GOLDEN

Smart Distribution

Winning Shelf Share

Enhanced Visibility

Sales Lady Recommendation

STORE



Программа ГСП

- Золотая программа это программа развития совместного бизнеса Сав Сервиса с клиентом.
- Качество важнее чем количество
 Наша цель покрывать ГСП торговые точки делающие
 85% объема канала традиционной торговли
- Дифференцированный подход по типам торговли
- Фокус на представленность



Участники

Все клиенты, которые примут решение принять участие в программе и выполнят квалификационные критерии ГСП, за исключением:

- ОПТ
- КБД клиенты
- National клиенты
- Клиенты классифицированные как "Others" & "Specialty"

Ho

Розничный объем опта – по согласованию с начальником отдела продаж может принять участие в ГСП программе.



Участники

15 типов торговли канала «Традиционная торговля»:

- 1. "Магазин товаров первой необходимости / Convenience store"
- 2. "Большой магазин шаговой доступности / Large Traditional"
- 3. "Открытый рынок / Open Market"
- 4. "Большой хозяйственный магазин / Large home improvement"
- 5. "Большой детский магазин / Large Baby"
- 6. "Большой минимаркет / Large Minimarket"
- 7. "Большой магазин бытовой химии и парфюмерии / Large Beauty"
- 8. "Малый магазин бытовой химии и парфюмерии / Small Beauty"
- 9. "Большая аптека / Pharmacy Large"
- 10. "Малая аптека / Pharmacy Small"
- 11. "Малый магазин шаговой доступности / Small Traditional"
- 12. " Интернет магазин с центром выдачи / Brick & Click e-commerce"
- 13. "Малый минимаркет / Small Minimarket"
- 14. "Малый хозяйственный магазин / Small home improvement"
- 15. "Малый детский магазин / Small Baby"



Участники

Критерии для включения в ГСП:

- Отгрузки на отдельное юр.лицо
- Точка доставки розничный магазин (склад с наличием розничного магазина)

Но мы хотим видеть в ГСП программе только тех клиентовоптовиков, которые оказывают сильное влияние на традиционную торговлю в регионе.



критерие в программы нацелены на то, что бы поддерживать у покупателя максимально высокий интерес к бизнесу клиента:

1. Дистрибьюция

Точка отгрузки:

Необходимо за 3 месяца:

- Купить не менее 80% A-list для данного канала
- 2. Купить 100% Общей дистрибьюции для канала

Магазин:

На ежемесячной основе:

- 1. Если Точка отгрузки квалифицирована на ГСП
- 2. Наличие на полке <u>80%</u> (CSKU) от общей дистрибьюции для данного канала.
- * Если в ассортименте заказчика полностью отсутствует, какая либо категория (нет ни одного СКЮ других производителей в категории и ни одного СКЮ Р&G) то:
- 1. Цель по Power SKU сокращается на количество СКЮ в этой категории. Цель по Общей Дистрибуции не меняется.
- 2. Цель по доле на полке, на отсутствующую категорию, не ставиться.



Дистрибьюция

Trade Channel	TDS target _Mar'16	PSKU target _Mar'16
BRICK & CLICK ECOMMERCE [56]*	113	50
CONVENIENCE STORE (HFS) [13]	19	12
LARGE BABY SPECIALTY [38]	42	39
LARGE BEAUTY STORE [47]	387	223
LARGE HOME IMPROV [26]	298	244
LARGE MINI-MARKET (HFS) [43]	222	173
LARGE PHARMACY [49]	88	66
LARGE TRADITIONAL STORE (HFS) [14]	150	125
OPEN MARKET (HFS) [23]	184	136
SMALL BABY SPECIALTY [69]	19	15
SMALL BEAUTY STORE [48]	218	171
SMALL HOME IMPROV [68]	189	145
SMALL MINI-MARKET (HFS) [67]	199	97
SMALL PHARMACY [50]	46	36
SMALL TRADITIONAL STORE (HFS) [52]	68	56
Pure Player e-commerce[15]*	113	50
UNKNOWN - ecommerce[35]*	113	50



