



«Окраина» сегодня

Обучающая презентация для промо-персонала

Санкт-Петербург - 2022

Чуть-чуть истории

- ✓ 2000 год - небольшое колбасное производство.
- ✓ Качество – СРАЗУ!
- ✓ «Горячие пирожки»!
- ✓ Первые три года - рост с 1 тонны до 7-8 тонн колбасной продукции в день!
- ✓ Расширение и 3 завода.
- ✓ 2013 год – стратегическое решение.
- ✓ 2014 год – гипермаркет Окей Санкт-Петербурга.
- ✓ 2021 год – 50 фирменных магазинов «Окраина вкуснее».



Немного об Украине

ОКРАИНА – крупный производитель FMCG-рынка России. Среди наших товаров – качественные колбасы, деликатесы, мясные полуфабрикаты, овощные, вегетарианские, веганские товары, а также продукты из рыбы.

ОКРАИНА – это **четыре** современных предприятия, выпускающих продукцию в разных регионах страны.

Наша философия – быть ближе к настоящему и предоставлять нашим покупателям продукты высшего качества, при производстве которых используется только охлажденное мясо, натуральные специи, свежие овощи и фрукты. Мы делаем вкусные продукты, безопасные для здоровья.



О производстве

Миссия бренда: Мы производим качественные и вкусные продукты. На краю земли, за Полярным кругом в суровом климате, но в максимально стерильных условиях. Мы никогда не добавляем и не будем добавлять ГМО и запрещенные компоненты, делать низкосортный и некачественный продукт. Мы полностью открыты для потребителей и не скрываем любую информацию о своих продуктах.

На сегодняшний день мы выпускаем:

- ~ 125 наименований продукции мясоперерабатывающего завода;
- ~ 20 наименований завода сырокопченых колбас;
- ~ 120 наименований завода полуфабрикатов.

Наш ценовой сегмент: средний +, премиум



Наше признание-2021

Экспертизы Окраины: Качество продукции ОКРАИНА неоднократно подтверждалось самыми придирчивыми и независимыми экспертами России. Среди победителей: колбасы, деликатесы, сосиски, сардельки, пельмени, вареники, зельцы!



- Золото** – Колбаса тк Швейцарская,
- Золото** – Купаты Домашние с дымком,
- Серебро** – Фрикадельки Говяжьи,
- Серебро** – Сосиски с сыром и шпинатом,
- Серебро** – Вареники со сладким тофу веганские,
- Диплом качества** – Пельмени веганские с растительным мясом.



Лучшая сотня:

Пельмени рыбные из трески,
Пельмени рыбные с кальмаром,
Пельмени рыбные с креветкой,
Смалец с чесноком и зеленью,
Сосиски со сливочным маслом,
Колбаса с натуральным молоком

Дипломанты:

Куриные стиксы



Наше признание



Победитель - Блинчики с мясом
Экспертиза РОСКАЧЕСТВО
10.03.2021



ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА 2020
СОСИСКИ ВЕНСКИЕ

Золотая медаль Гарантия качества
2020 - Сосиски Венские 04.12.2020



ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА 2020
ХАБУГО СЫРОКОПЧЕНАЯ КОЛБАСА

Золотая медаль Гарантия качества
2020 - Хабуго сырокопченая
колбаса 04.12.2020



**Контрольная
закупка**

ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 18.05.2017
В КАТЕГОРИИ ВАРЕНИКИ С ВИШНЕЙ

Победитель - Вареники с вишней.
Передача "Контрольная закупка"
18.05.2017г.



**Контрольная
закупка**

ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 09.09.2015
В КАТЕГОРИИ САРДЕЛЬКИ СВИНЫЕ

Победитель - Сардельки Свиные
ГОСТ. Передача "Контрольная
закупка", 09.09.2015г.



**Наш
Потреб
Надзор**

с Олегом Соколовым
ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 15.11.2017
В КАТЕГОРИИ ПЕЛЬМЕНИ СИБИРСКИЕ

Победитель - Пельмени
Сибирские. Передача
"НашПотребНадзор" на НТВ,
15.11.2017г.



ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 18.09.2017
В КАТЕГОРИИ ПЕЛЬМЕНИ СИБИРСКИЕ

Победитель - Пельмени
Сибирские. Передача
"Естественный отбор", 18.09.2017г.



