

# Продвижение в торговых сетях. Активные методы продвижения.

---



# Медиа Русель:

---

Рекламные акции в сети гипермаркетов  
«Карусель»:

Санкт-Петербург, Москва, Нижний  
Новгород, Ижевск.

Сейчас 22 гипермаркета.

# Промо-акция: Какие цели хотим достичь?

---

- Увеличение объема продаж.
- Увеличение доли в объеме продаж по сравнению с конкурирующими товарами.
- Привлечение дополнительных покупателей.
- И т.д.

# Промо-акция, механизмы:

---

- Подарок за покупку
- Семплинг, свич-семплинг
- Распространение купонов на скидку, листовок
- .....

# Промо-акция?

---

- Увеличение объема продаж на 4 часа в 1 магазине.
- Не охватываем всех покупателей.
- Дорого.
- .....

# Промо-акция.

---

Альтернативный механизм -

**ЧЕКОВАЯ ПРОГРАММА –**

Комплексная программа продвижения.

# Чековая = подарок за покупку:

---

## Механизм чековой программы:

- Информировуем об условиях акции.
- Покупка=чек с подарком.
- Подарки выдают сотрудники стола информации.

# Информируем об условиях акции:

**1. POS у входа и места продажи.**

**2. Реклама на лицевой стороне чека**



**ВНИМАНИЕ АКЦИЯ!**  
С 12.02.07 по 11.03.07

Купив пачку молотого кофе Paulig Classic 500 г,

Вы получите **в ПОДАРОК** удобную банку для хранения кофе.

**ПОДАРОКИ ВЫДАЮТСЯ НА СТОЛЕ ИНФОРМАЦИИ!**

Получи подарок от **Paulig**

Акция проходит с 12.02.07 по 11.03.07

**3. Радиореклама**



# Покупатель получает подарок на столе информации гипермаркета.

---



---

Анна Денисова, "Медиа  
Русель"

# Разработка механики – важно:

---

- Частота потребления продукта;
- Срок хранения продукта;
- Объем (стоимость и вес) покупки, необходимой для получения подарка;
- ...
- Механизм акции должен быть прост, понятен и легко запоминаться.**

# Контрчек = семплинг.

1. Образец Вашего товара покупателям продукции конкурента.
2. Только реклама или реклама+образец.
3. Можно совмещать с чековой.



Контрчек = купоны на скидку или  
на подарок.



 **ЧАЙНАЯ ЛОЖКА**

**ВНИМАНИЕ АКЦИЯ!**  **С 1 ПО 31 АВГУСТА**

сделав покупку  
на сумму  
от **500** рублей  
в гипермаркете  
Карусель

**Вы получаете  
подарок**  
в Чайной Ложке

**ЧАЙ**  
на одну чашку

*ЧАЙНАЯ ЛОЖКА УГОЩАЕТ!*

Анна Денисова, "Медиа  
Русель"

# Критерии выбора целевой аудитории:

---

1. При покупке продукции Ваших конкурентов.
2. При покупке любой продукции Вашей товарной группы.
3. При покупке товаров выбранного ценового уровня.
4. При чеке свыше определенной суммы.

# Преимущества чековых:

---

1. **Больше количество качественных контактов, чем при проведении промо-акции:**
  - Охват всех гипермаркетов сети.
  - В акции участвуют покупатели, пришедшие в магазин в любое время его работы.
  - 100% охват нужной целевой аудитории.
  - Широкая информационная поддержка: радиоролик, реклама на лицевой стороне чека, POS.
2. **Меньше стоимость контакта:**
  - Нет оплаты персоналу, проводящему акцию (промоутерам, супервайзерам).
  - Нет расходов на промо-оборудование, униформу и т.д.
3. **Рост продаж = 28 дней подряд в каждом магазине сети.**

# Спасибо за внимание!

---

*Анна Денисова,  
Коммерческий директор  
«Медиа Русель»  
Сеть гипермаркетов «Карусель»*

*т./ф. +7 (812) 567-98-87  
[anna.denisova@ztl5.spb.ru](mailto:anna.denisova@ztl5.spb.ru)  
[www.me5.ru](http://www.me5.ru)*