



СТАНДАРТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ 2010 КАНАЛЫ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

КАНАЛЫ		Cash&Carry / ГИПЕРМАРКЕТ		СУПЕРМАРКЕТ			ДИСКАУНТЕР			МИНИМАРКЕТ														
АССОРТИМЕНТ		35 СКУ		35 СКУ			20 СКУ			32 СКУ														
Полочное пространство/доля полки																								
		20 м/60%		3 м/25%			10 м/60%			2,5 м/25%			8 м/60%			1,5 м/25%			6 м/60%			1,5 м/25%		
ПОЛОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО	ПОЛКА																							
	ОБОРУДОВАНИЕ	Дисплейная колонна 		Дисплейная стойка 		Стойка L	Фреш-рак	Стойка Крусалат	Стойка L	Стойка с дисплейными коробками	Стойка М	Фреш-рак	Стойка с дисплейными коробками											
Количество размещений с лентами						4		4				4												
Количество колонн		3		3		3		1		1		1												
ПРИОРИТЕТНОСТЬ РАСПОЛОЖЕНИЯ	1	в категории соленых закусок		✓		✓		✓		✓		✓												
	2	рядом с напитками/пивом		✓		✓		✓		✓		✓												
	3	прикассовая зона		✓		✓		✓		✓		✓												
РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ		Минимум 1 вид рекламного материала по промо/новому продукту																						
ЦЕННИК		Видимый ценник с рекомендованной ценой																						

Принципы выкладки продукции на стойке

<u>Традиционная торговля</u>		<u>Современная торговля</u>	
55 г, 85 г		160 г	
160 г		160 г	
160 г		85 г	
85 г		55 г, 85 г	
85 г		85 г	
85 г		85 г	
85 г		85 г	

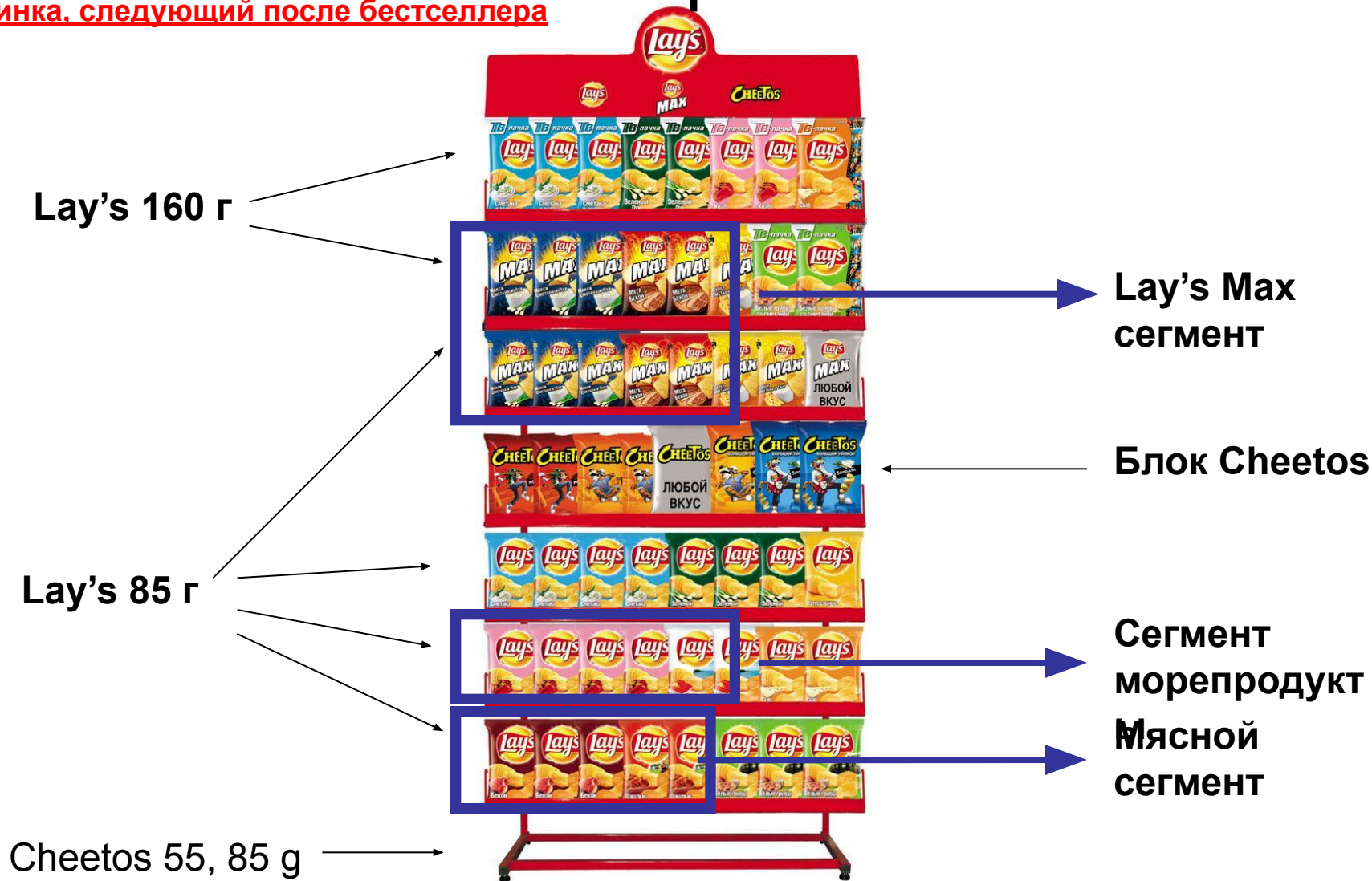
**Вкусовые сегменты = Краб + Красная Икра; Бекон + Шашлык
Бестселлеры – первыми слева направо, рядом Новинка**

Основные принципы

Наиболее продаваемые СКЮ размещаем слева направо:

Новинка, следующий после бестселлера

Планограммы



Планограммы для современной

