

УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
сибирских специалитетов

СИБИРСКИЙ
СИББИТТЕР
СПЕЦИАЛИТЕТ



Промо – дегустация (4Q2016)

Цели акции:

- Знакомство потребителей с новой категорией напитков – сибирскими специалитетами. Донесение имиджа и позиционирования бренда.
- Стимулирование продаж.
- Переключение с конкурентов.

Марка: «Сиббиттер» Сибирский специалитет

Период: ноябрь 2016 (точные даты по согласованию)

Каналы проведения: федеральные и локальные сети.

Территории проведения: согласно адресной программы.



СИБИРСКИЙ
СИББИТТЕР
СПЕЦИАЛИТЕТ

О БРЕНДЕ

Бренд «Сиббиттер» формирует отдельную категорию напитков – Сибирских специалитетов.

СПЕЦИАЛИТЕТЫ - гастрономический термин, означающий фирменное блюдо, а чаще особый алкогольный напиток, защищенный по географическому происхождению.

Примеры специалитетов: херес и хамон в Испании, граппа и пармская ветчина в Италии, фуа-гра и коньяк во Франции, «Бехеровка» и «Сливовица» в Чехии, кашаса в Бразилии. Всемирно известный русский специалитет – блины с икрой.

Сибирский специалитет «СИББИТТЕР» – это оригинальный напиток из самого сердца Сибири, созданный по авторским рецептурам из природных ингредиентов сибирского происхождения на собственном современном заводе.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА



СИБИРСКИЙ
СИББИТЕР
СПЕЦИАЛИТЕТ



- ❖ **Специалитет** – фирменное блюдо, **деликатес** или особый алкогольный напиток, защищенный по месту происхождения
- ❖ **Коллекция вкусов из сердца Сибири**, объединяющая в себе лучшие авторские рецепты и домашние традиции русской кухни
- ❖ **Отличие от Водки**: содержит **натуральные настои и дистилляты**, полученные с помощью перегонного куба. **Это наш Сибирский ответ Виски, Коньяку, Рому, Текиле**
- ❖ **Отличие от традиционных Настоек**: ключевые ингредиенты «Сиббиттера» имеют строгую географическую привязку к месту произрастания и сбора –экологически чистому Сибирскому региону нашей страны
- ❖ **Особая технология** позволяет достичь идеального сочетания отборного спирта, мягкой сибирской воды, ароматных дистиллятов и изысканных вкусовых композиций, подобранных **сибирскими мастерами**
- ❖ **Натуральные компоненты** – таёжный мёд, кедровый орех, имбирь, душистые травы и специи



МЕХАНИКА АКЦИИ

- ❖ Дегустацию проводят два молодых человека славянской приятной внешности переодетые в специальную форму.
- ❖ Потребителям предлагается продегустировать **вкусовые специалитеты**. На выбор любой вкус или сразу несколько. Про **водочные специалитеты** нужно рассказывать справочно, без дегустации.
- ❖ Вместо «настойка горькая» нужно говорить **СПЕЦИАЛИТЕТ** или СИБИРСКИЙ СПЕЦИАЛИТЕТ. Вместо «водка» - водочный специалитет.
- ❖ Могут быть **вопросы**, почему везде на ценниках и этикетке написано «настойка горькая» и «водка», а мы говорим СПЕЦИАЛИТЕТ. **Ответ:** мы выпускаем продукцию в соответствии с Российским ГОСТ, поэтому оперируем понятиями из него.
- ❖ Находясь на входной зоне или у выкладки товара промоутер встречает посетителей с улыбкой, вежливо приглашая принять участие в дегустации, указывая, где располагается дегустационная площадка.
- ❖ Крепость всех вкусовых специалитетов 38%.



ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА = УБЕДИТЬ КУПИТЬ СПЕЦИАЛИТЕТ СИБИТСКИЙ



РАССТАНОВКА ПРОМОУТЕРОВ, ИХ ЗАДАЧИ И РЕЧЕВКА

Оба промоутера должны уметь рассказать о продукте. Обязаны изучить информацию о продукте «Сиббиттер», включая все вкусы, входящие в линейку, а также основные ингредиенты в составе и конкурентные преимущества. Необходимо, чтобы промоутеры смогли ответить на вопрос, чем «Сиббиттер», выгодно отличаются от конкурентов.

1й промоутер - располагается в месте массового скопления людей в алкогольном отделе либо в аллее (торце) алкогольного отдела. Встречает посетителей с улыбкой, вежливо приглашая принять участие в дегустации сибирских специалитетов, и указывая, где располагается дегустационная площадка.

Текст для промоутера ВСТРЕЧАЮЩЕГО (у входа / у полки): *«Добрый вечер/день! Приглашаем на дегустацию оригинальных специалитетов «СибБИттер» (назвать)! Это новая категория крепких алкогольных напитков из Сибири (Сообщить и показать, где расположена дегустационная площадка).*

2й промоутер - стоит непосредственно за сервированной промо-стойкой, рассказывает о продукте, приглашает принять участие в дегустации, проводит дегустацию, делает отметки в отчёте СРАЗУ (не в конце дня) после каждого продегустировавшего.

