



СТАНДАРТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ 2010 КАНАЛЫ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

КАНАЛЫ		Cash&Carry / ГИПЕРМАРКЕТ		СУПЕРМАРКЕТ			ДИСКАУНТЕР		МИНИМАРКЕТ		
АССОРТИМЕНТ		35 СКИЮ		35 СКИЮ			20 СКИЮ		32 СКИЮ		
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 		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	4	4	4	4	
Количество колонн		3		3	3	1	1	1	1	1	
ПРИОРИТЕТНОСТЬ РАСПОЛОЖЕНИЯ	1	в категории солёных закусок	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	2	рядом с напитками/пивом	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	3	примоксовая 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	

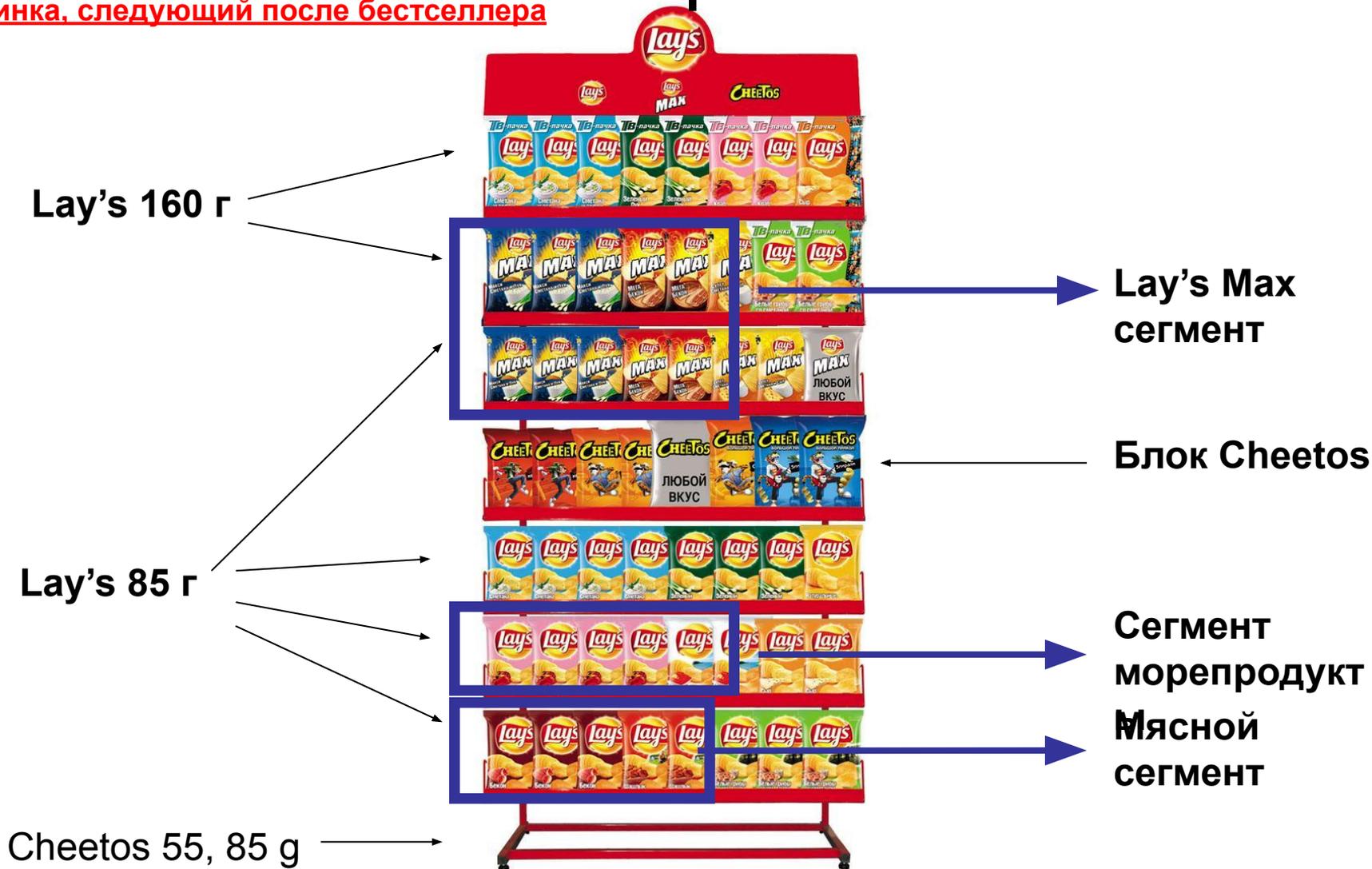
Вкусовые сегменты = Краб + Красная Икра; Бекон + Шашлык
Бестселлеры – первыми слева направо, рядом Новинка

Основные принципы

Наиболее продаваемые СКЮ размещаем слева направо:

Новинка, следующий после бестселлера

Планограмма



Планограммы для современной

