМИКА РОСТА

Объем продаж (LFL), тыс. тонн



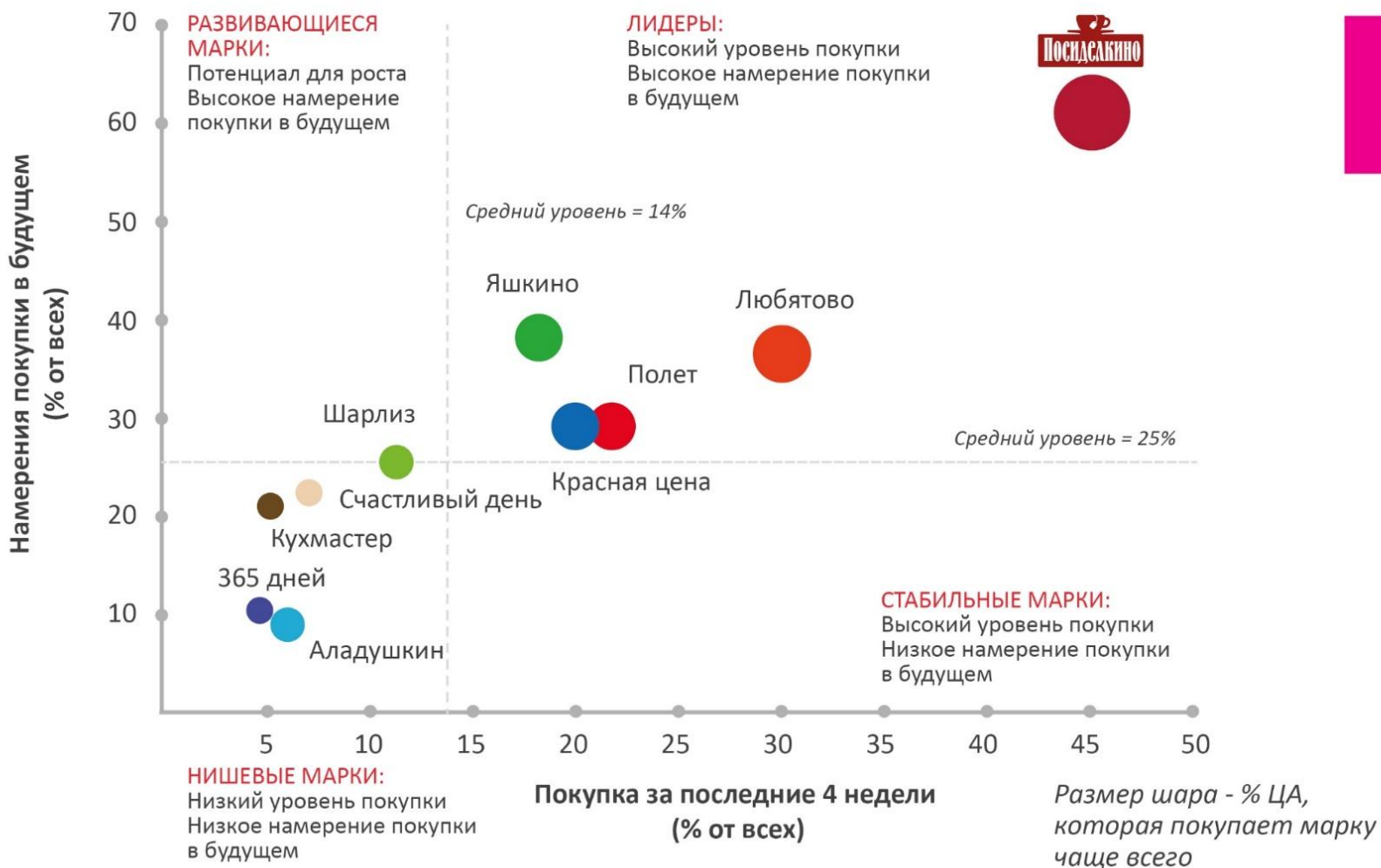
Факты рынка Мучных кондитерских изделий (МКИ)

- **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 стран
с нашей
продукцией

125 городов России
от 100 тысяч человек

ВСЕ ключевые
розничные сети
России

43 000 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.*



Многочисленный 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 ухודимости 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

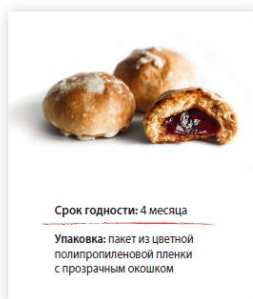
NEW

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 суценок

NEW

NEW

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.
- ✓ **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



Сладельсиновыми цукатами

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



С цельным изюмом



Слесным 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)

