

*БЫСТРЕЕ, ВЫШЕ, СИЛЬНЕЕ*

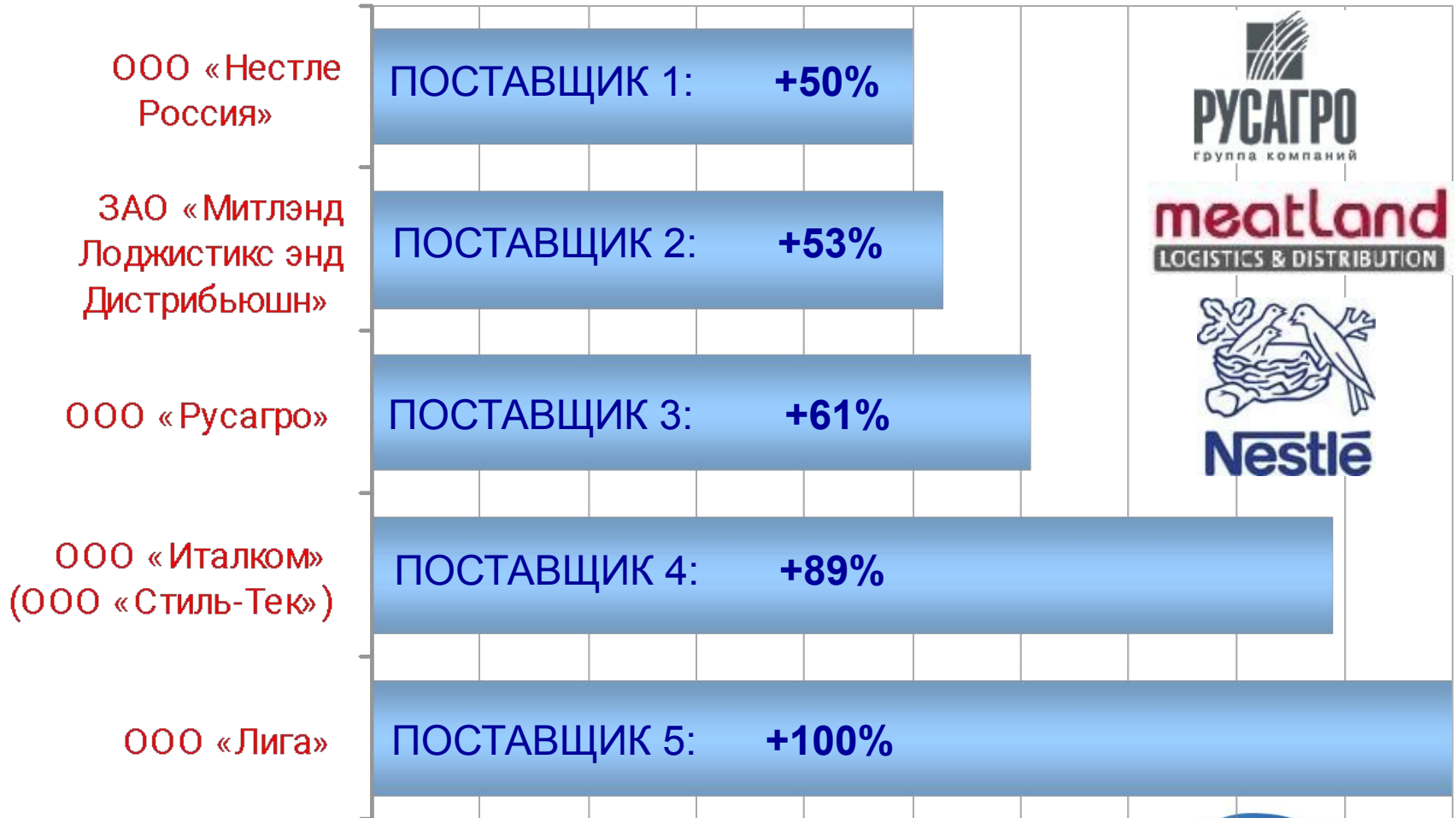


# СОДЕРЖАНИЕ

- Результаты сотрудничества с ЛЕНТОЙ по итогам 2008 года
- Система принятия решения по работе с поставщиком
- Структура ассортимента
- Промо-предложения в ЛЕНТЕ
- Запасы vs оборачиваемость vs отсрочка
- Логистика 2009. Возить? По какой цене?
- Договор («Уголок стабильности в изменяющемся мире»)

# РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА С ЛЕНТОЙ ПО ИТОГАМ 2008 ГОДА

ПРИРОСТ ОБОРОТА ПО ПОСТАВЩИКАМ 2007/2008 СОСТАВИЛ:



# СИСТЕМА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ПО РАБОТЕ С ПОСТАВЩИКОМ

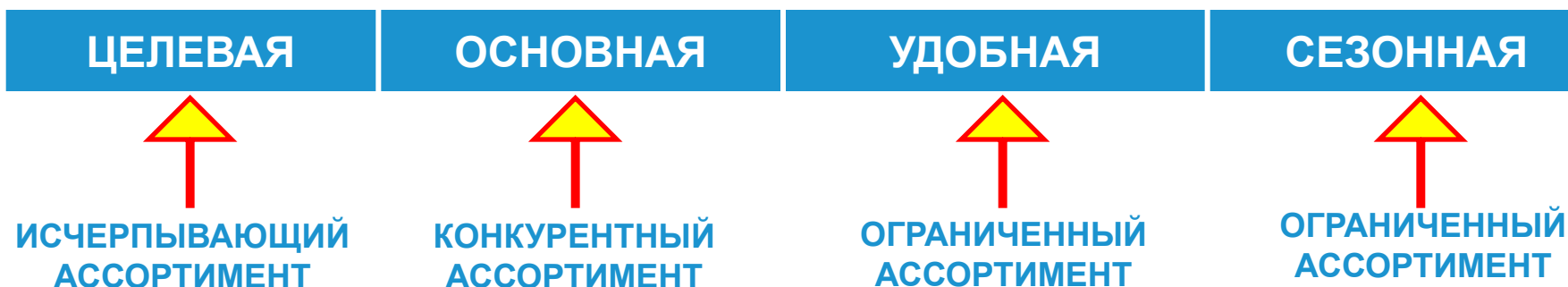
- Известность и узнаваемость торговой марки среди потребителей
- Доля рынка товара в регионе присутствия
- Конкурентные преимущества товара перед аналогичными товарами (цена, качество, упаковка, потребительские свойства)
- Конкурентное предложение финансовых условий контракта
- Конкурентная логистика
- Соответствие современным требованиям в процессе ежедневного взаимодействия (оперативный менеджмент, гибкость бухгалтерии, быстрота принятия решений)
- Конкурентное предложение не финансовых условий контракта (мерчандайзинг, участие в промо-акциях)
- Наличие достаточных производственных мощностей



## ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ВВОДЕ НОВОГО ПОСТАВЩИКА

# СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА

КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ ОПРЕДЕЛЕНА РОЛЬ:



Роли групп и входящих в нее категорий и подкатегорий не обязательно совпадают, поэтому категорийный анализ будет проводиться на уровне **подкатегорий**:

Наименование группы	Наименование категории	Наименование подкатегории	Роль группы	Роль категории	Роль подкатегории
Фрукты, овощи, продукты из них	Цитрусовые	Лимоны	Целевая	Целевая	<b>Основная</b>
Фрукты, овощи, продукты из них	Цитрусовые	Апельсины	Целевая	Целевая	Целевая
Фрукты, овощи, продукты из них	Цитрусовые	Мандарины	Целевая	Целевая	Целевая
Фрукты, овощи, продукты из них	Цитрусовые	Грейпфрут	Целевая	Целевая	Целевая
Фрукты, овощи, продукты из них	Цитрусовые	Другие цитрусовые	Целевая	Целевая	<b>Удобная</b>

# СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНОВЫХ УРОВНЕЙ В 2008 И 2009

Направление	Тип уровня цен	Январь 2008	Январь 2009	К чему стремимся
TTL Food+ Non-Food	нижний уровень цен	40%	37%	35-40%
	средний уровень цен	40%	52%	50-55%
	верхний уровень цен	20%	11%	10%

# ПРОМО-ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ЛЕНТЕ

В 2009 ГОДУ:

- Увеличение количества полос в каталоге до 24
- Выпуск каталогов в каждом городе

ПРОЦЕСС СОГЛАСОВАНИЯ ПРОМО-АКЦИЙ:

1. Выбор товаров с рейтингом А, В в категории
2. Договоренность с поставщиком о предоставлении дополнительной скидки
3. На период промо-акции наценка = 0 или минимальна

**ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ:** ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЮ ИНТЕРЕСНОГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

«+» ДЛЯ ПОСТАВЩИКА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ В 3-4 РАЗА

Например:

ТОВАР	ПРИРОСТ К ПРЕДЫДУЩЕМУ ПЕРИОДУ
Манго 1шт	612,9%
Клубника свежая 250г	352,7%



# ЗАПАСЫ VS ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ VS ОТСРОЧКА

## СКОЛЬКО СТОИТ ТОВАР?



2 дня

1 день

10 дней

25 дней

отсрочка

оборачиваемость

$\geq 36$  дней

$= 36$  дней



«быстрый спрос»  
МАРЖА ?