**Контрольная
закупка**

ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 19.09.2016
В КАТЕГОРИИ ПЕЛЬМЕНИ ДОМАШНИЕ

Победитель - Пельмени Домашние
Окраина. Передача "Контрольная
закупка", 19.09.2016г.



**Контрольная
закупка**

ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 06.11.2015
В КАТЕГОРИИ КОЛБАСА МОЛОЧНАЯ

Победитель - Колбаса Молочная
ГОСТ. Передача "Контрольная
закупка", 06.11.2015г.



**Контрольная
закупка**

ПОБЕДИТЕЛЬ ЭФИРА 04.07.2014
В КАТЕГОРИИ САЛАМА ВЕНСКАЯ

Победитель - Колбаса Венская
полукопченая. Передача
"Контрольная закупка", 04.07.2014г.

Мясоперерабатывающий завод

Ассортимент: вареные колбасы, сосиски и сардельки, ветчины, варено-копченые и полукопченые колбасы, деликатесы, продукты из мяса птицы, холодцы и зельцы, паштеты, ливерные колбасы, веганские продукты.



Новинки – 2022:

- Колбаски из оленины.
- Рёбрышки свиные и говяжьи на смокере.
- Пастрами из индейки.
- Беконный джем.
- Колбаса Домашняя Гуцульская.
- Грудинка из мраморной говядины.



Завод сырокопчёных колбас

Ассортимент: сырокопченые колбасы, сыровяленые колбасы, сырокопчёные деликатесы, сыровяленые деликатесы.



Новинки – 2022:

- Колбаса с можжевельником и клюквой.
- Колбаса с томатом и чесноком.
- Колбаса с трюфелем.
- Колбаса без Е-индексов.
- Колбаса Еврейская.



Завод полуфабрикатов

Ассортимент: полуфабрикаты, готовые кулинарные изделия, рыбные полуфабрикаты, овощные котлеты, веганские продукты



Новинки – 2022:

- Чебуреки с ветчиной и сыром.
- Фарш из курицы и говядины.
- Пельмени с олениной.
- Пельмени с индейкой.
- Фарш для болоньезе.
- Перец фаршированный.
- Наггетсы рыбные.



Векторы развития:

1. Развитие фирменной и франшизной сети «Окраина вкуснее». Сейчас – 51 магазин. План ~ 100 точек (50 в Санкт-Петербурге).
2. Расширение географии представленности бренда «Окраина» через РЦ крупных сетей.
3. Развитие альтернативных направлений питания: веганство, здоровое питание, готовые блюда, наборы «сделай сам».
4. Сохранить максимальную доступность продукта для потребителя в рамках последних событий.



Что такое промо?

Реклама

обращается к неопределенному кругу лиц

информация далеко от места продажи

предлагает купить товар "потом"

рассказывает о товаре

высокие затраты

информация "для всех"

отложенная реакция

Промо-акция

обращается к конкретному человеку

промоутер находится прямо у товара

предлагает купить товар "прямо сейчас"

"получите выгоду"

невысокие затраты

информация для целевого клиента

моментальная реакция



Какое промо бывает?



Залог успешного контакта

1. Работаем с **целевым** клиентом (представителем целевой группы) и отдаем ему все внимание.
2. **Улыбаемся!** Чем естественнее улыбка – тем лучше. Главное – чтобы улыбка была искренней.
3. Смотрим **на покупателя**, а не мимо него.
4. Не употребляем частицу «**не**».
5. Рассказываем о **выгоде** покупки. И делаем это максимально доступно, на языке покупателя.
6. Помним, что покупатель всегда реагирует исключительно на то, что **его интересует**, а не на то, что считаешь преимуществом ты сам.
7. Используем личные местоимения «**Вы**», «Вам», «Вас». Это позволяет почувствовать заботу о покупателе.
8. **Спор – это хорошо!** Покупателю интересно.
9. Активно используем **жесты, мимику эмоции**.



Залог успешного контакта

10. Если покупатель **не готов** выслушать промоутера - отойдите. Не умоляйте попробовать или приобрести продукт. Если потребитель не проявляет никакой заинтересованности, оставьте его в покое.
11. **Корректируйте** свой подход к потребителю в зависимости от того, спешит он или нет. Когда это необходимо, умейте быть кратким.
12. **Не произносите названия** конкурирующих фирм. Никогда не критикуйте продукцию конкурентов, особенно если покупатель покупает именно ее. Его реакция окажется негативной, потому что тем самым ты поставил под сомнение правильность его выбора.
13. Дистанция, которую необходимо соблюдать при общении с покупателями – **0,5 метра**. В случае если перед вами пара (мужчина и женщина), то расстояние должно быть чуть больше.
14. Говорите с той скоростью, на которую **настроен** человек.
15. Никаких слов-паразитов!
16. Не должно быть очень активной жестикуляции, рук в карманах.