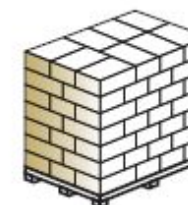
TM Пряничное настроение



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



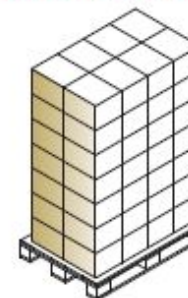
В слое коробов: 6
Количество слоев: 6
На паллете коробов: 36
Размеры паллета:
Ширина = 1200 мм
Длина = 800 мм
Высота = 1496 мм

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

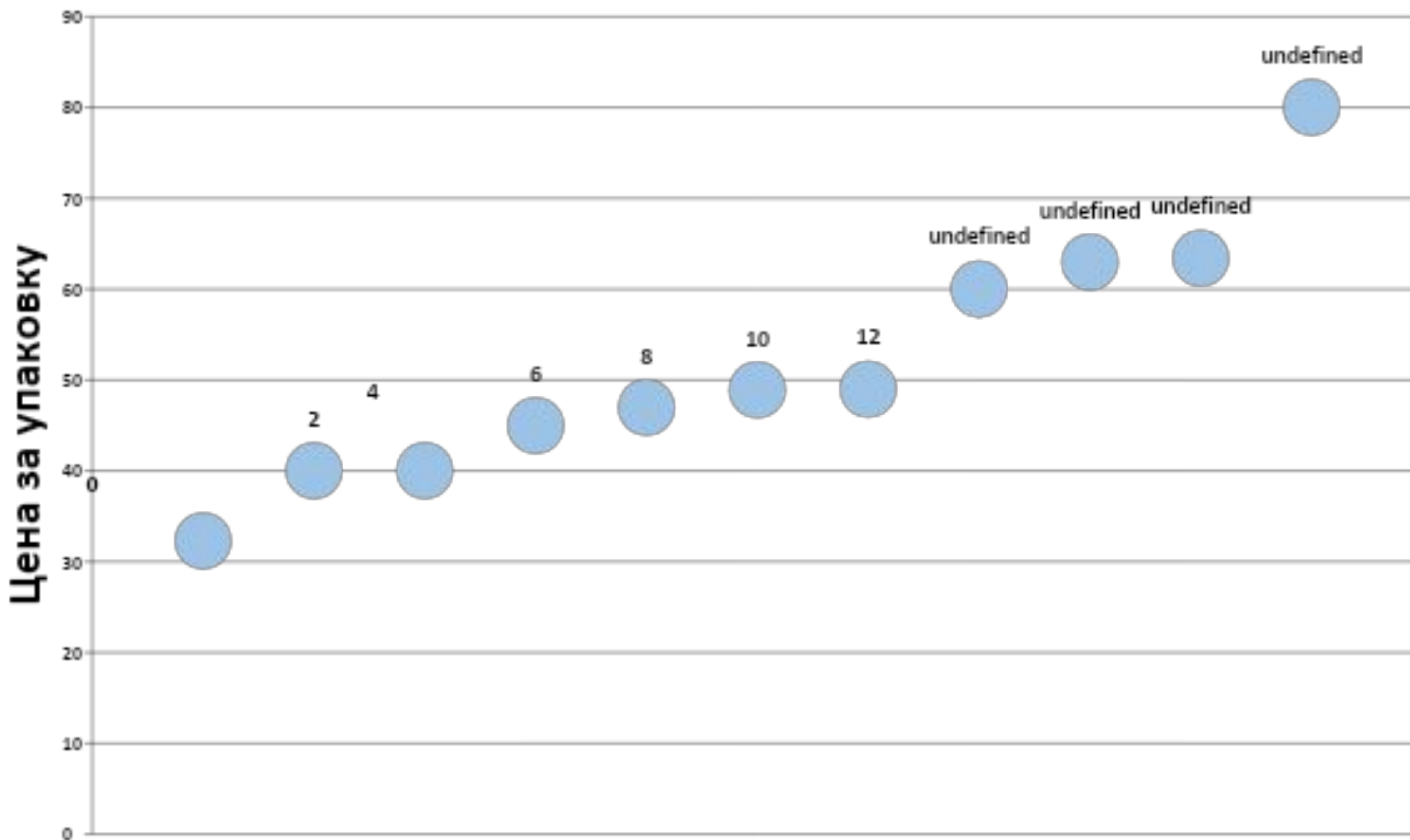
- Яшкино
- Любятово

«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).

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

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

Размещать правильные ценники под каждой товарной позицией.

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

Покупатель нашел для покупки, все что хотел купить.

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

Покупатель всегда быстро находит товар на привычном месте.

Покупатель понимает – что покупает и за сколько.

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