Текст для промоутера ЗА СТОЙКОЙ: *«Добрый вечер! Предлагаем попробовать настоящие сибирские специалитеты «СибБИттер» (ударение на вторую И). Это новая категория крепких алкогольных напитков. Каждый специалитет:*

- **создан по авторским рецептурам на основе дистиллятов**
- **из природных ингредиентов сибирского происхождения**

Дальше объект призывает посетителя попробовать покупатель, ответить на вопрос и поработать с возражениями.

ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА = УБЕДИТЬ КУПИТЬ ПРОДУКТ!!!



ПРОДУКТЫ ДЛЯ ДЕГУСТАЦИИ*



Тщательно подобранная композиция из дикорастущих трав придает этому специалитету гармоничный вкус и легкий пряный аромат. Рюмочка такого аперитива перед ужином снимет усталость и превратит трапезу в истинное наслаждение.



Натуральный мед, пряные лесные травы и специальный "южный гость" - острый перчик, благодаря сибирской основательности, превратили привычный вкус этого специалитета в истинное совершенство. Изысканное сочетание компонентов позволяет ощутить приятно обжигающую остроту и бархатистую сладость.

Сибирский мед с перцем

Сибирское разнотравье



В процессе длительной выдержки специалитет вобрал в себя уникальные свойства кедровых орехов, характерный вкус и аромат даров сибирской тайги. Все оттенки вкуса и неповторимость настоящей «Кедровой выдержанной» можно оценить, неспешно употребляя её перед богатым закусочным столом.

Кедровая выдержанная



Старинный русский напиток, который прекрасно сочетается с мясными и рыбными блюдами национальной кухни

Сложно приготовить дома, можно было попробовать только в ресторане – а теперь есть во всех магазинах!

В основе Специалитета – настои и экстракты корня хрена, душистых трав и специй

Содержит натуральный мёд

Сибирская хреновуха

* Более развернутая информация в презентации

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОМОУТЕРАМ И ПРОМО-ФОРМА

- * Дегустацию проводят 2 молодых человека
- * Размер одежды строго 48-50
- * Славянской приятной внешности
- * Рост 170-180 см.
- * Приветствуется наличие у промоутеров аккуратно подстриженной бороды и усов

Обязательно:

- ❖ Должны быть чистые ухоженные руки (подстриженные ногти)
- ❖ Только темные штаны (брюки) - приталенные, или чёрные джинсы
- ❖ Темная обувь (туфли/ботинки, кеды или черные кроссовки)
- ❖ Опрятная, стильная прическа
- ❖ Отглаженная опрятная одежда

Промо-форма:

Вариант 1: оба промоутера работают в белой рубашке с закатанными рукавами и фартуке Сиббиттер.

Вариант 2 (для регионов, где есть остатки футболок Сиббиттер в рабочем состоянии): 1 промоутер за стойкой в фартуке и рубашке, второй анонсирующий – в футболке.

Вариант 1 – фартук + рубашка

ЗАПРЕЩЕНО: спортивный стиль в одежде и обуви.



Промоутер в футболке Сиббиттер



Промоутер в фартуке Сиббиттер



ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТА ДЕГУСТАЦИИ (Стол сервирует промоутер **самостоятельно**)

ОФОРМЛЕНИЕ СТОЛА:

1. В тт с 2 SKU выкладка через 1 бутылку
2. В тт с 3 SKU - поочередно
3. 2 шелфтокера
4. 1 тарелка* с сыром +зубочистки в каждом кусочке (сыр Российский)
5. 1 тарелка* с сухариками из бородинского хлеба и крекерами + зубочистки в каждом кусочке
6. Прозрачные пластиковые стопочки
7. Салфетки, перчатки
8. Информационный буклет
9. Одно мусорное ведро и пакеты для мусора
(размещается неподалеку от стойки, урна не должна бросаться в глаза или размещаться между промоутером или потребителем).

*Картонные одноразовые тарелки



Промо – стойка

Важно:

На промостойке не должны лежать личные вещи промоутеров, скомканные салфетки, пустые использованные стаканчики, пустые тарелки из-под закуски, пустые бутылки из-под настоек. Это все должно сразу выкидываться в корзину, чтобы стойка всегда выглядела опрятно. Также важно своевременно пополнять тарелки с закуской, чтобы продукция не была заветренной. Закуску необходимо раскладывать в одноразовых перчатках.



СЕРВИРОВКА ЗОНЫ ДЕГУСТАЦИИ И ПОДАЧА СПЕЦИАЛИТОВ

Рекомендуемая закуска и сервировка: выкладываем на одну картонную тарелку нарезанный кубиками сыр, наколотый на зубочистки, на вторую – сухарики из бородинского хлеба и крекеры.