Ситуация №1

Покупатели образовали плотное кольцо вокруг промоточки и не дают возможности промоутеру работать с другими потребителями.



Ситуация №2

Покупатель задает тебе вопрос по продукции или по механике акции, а ты не знаешь, что ответить.



Ситуация №3

Покупатель начинает сравнивать продукцию с другой торговой маркой.



Ситуация №4

Покупатель чрезмерно разговорчив и отвлекает промоутера от работы.



Ситуация №5

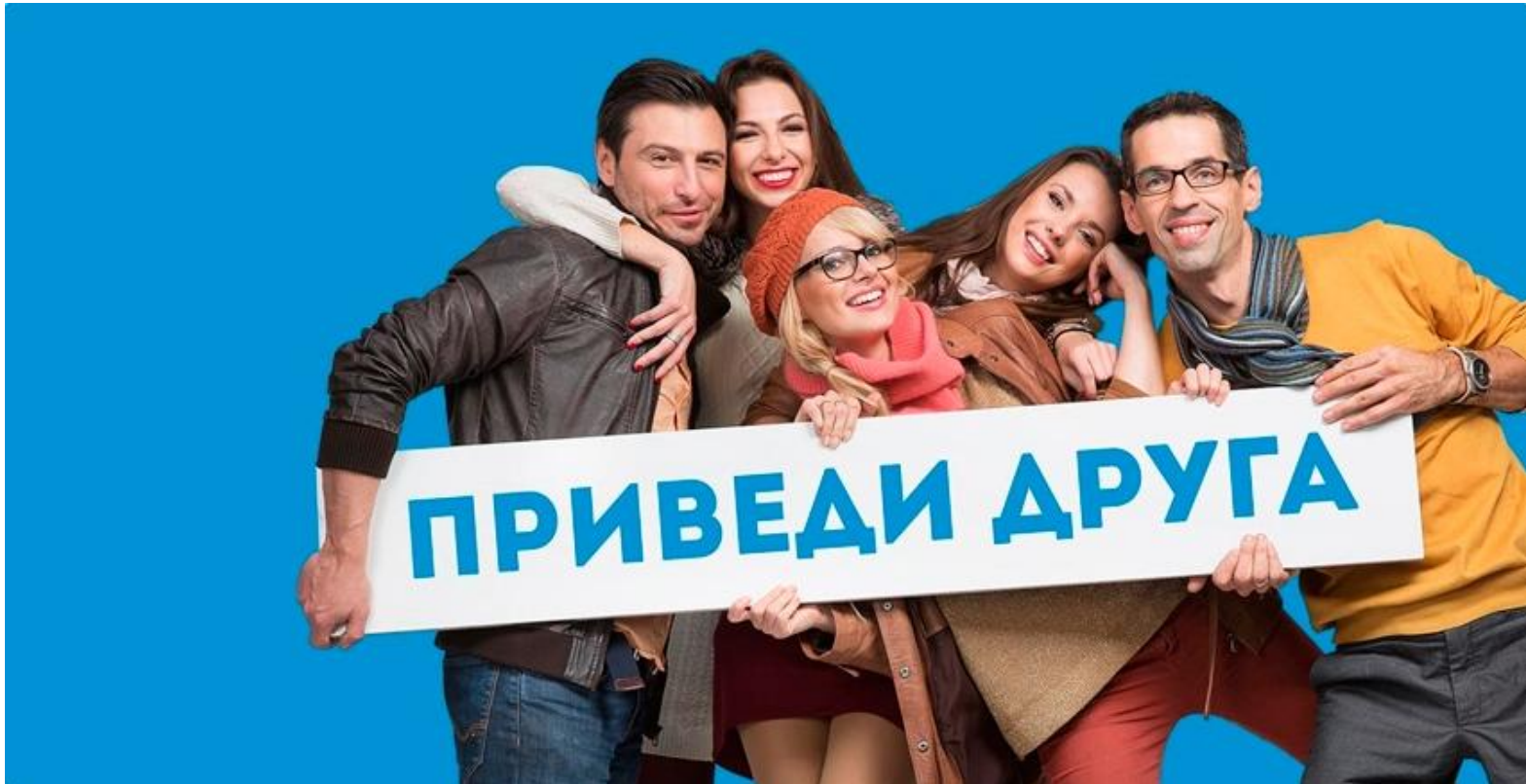
К тебе подошел человек и начал ругаться, хамить.



