



Федеральный Закупочный Союз

Система «ТЗС» (Т Три С)

Все сложится!

www.t3c.ru





Что такое Система «ТзС»?

- Федеральный закупочный союз, действующий в интересах участников СНСР.
- Сетевой оператор, аффилированный с независимыми региональными розничными сетями.
- Единый центр переговоров по вопросам закупок, маркетинга и логистики.
- Единый расчетный центр за поставленный товар.
- Единая интерактивная информационная среда для всех участников Системы на базе единой ИС.
- Портфель контрактов по федеральным брендам*.
- Механизм управления закупками и проведения маркетинговых программ.

* По состоянию на 05.08.09 Система «ТзС» обрабатывает заказы на продукцию 280 производителей - 1050 торговых марок – 25 000 SKU.

История создания Системы «ТЗС»



Начало 2006 года Посещение разных стран с целью изучения моделей кооперации торговых сетей. Собственники сетей ознакомились с работой Costcutter/NISA (Великобритания), KESKO (Финляндия), INTERMARCHE (Франция) и др.

Сентябрь 2006 года 6 сетей приняли решение, что необходимо создать организацию, которая бы координировала работу региональных сетей - Союз Малых Сетей России.

Декабрь 2006 года Зарегистрирована организация – Союз Малых Сетей России, который объединил 15 региональных продуктовых сетей с оборотом от 10 до 20 миллионов долларов, не имеющих крупного непрофильного или иностранного капитала, и ставящих своей целью развитие независимых розничных сетей России.

Март 2007 На съезде Союза Малых Сетей России возникла идея создания торгово-закупочной системы.

Июль 2007 года Зарегистрирована коммерческая организация – ЗАО «Система «ТЗС».

Октябрь 2007 года Заключение первых 4-х Федеральных контрактов Системы «ТЗС» и начало поставок через Систему «ТЗС».

Февраль 2008 года Подключение новых сетей – «Меркурий» Архангельская область, «Артемида-Дон» г. Волгодонск, «Ежевика» г. Курган. Система «ТЗС» первый раз приняла участие в выставке «Продэкспо». Начал работу Закупочный комитет, членами которого стали закупщики региональных сетей.

Март 2008 года Участие в ежегодном саммите IGA, который состоялся в Carefree, Arizona. Присоединение сети «Ариана» г. Петрозаводск.

Май 2008 года Начал работать корпоративный сайт Системы «ТЗС».

Июнь 2008 года Заработала логистика Системы «ТЗС» - первая поставка через ЛС Системы в Калининград.

Сентябрь 2008 года Участие в выставке Word Food. Участие в форуме Retail Director. Присоединение двух сетей «Квартал» г. В.Новгород и «Праздничный» г. Калуга.

Декабрь 2008 года Система «ТЗС» провела первую видеоконференцию, в которой приняли участие представители Системы «ТЗС» и сети «Семья» г. Магнитогорск.

Присоединение новой сети «Высшая лига» г. Кострома. Создание электронной системы обмена данными на сайте Системы «ТЗС».

Январь 2009 года Присоединение новой сети «Лама» г. Томск.

Февраль 2009 года Запуск проекта «Содружество «ТЗС». Участие в саммите Food Business.

Март 2009 года Присоединение новых сетей «Ринг» г. Орск, «О'кей» г. Юрга, «Бегом к нам» г. Новосибирск. Участие в конгрессе Розничной торговли.

Апрель 2009 года Проведение ребрендинга, в процессе которого Система «ТЗС» стала называться Федеральным закупочным союзом. Присоединение новой сети «В двух шагах» г. Ростов-на-Дону.

Май 2009 года Выпуск продукции под Собственной Торговой Маркой.

География Системы «Т3С»



Приволжский Федеральный округ: Самарская область («Любимый Магазин»), Удмуртская республика («Ижтрейдинг»), Республика Татарстан («Дуслык», «Челны Хлеб»), Пензенская область («Караван»), Оренбургская область («Ринг»).

Центральный Федеральный округ: Москва («АБК»), Владимирская область («Макаровский»), Калужская область («Праздничный»), Костромская область («Высшая лига»), Липецкая область («Покупайка»), Рязанская область («Барс»).