Квалификационные критерии Долі GSP

Категории	Рекомендованная доля товаров P&G на полке*							
	Магазины самообслу живания	Магазины с торговлей через прилавок	Детские магазины	Аптеки	Магазины на заправочных станциях	Интернет магазины		
Стиральные Порошки	50%	50%	<u> </u>			Наличие базового контента на сайте по каждому СКЮ, предоставленного P&G: 1. Правильное название; 2. Описание продукта;		
Кондиционеры для белья	33%	33%	=					
Жидкости для мытья посуды	66% (две третьи)	66% (две третьи)	-		Размещение продукции на	Качественное изображение; Дополнительные изображения;		
Детские подгузники	50%	50%	50%	50%		5. Описание выгод товара;		
Детские салфетки	1-	-	25%	570	верхних 1, 2			
Шампуни	25%	25%		57%	полках. При	Справедливая доля в поиске на сайте (строка поиска и каталог): % от первых 10 СКЮ на странице = рекомендованной доли по магазину самообслуживания		
Стайлинг	40%	40%		-	отсутствии полочного оборудования- размещение на корпоративном			
Женская гигиена	60%	60%		60%				
Зубные Пасты	25%	25%	2	15%				
Зубные Щетки	40%	40%		40%		Securities Burn Comment and America		
Станки и картриджи	90%	90%	-			Навигация в Р&G категориях		
Средства для бритья	40%	40%	-	1001	чек-ауте	построена на основе Дерева		
Одноразовые станки	66%	66%		1000		Принятия Решения покупателем		



Квалификационные критерии Долі GSP +

Категории	Рекомендованная доля товаров P&G на полке			
Средства для стирки / Laundry	50%			
Кондиционеры для белья /Fabric Enhancers	33%			
Средства для мытья посуды /Dish Care	66%			
Средства для уборки /Surface Care	15%			
Подгузники / Diapers	50%			
Салфетки для детской гигиены /Wipes	25%			
Женская гигиена /Feminine Care	60%			
Шампуни/кондиционеры/доп.cpeдcтва/Shampoos/Conditioners/ Treatments	25%			
Средства для укладки волос /Styling	40%			
Средства для окрашивания волос / Colorants	15%			
Лезвия и бритвы /Blades & Razors	90%			
Одноразовые станки	66%			
Средства до бритья /Pre Shave	40%			
Средства после бритья /After Shave	40%			
Дезодоранты/ антиперспиранты для мужчин / Male APDO	25%			
Дезодоранты/ антилер для женщин / Female APDO	8%			
Гели для душа /Shower Gels	15%			
Мыло /Soaps	15%			
Зубные пасты / Toothpastes	25%			
Зубные щетки / Toothbrushes	40%			
Средства по уходу за кожей /Skin Care	10%			
Источники питания /Batteries	(A)			



3. Дисплеи

<u>Само -</u> <u>обслуживание:</u>

Каждый месяц >50% общей доли в дисплеях, но не менее одного

Торговля через прилавок:

Каждый месяц >50% общей доли в дисплеях, но не менее одного

<u>Аптека:</u>

100% Касс с доп. выкладкой ВАМ+Oral-B –

не обязательно

<u> Детский магазин:</u>

Каждый месяц >50% общей доли в дисплеях, но не менее одного*

* - Если нет места под дисплей – Диспенсор под салфетки по согласованию с SPOC UM

Если нет рекомендации по наполнению Золотого дисплея, на дисплеях необходимо размещать (по приоритету):

- 1. Промо предложения (вкл. TPRs)
- 2. Инициативные SKU's (новинки, SKU с Media поддержкой)

Доля в дисплеях считается по всем категориям в которых мы играем!



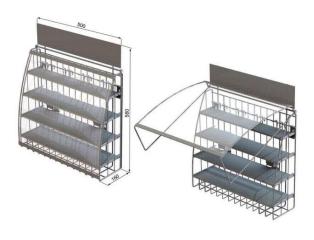
3. Дисплеи

Меню ГСП дисплеев:









+ любые другие категорийные дисплеи.



4. Размещение POSM

<u>Само-</u> <u>обслуживание:</u>

Обязательно

В первую очередь размещаем полочные брендированые системы (i.e. shelf-trays, shelf-strips, defenders, etc.)