Внимание! Акция!

Приведи друга – получи 500 руб!

- Работать в команде с другом.
- Эффективно и удобно!



Дегустации во франшизных магазинах

Задачи:

- Ознакомление с продукцией.
- Увеличение продаж.

Помните, что:

- Вы напрямую влияете на продажи и впечатление о продукте.
- Заранее досконально изучите ассортимент, участвующий в дегустации. Найдите изюминку в продукте, о которой расскажете покупателю.
- Заранее узнайте какие скидки действуют в этом магазине.
- Держите промо-место в строгой стерильности, будьте крайне аккуратны!

Варианты текстровки:

Бесприигрышная лотерея:

Промоутер у входа (на выдаче, на промо-стойке разложено объявление и призы):

Текст: Сегодня Окраина дарит подарки! Сделайте покупку на сумму 500 рублей и получите Сосиски с натуральным молоком в подарок!

Промоутер у выкладки (консультант):

Текст общий: Сегодня в нашем магазине акция от компании Окраина. Сделайте покупку любой продукции Окраина на сумму 500 рублей и получите в подарок Сосиски молочные.

Текст к потребителю: Добрый день! Участвуйте в акции от Окраины. Выбирайте любую продукцию Окраины на сумму 500 рублей и за кассой получите подарок. Давайте я помогу Вам выбрать продукцию.

Текст по новинке: Позвольте представить Вам новинку Окраины – линейку колбас с натуральными молочными продуктами. Для производства этой уникальной серии используется отборное нежирное мясо и свежие молочные продукты: моцарелла, ряженка, молоко, сливочное масло. Как раз сегодня, Вы можете приобрести Сосиски со сливочным маслом всего за ... руб.



Варианты текстровки:

Подарок за покупку:

Промоутер у входа (на выдаче, на промо-стойке разложено бъявление и призы):

Текст: Беспроигрышная лотерея Окраины – сделайте покупку на сумму 500 рублей и участвуйте в розыгрыше. Среди призов: Сосиски молочные, маслѐнки, кружки, прихватки.

Промоутер у выкладки (консультант):

Текст общий: Сегодня в нашем магазине проходит беспроигрышная лотерея от компании Окраина. Сделайте покупку любой продукции Окраина на сумму 500 рублей и участвуйте в розыгрыше. Среди призов: Сосиски молочные, маслѐнки, кружки, прихватки.

Текст к потребителю: Добрый день! Участвуйте в беспроигрышной лотерее от Окраины. Выбирайте любую продукцию Окраины на сумму 500 рублей и за кассой вытяните лотерейный билет с Вашим подарком. Давайте я помогу Вам выбрать продукцию.

Текст по новинке: Позвольте представить Вам новинку Окраины – линейку колбас с натуральными молочными продуктами. Для производства этой уникальной серии используется отборное нежирное мясо и свежие молочные продукты: моцарелла, ряженка, молоко, сливочное масло. Как раз сегодня, Вы можете приобрести Сосиски со сливочным маслом всего за ... руб.



Как увеличить продажи? Цель!

Цель:

- Никогда не пробовал – побудить попробовать.
- Покупает конкурента – переключить.
- Все равно, кого покупать – побудить купить нас.