Южный Федеральный округ: Астраханская область («Городок», «МилАрт»), Волгоградская область («Семья» Волжский), Ростовская область («Артемида-Дон», «В 2 шагах», «Наш Маг»), Саратовская область («Милена»).

Северо-Западный Федеральный округ: Архангельская область («Меркурий»), Калининградская область («Семья» Калининград), Новгородская область («Квартал»).

Уральский Федеральный округ: Курганская область («Ежевика»), Челябинская область («Семья» Магнитогорск).

Сибирский Федеральный округ: Алтайский край («Аникс»), Томская область («Лама»), Иркутская область («Слата»), Кемеровская область («О'Кей», «Бегом к нам»), Новосибирская область («Продукты»), Красноярский край («Каравай»).

Участник Системы «ТЗС» – региональная сеть, вступившая в Систему «ТЗС», прошедшая обучение, разделяющая Хартию участников, работающая в едином информационном пространстве и осуществляющая торгово-закупочную деятельность через Систему «ТЗС».

ГОРОД	НАЗВАНИЕ СЕТИ	КОЛИЧЕСТВО МАГАЗИНОВ
Астрахань	Городок	11
Архангельская область	Меркурий	68
Волгодонск	Артемида-Дон	21
Волжский	Семья	19
Ижевск	Ижтрейдинг	34
Калининград	Семья	28
Калуга	Праздничный	28
Красноярск	Каравай	24
Кострома	Высшая лига	45
Курган	Ежевика	6
Магнитогорск	Семья	21
Москва	АБК	38
Муром	Макаровский	13
Новгород	Квартал	13
Новосибирск	Бегом к нам	20
Томск	Лама	35
Орск	Ринг	30
Ростов-на-Дону	В двух шагах	97
Ростовская область	Наш Маг	38
Самара	Любимый магазин	25
Юрга	О'Кей	15
ИТОГО		635

Кандидаты на участие в Системе «ТЗС»

Кандидат на участие - региональная сеть, находящаяся в процессе технического, юридического, информационного подключения к Системе «ТЗС» и обучения сотрудников, полностью разделяющая принципы работы Системы «ТЗС», но еще не работающая в едином информационном пространстве Системы «ТЗС».

ГОРОД	НАЗВАНИЕ СЕТИ	КОЛИЧЕСТВО МАГАЗИНОВ
Астрахань	МилАрт	2
Балаково	Милена	10
Бийск	Аникс	100
Иркутск	Слата	14
Липецк	Покупайка	18
Набережные Челны	Дуслык	15
Набережные Челны	Челны Хлеб	32
Пенза	Караван	22
Рязань	Барс	6
ИТОГО		222

Миссия Системы «ТЗС»

- Устранение всех посредников в цепочке взаимоотношений Производитель (Поставщик) – Региональная сеть
- Построение прозрачной системы ценообразований
- Получение прямых конкурентных коммерческих условий* (цена, маркетинг) у федеральных производителей и поставщиков.
- Создание эффективной схемы федеральной логистики.
- Консолидация до 50% торгового оборота каждой региональной сети
- Сбор, анализ и использование статистической информации с целью максимизации прибыли в цепочке поставок.

* Условия, сопоставимые с условиями Компании-дистрибуторов на территории клиентов Системы «ТЗС»

Система «ТЗС» сегодня

Консолидированный торговый оборот 1,1 млрд.\$ (1,3 млрд.\$)

Торговых площадей 250 тыс. м² (320 тыс. м²)

800 тыс. покупателей ежедневно (930 тыс.)

635 магазинов (870 магазинов)

22 сети-участницы (31 сеть)

280 производителей

1050 торговых марок

25 000 SKU

* Данные в скобках предоставлены с учетом сетей-кандидатов.

Что дает Система «ТЗС» участникам системы

- Возможность получать продукцию по федеральным контрактам.
- Возможность приобретения сервисов и услуг в рамках Единого Федерального Контракта.
- Использование федеральной логистики Системы «ТЗС».
- Категорийный менеджмент и управление торговым пространством.
- Использование "федерального рычага" во взаимоотношениях с локальными дистрибуторами.