Важно! Ни в коем случае нельзя наливать несовершеннолетним!!! Если покупатель выглядит молодо, спросите у него документ, подтверждающий достижение совершеннолетнего возраста. В противном случае, возможно уголовное преследование нас, как организаторов и административное взыскание с ТТ.

ПОДАЧА СПЕЦИАЛИТЕТОВ:

- Специалитет подается в **прозрачных** пластиковых стопочках, чтобы был виден цвет напитка.
- Наливается только из фирменных бутылок на глазах потребителя, чтобы исключить недоверие.
- Объем дегустационной порции 40-50 мл. (не более!) уровень налива в стопочке ок. 2-3 см или приблизительно «на два-три пальца» в высоту.
- Оптимальная температура подачи для настоек в пределах 20 °С.
- Если в ТТ присутствуют водочные специалитеты, то можно предлагать продегустировать их. Желательно подавать охлажденными до 9 °С.

Необходимо налить один вкус – затем другой. После того, как потребитель попробовал, предложите закусить и высказать мнение. Заполнить обратную связь согласно анкете



СВОБОДНЫЙ ПРОДУКТ И ТОВАРНЫЙ ЗАПАС

1. Свободный (дегустационный продукт) - расчет на 1 промособытие:

При наличии в точке 3 SKU - выписываем по 2 бутылки каждого на 1 тт.

При наличии 2 SKU - по 3 бутылки каждого.

2. Для МЕТРО СП не выписывается – делается увеличенный ТЗ.

Выписываем СП для Окей и ЛС.

Выписка СП согласно ПРИКАЗу №П-ДВП-16002 от 14.01.2016г.

3. Внос свободного продукта в ТТ осуществляется двумя способами:

1) выдают флор-менеджеры в тт (Метро)

2) Внос своей продукции (Окей и ЛС)

При запрете выноса продукции из точки - остатки СП надлежит использовать на следующий день. Остатки субботних дегустаций утилизируются – запрещено использовать открытые бутылки на следующей неделе.

В точке должен быть минимально достаточный товарный запас – по 30 бутылок каждого SKU на каждое событие. **Out of stock в сети недопустим!!!**

Ответственный за обеспечение акционного промо запаса - КАМ,
на региональном уровне - подача заявок и контроль за OOS - за РКАМ.



ПОСМ ММЛ для одной промо-точки

- 1. Промо-стойка (каркас 1шт на 1тт):** Перевоз и хранение до/после и во время акции только в картонных коробах изначальной поставки. Перевозка в гибких сумках, штабелирование может привести к порче материалов. Ребрендинг производится на местах с помощью присланных топпера и баннера ТМ «Сиббиттер»
- 2. Баннер для декорации основания (1шт на 1тт):** Необходимо закрепление на конструкции с помощью широкого прозрачного канцелярского скотча (в комплект не входит). Закрепление должно происходить строго с внутренней части конструкции во избежание порчи стационарного брендинга промо-стойки.
- 3. Топпер с держателями для декорации верха конструкции (1шт на 1тт):** установить на максимально безопасную сторону. Топпер не должен закрывать головы промо-персонала. Баннер и топпер предназначены для многократного использования
- 4. Шелфтокер ТМ «Сиббиттер» (2шт на 1тт):** с запасом отправляется 5 штук
- 5. Фартук ТМ «Сиббиттер» (2шт на 1тт):** размеры 48 и 50





ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АГЕНТСТВОМ

РА и Трейд-маркетолог (РТМ) несут полную ответственность за возврат комплекта рекламных материалов в хорошем качестве и неизменном количестве.

Перед началом промо-акции ответственный сотрудник в регионе передает комплект рекламных материалов (промостойка + футболка для промо + шелфтокеры) и свободный продукт рекламному агентству (РА) по акту приемки-передачи. *Для МЕТРО свободный продукт находится в точке.

Один экземпляр акта остается у РА, другой остается у ответственного сотрудника АСГ. Скан акта приемки-передачи с соответствующими отметками и подписями высылается от РП/ТМ к РТМ – как внутренний контроль. Экземпляры акта необходимо сохранить до момента окончания акции и завершения процесса возврата материалов, закрытия документации по промо.

По завершению промо-акции РА передает комплект рекламных материалов ответственному сотруднику АСГ. Возврат материалов после промо происходит в течение 3х дней после окончания промо.

Итоговый свод по кол-ву и качеству принятых от РА рекламных материалов высылается через 5 дней после окончания промо-акции Менеджеру проекта.

- 1. Промоформа (футболки)** остается у промоутеров.
- 2. Стойки - (юбка, топпер), шелфтокеры** находятся в несоответствующем качестве или в меньшем, чем было передано количестве, то на 2 экземплярах акта приемки-передачи ставится соответствующая пометка, но акт не подписывается и рекламные материалы не забираются, пока РА не проведет ремонт промостоек и химчистку промоформы (что отражается в смете). **ИСКЛЮЧЕНИЕ** - если рекламные материалы повреждены при логистике – ответственности РА не несёт.
- 3. Свободный продукт** – передаётся от агентства