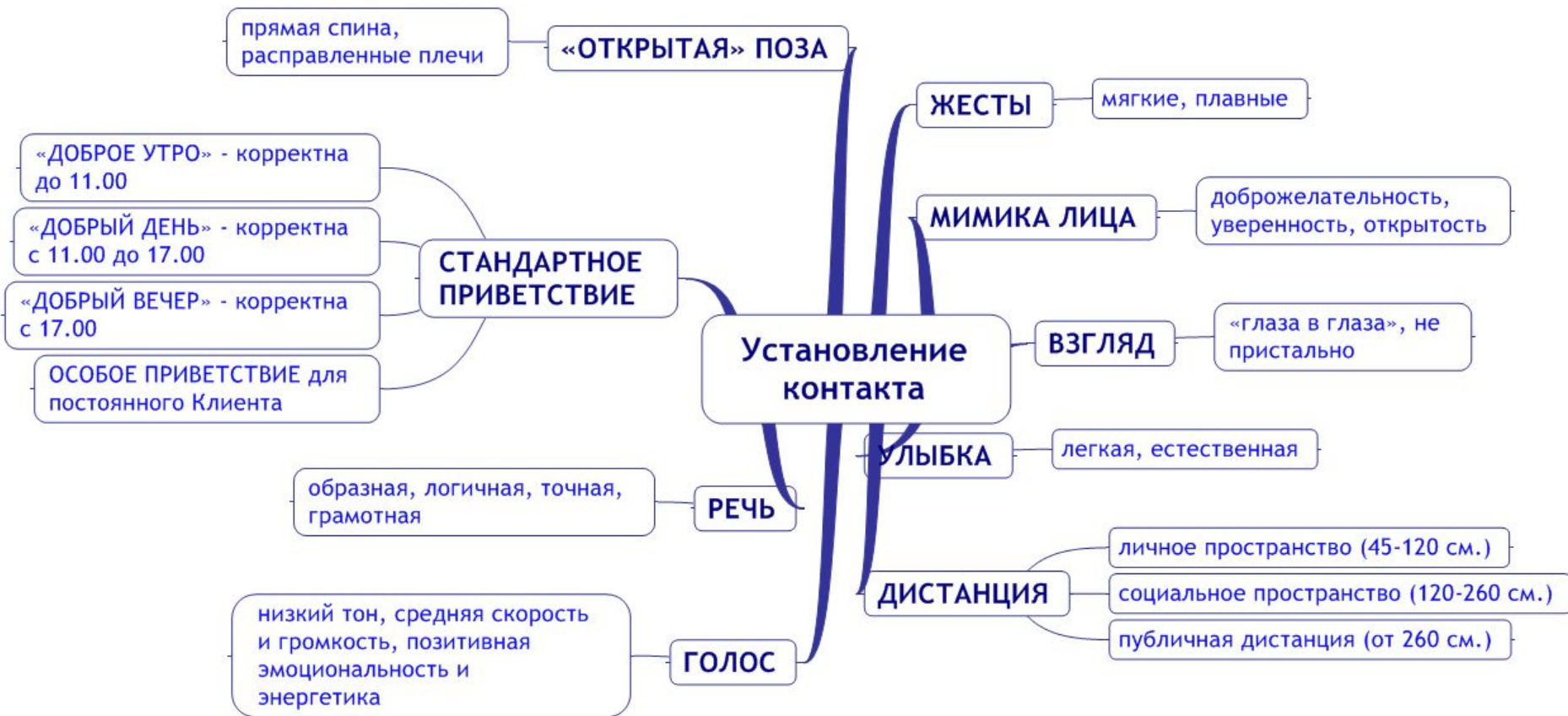


Как увеличить продажи? Схема контакта!

Схема контакта:

- Находиться рядом с полками с товаром и у морозильной боннеты.
- Поздороваться с покупателем (*Добрый день*). Установить вербальный/невербальный контакт (*Смотрит на вас /или смотрит мимо, но не уходит*).
- Озвучить предложение (*Сегодня в нашем магазине проходит...*).
- Понять – является ли он приверженцем марки (*Вы пробовали Окраину?*). Похвалить, если да.
- Предложить подобрать покупку, используя спецпредложения магазина (*Как раз сегодня скидки на...*), новинки (*Хочу познакомить Вас с нашей новинкой...*), а также потребности потребителя (*Что Вам больше всего нравится из Окраины?*).
- Ответить на вопросы. Дать глубокую, но интересную консультацию о продукте. Дать информацию о производителе.
- Преодолеть возражения.
- Завершить контакт – покупатель должен положить в корзинку товар. Подтолкнуть его к этому (*Давайте я покажу где получить подарок*).
- Похвалить покупателя (*Замечательный выбор, ваша семья будет довольна*).

Как увеличить продажи? Удобство контакта!





Отличных продаж!

ООО «МПЗ ОКРАИНА»

Юридический адрес: 196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр-т, д. 91, лит. А, пом. 10 Н, офис 708, 710

Адрес производства: 183034, г. Мурманск, ул. Домостроительная, д. 24, +7 8152 78-88-88

Служба качества: 8 800 555-17-48. Интернет-магазин: dostavka.okraina.ru