Торговля через прилавок:

Рекомендуется

Любые типы ПОСМ!

<u>Аптеки:</u>

Обязательно

В первую очередь листовк и буклеты

Детский магазин:

Рекомендуется

Любые типы ПОСМ!



5. 30ЛОТОЙ Check-Out

<u>Само-</u> <u>обслуживание:</u>

ОБЯЗАТЕЛЬНО!

70+% от активных касс минимум 11 крючков:

-9 - Gillette
Gillette станки и картриджи 4
Gillette одноразовые станки 5

-2 - Oral-B

<u>Торговля через</u> <u>прилавок:</u>

ОПЦИОНАЛЬНО!

При наличия в магазине 3х и больше кассовых узлов 70+% от активных касс минимум 11 крючков:

-9 - Gillette
Gillette станки и картриджи 4
Gillette одноразовые станки 5

-2 - Oral-B

Аптеки:

Не использу ется!

<u>Детские</u> магазины:

Не используетс я!

АЗК, Интернет магазины : Не используется!

Магазины Самообслуживания не могут быть 30ЛОТОМ без Golden Check-Out, но могут получать бонус за "Golden Check-Out".

<u>Исключения</u> – если магазин самообслуживания не продает через прикассовую зону вообще ни чего (например АШАН), тогда он может быть классифицирован на ЗОЛОТО (по согласованию с SPOC UM)

Right check-out. Стандартное оборудование



9x4/36 hooks



6x4/24 hooks

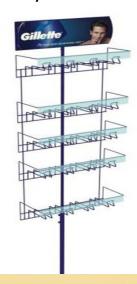


4x3/12 hooks



3x3/9 hooks





4x5/20 hooks



30ЛОТОЙ Check-Out







Квалификационные критерии итого

Критерии		Тип торговли						
		Само - обслуживание	Через прилавок	Аптека	Детский магазин			
Дистрибьюция	Точка	TDS - 100%	% TDS – 100% TDS – 100%		TDS - 100%			
	отгрузки	A-list – 80%	A-list – 80%	A-list – 80%	A-list – 80%			
	Магазин	TDS - 80%	TDS – 80%	TDS - 80%	TDS – 80%			
Доли полки		12 Категорий	12 Категорий	4 Категории	2 Категории			
Дисплеи		Доля дисплеев >50%	Доля дисплеев >50%					
POSM		Полковые	Любой (не обязательно)	Листовки и буклеты	Любой (не обязательно)			
Golden Check-Out		Обязательно	Опционально	Не используется	Не используется			

Все или ничего!



ГСП мотивация для клиента

Инструменты	Самообслуж ивание	Торговля через прилавок	Аптеки	Детские магазины	АЗК	Интернет магазины	GS KIOSK
Общий фонд	4%	2,5%	3%	3%	4%	3%	0%
Золотой фонд по чек-ауту (если заказчик не GSP)	2% от РС сектора	2% от РС сектора		: 			
LIVE механики	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Target	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
СТПР	Да	Да	Да	Да	Да		Да

⁻ Есть возможность трансформировать скидку для Аптек и Детских магазинов в отсрочку до 5-ти недель (по согласованию с директором филиала).



ВАЖНО!

- Квалификация на ЗОЛОТО на уровне магазина!
- Обязательное условие Клиент должен подписать договор;
- Если у клиента разные типы торговли и он грузится на склад, он может получить средневзвешенную скидку или минимально возможную;
- Если одна из торговых точек клиента дисквалифицирована, клиент не получает фонд целиком;
- Точка доставки квалифицирована по дистрибьюции, но все торговые точки, которые грузятся из точки доставки, должны пройти квалификацию;
- Каждая торговая точка должна быть посещена ПСР минимум 1 раз/месяц!



Автоматизация

- Квалификация/дисквалификация клиента происходят автоматически!
- Store checks через PDA(планшеты) для каждого магазина (нет store check = нет фонда);
- Автоматический анализ квалификационных критериев на каждом магазине во время визита. Контроль уровня скидки для клиента!
- Полная автоматизация отчетности по ГСП без ручных действий.





Вопросы/Ответы

Вопросы?