Что дает Система «ТЗС» поставщикам и владельцам брендов

- Решает вопрос присутствия/отсутствия товаров Федеральных брендов в торговых матрицах сетей-участников.
- Определяет коммерческие условия сотрудничества между поставщиками и сетями-участниками.
- Гарантирует полную и своевременную оплату за поставки продукции.
- Предоставляет возможность планирования и управления продажами, получения аналитической информации о динамике продаж продукции в регионах.
- Позволяет планировать и управлять маркетинговой деятельностью в региональных сетях.
- Гарантирует поставщикам прозрачность канала товародвижения.
- Обеспечивает эффективную обратную связь со всеми участниками Системы.
- Сотрудничество в области СТМ.

Содружество Системы «ТЗС»

Содружество Системы «ТЗС» - группа ключевых производителей, поставщиков и владельцев брендов, имеющая Федеральные договора Поставки и Маркетинга с Системой «ТЗС», имеющих наивысший приоритет, которых Система «ТЗС», рекомендует и продвигает через региональные сети.

Преимущества работы с членами «Содружества» для участников Системы «ТЗС»:

- Стратегическое партнерство
- Прогнозируемый доход
- Эффективные контакты на всех уровнях
- Привлечение покупательского потока
- Договора поставки на конкурентных условиях

Позиция Системы «ТЗС» по отношению к данной категории поставщиков

- Максимальная поддержка в продвижении и расширении ассортимента всеми участниками Системы «ТЗС».
- Информационная прозрачность.
- Обеспечение максимальной лояльности персонала к данной продукции.
- Совместное участие в маркетинговых программах по продвижению продукции.
- Обеспечение режима максимальной поддержки по всем инновациям и предложениям
- Разработка и реализация программ по обучению всех участников Системы «ТЗС».
- Приоритетная выкладка на полках сетей-участников.



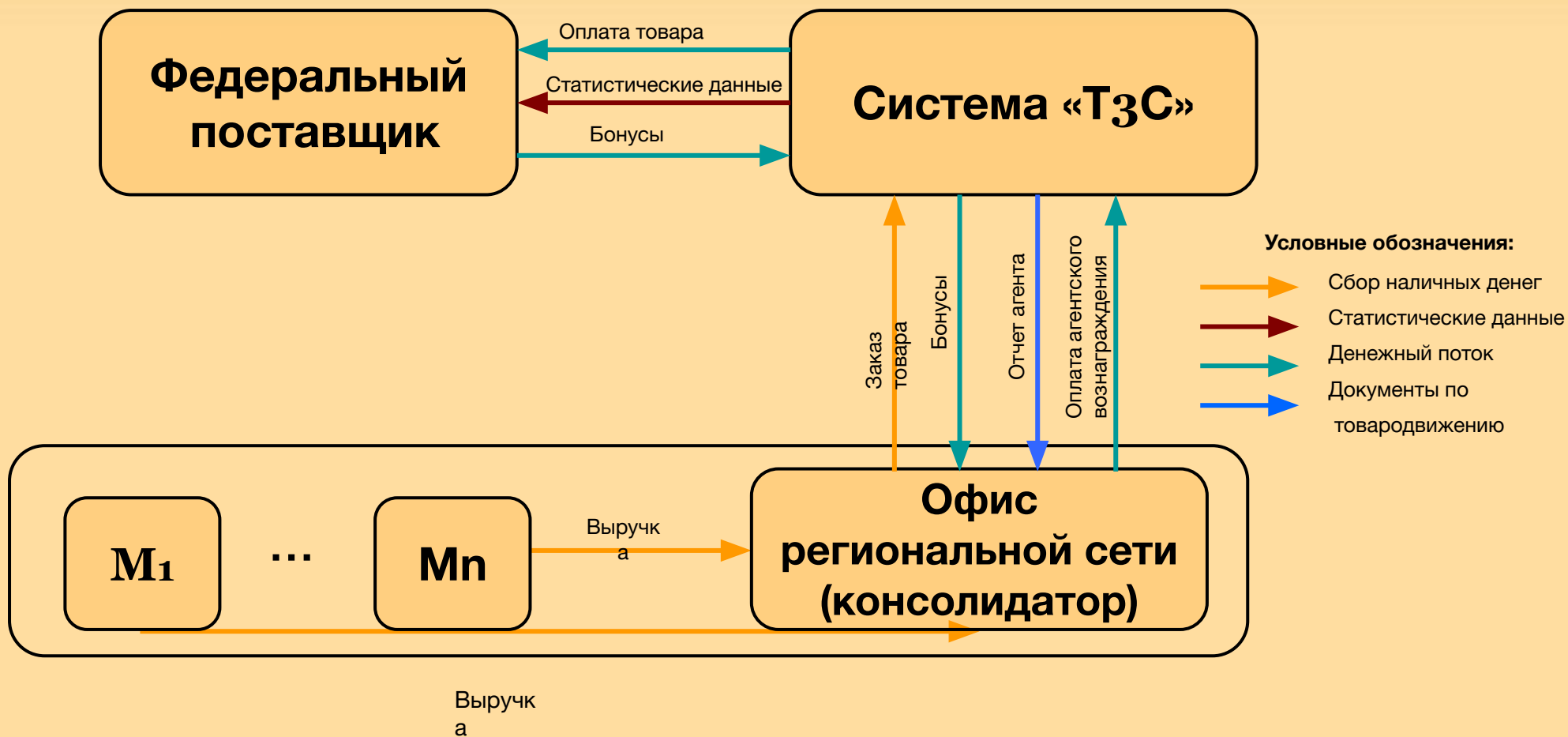
Собственная Торговая Марка Системы «ТЗС» (СТМ)

- Выбор необходимых категорий для производства СТМ происходит на основе данных собственной аналитики и информационных агентств («Бизнесаналитика», Nielsen).
- Разработка, утверждение и управление независимыми Торговыми Марками в сетях-участниках через Систему «ТЗС».
- Позиционирование независимых Торговых Марок Системы «ТЗС».
- Управление финансированием процесса по запуску и продвижению СТМ Системы «ТЗС» в сетях-участниках.
- Создание регламентов и процедур по производству, управлению и сопровождению независимых Торговых Марок Системы «ТЗС».
- Участие в ассоциациях Российских и Мировых производителей Собственных торговых Марок (СТМ) и использование мирового опыта в развитии СТМ.
- Обеспечение федеральной логистики по дистрибуции независимых Торговых Марок Системы «ТЗС».

Схема финансов Системы «ТЗС»

Оперативные и статистические данные:

- о заказе товара;
- реальная отгрузка;
- остаток товара в магазинах;
- результат продаж.



Партнеры Системы «ТЗС»



Nielsen – авторитетное рейтинговое агентство, крупная исследовательская компания.



Бизнесаналитика – одна из лидирующих компаний на российском рынке маркетинговых исследований. Проводит исследования российского рынка и обработку маркетинговой информации, в том числе, в сфере розничной торговли.



ECR-Rus – некоммерческое партнерство, созданное в 2003 году для внедрения методов “Эффективного отклика на запросы потребителей» (**Efficient Consumer Response**) по оптимизации бизнес-процессов совместными усилиями производителей и предприятий розничной торговли с целью уменьшения материальных и временных затрат в процессе доставки товара, оптимизации управления ассортиментом товаров и улучшения качества обслуживания с ориентацией на нужды потребителя.



BBCG part of Expomedia Group Plc – лидер организации бизнес-форумов и саммитов в России и на территории бывшего СССР. Ежегодно более 3000 первых лиц и топ-менеджеров из быстроразвивающихся секторов экономики получают доступ к эксклюзивной информации и контактам на форумах BBCG. Инновации, неформальные коммуникации и предельно практичная повестка – вот что движет развитием наших бизнес-саммитов.



Adam Smith Conferences – разработчик высокопрофильных экономических форумов, которые каждый год привлекают тысячи руководителей государственных и коммерческих структур. Многие мероприятия стали ежегодными, постоянно предоставляя делегатам свежую информацию о тенденциях развития рынка, возможностях инвестирования и коммерческих стратегиях успеха.



Империя – компания, занимающаяся организацией форумов, конференций, выставок и конгрессов, а также фестивалей, корпоративных и BTL-мероприятий.

ЗАО Система «ТЗС»

**125315, Москва, Ленинградский проспект, д. 72, стр. 4
Тел./факс: +7 (495) 783-54-83**

www.t3c.ru