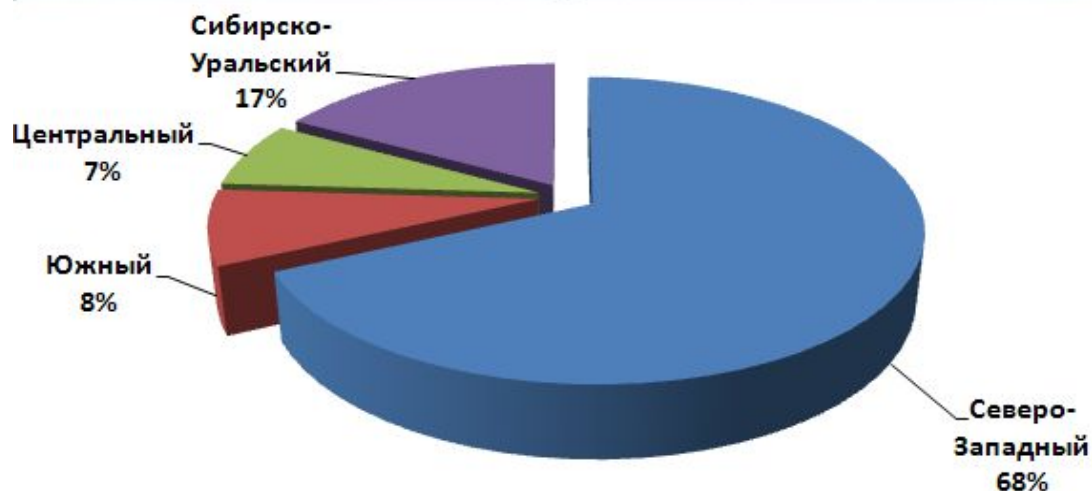
«длительный спрос»  
МАРЖА ?



# ЛОГИСТИКА 2009. ВОЗИТЬ? ПО КАКОЙ ЦЕНЕ?

	2006	2007	2008	2009
КОЛИЧЕСТВО ГОРОДОВ ИЗВЕСТНОСТИ ВАШИХ ТОРГОВЫХ МАРОК	4	11	16	18
КОЛИЧЕСТВО ТОРГОВЫХ КОМПЛЕКСОВ ЛЕНТА	14	26	34	37
РАССТОЯНИЕ ОТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ДО ТОРГОВЫХ КОМПЛЕКСОВ ЛЕНТА, КМ	8 637	17 901	28 782	32 774
ПРИРОСТ ОБОРОТА ЛЕНТЫ, %	<b>+50%</b>	<b>+38%</b>	<b>+50%</b>	<b>+30%</b>

## ДОЛЯ РЕГИОНА В ОБОРОТЕ КОМПАНИИ В 2008 ГОДУ



# ДОГОВОР («УГОЛОК СТАБИЛЬНОСТИ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ»)

## ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРА 2009:

1. Доп.соглашение о логистическом бонусе:
  - 3 способа обработки товара на РЦ, выбор для поставщика
  - Оплата возможна как в % от стоимости товара, так и в руб за паллет
  - Общие правила приемки товара на РЦ
2. Термины – EDI (electronic data interchange) и EDI уведомление об отгрузке (Dispatch advice) – усиленное внимание современным способам документооборота
3. При вводе в ассортимент нового Товара подписание дополнений и изменений к Прейскуранту не требуется (обмен информацией по e-mail)
4. Денежные обязательства Сторон, возникшие из Договора (в т.ч. уплата НДС) могут быть прекращены путем зачета встречных требований
5. Поставщик импортной продукции гарантирует законность ввоза Товара на территорию РФ и компенсирует Покупателю убытки в случае нарушений
6. Договор заключен на неопределенный срок
7. Премия за открытие продаж товара в ТК – формулировка, максимально отвечающая требованиям НК и ГК РФ
8. Приложение №5 – продажа рекламных площадей в ТК

*СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !*