



СТАНДАРТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ 2010 КАНАЛЫ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

КАНАЛЫ		Cash&Carry / ГИПЕРМАРКЕТ		СУПЕРМАРКЕТ			ДИСКАУНТЕР		МИНИМАРКЕТ									
АССОРТИМЕНТ		35 СКЮ		35 СКЮ			20 СКЮ		32 СКЮ									
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	Дисплейные колонны 		Стойка L Фреш-рак Стойка Крусалат 			Стойка L Стойка с дисплейными коробками 		Стойка M Фреш-рак 		Стойка с дисплейными коробками 							
Количество размещений с лентами 1 размещение = 3 ленты				4			4		4									
Количество колонн		3		3			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	

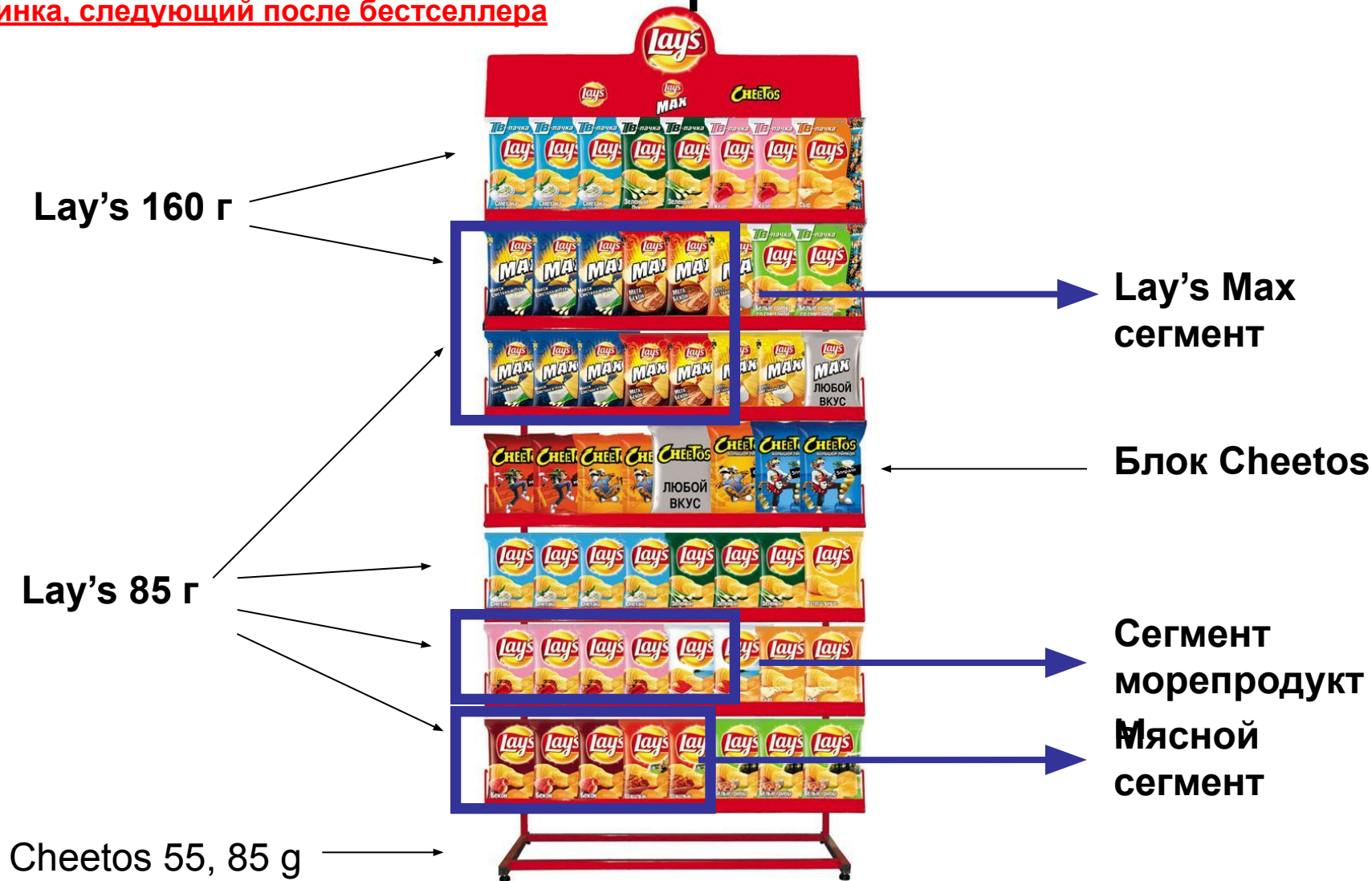
Вкусовые сегменты = Краб + Красная Икра; Бекон + Шашлык
Бестселлеры – первыми слева направо, рядом Новинка

Основные принципы

Наиболее продаваемые СКЮ размещаем слева направо:

Новинка, следующий после бестселлера

Планограммы



Планограммы для современной

