

Урок 3

Категории товаров и ценники



Содержание

Повторение изученного на 2
уроке

Товарные категории

Ценники и ценниковыделители

Повторение

На 2 уроке вы узнали:



Ассортимент МПР ГАЛАМАРТ представлен большим количеством торговых марок, основу которых составляют собственные торговые марки.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННИКОВ



На всех ценниках – в правом нижнем углу вы увидите QR-код.

Он нужен для удобства работы с ценниками при помощи ТСД.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

1.

ОБЫЧНЫЙ ТОВАР

Товар без категории.

Цель категории:

Поддержание постоянного ассортимента.

Ценник:

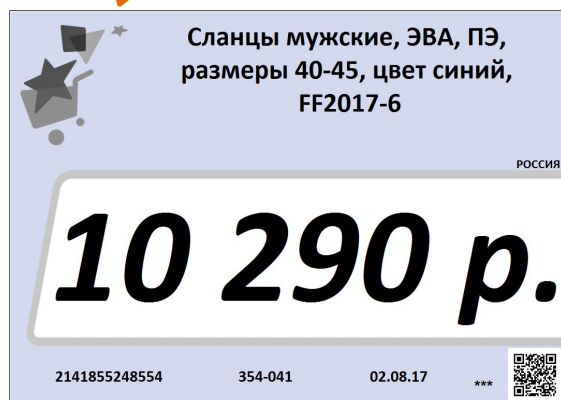
Белый

Выкладка:

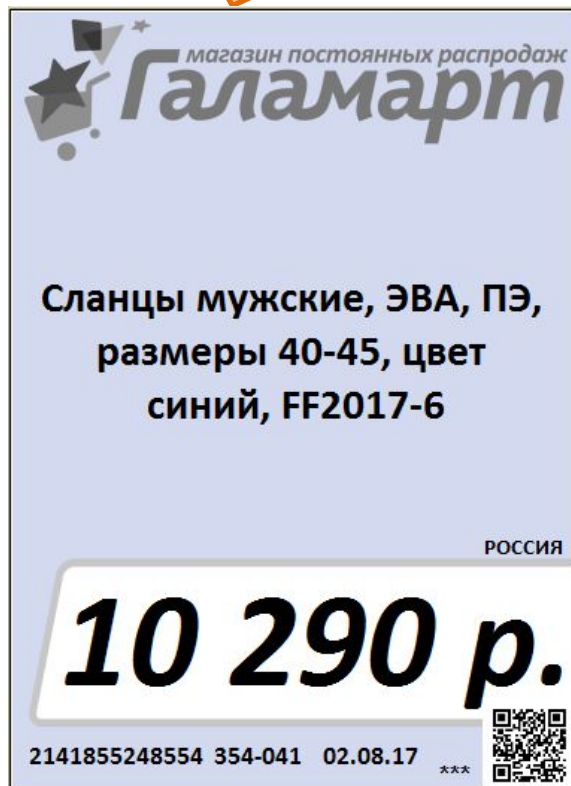
В основной зоне

ЦЕННИК ТОВАРА БЕЗ КАТЕГОРИИ

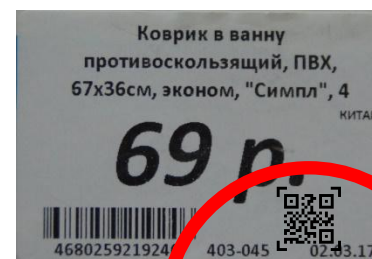
Стандартный



A6, A5 портрет



Стикер-ценник большой
58*40



Стикер-ценник маленький
30*20



Скоро здесь будет QR-код

Скоро здесь будет QR-код



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

2. ТОВАРЫ-ИНДИКАТОРЫ

Это товары с известной покупателю ценностью, товары ежедневного/сезонного спроса и общеизвестные товары, по которым покупатель судит об уровне цен в магазинах. Покупатель ПОМНИТ/ЗНАЕТ розничные цены на такие товары, и сравнивает их с предложениями в других магазинах.

Цель категории:	Убеждают покупателя, что цены в наших магазинах ниже, чем в других магазинах. Реализуют концепцию EDLP (Каждый День Низкая Цена).
Ценник:	Оранжевый, одна цена, с надписью «Лучшая цена»
Выкладка:	основные места, мини-ротоматы, ротоматы
Период действия:	Список корректируется 1 раз в месяц

МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ

ОСОБЕННОСТИ

3.

ТОВАРЫ ПЕРВОЙ ЦЕНЫ

Это товары ежедневного/сезонного спроса, имеющие самую низкую цену на рынке в товарной категории 3-го уровня. **Обязательное наличие в магазине!**

Цель категории:	Делают магазин привлекательным для покупателей, чувствительных к уровню цен как в повседневной жизни (с низкими доходами), так и в ситуациях, когда при выборе товара, цена становится решающим фактором (наполнение квартиры для сдачи в аренду, покупка утвари на временное жилье, разовый поход на пикник и т.п.).
Ценник:	оранжевый, одна цена, с надписью «Лучшая цена»
Выкладка:	Видные места, доступные для покупателей
Период действия:	Бессрочно. Изменения по письму из Управляющей компании
Исключения:	наборы, товары, для которых важно качество (подгузники, некоторые детские товары и т.п.);

ОДНА ЦЕНА С НАДПИСЬЮ «ЛУЧШАЯ ЦЕНА»



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

АКЦИОННЫЙ ТОВАР

Товар, на который установлена временная цена – данная цена используется для привлечения трафика:

- ✓ Цена на товар устанавливается на основе мониторинга.
- ✓ Товары целевых групп должны быть заметно ниже рынка.
- ✓ Товары основных групп должны быть незначительно ниже рынка.

Цель
категории:

показать низкие цены на товары и сформировать в покупателе желание прийти в магазин.

Далее см. «ГАЗЕТА МПР»

АКЦИОННЫЙ ТОВАР

4.

ГАЗЕТА МПР (АКЦИЯ)

- **Цель:** трафик, имидж низких цен;
- **Период действия:** строго 2 недели;
- **Ценник:** оранжевый, одна цена, надпись «Акция»;
- **Выкладка:** основные места, ротоматы, паллеты (без ограничений по количеству), обязательное наличие товара на торце «Акция»;
- **Обязательное анонсирование:** листовка, баннеры, реклама по ТВ;
- **Механика:** товарный запас заказывается до начала акции: 70% приходит распилом, 30% заказом УМ;
- **Перед началом акции все товары на 100% должны быть в магазине.**

ОДНА ЦЕНА С НАДПИСЬЮ «АКЦИЯ»



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

5.

ПРОМО 9-19-29-39 (19)

- **Цель:** Имидж низких цен;
- **Период действия** 1 месяц, смена по письму из Управляющей компании;
- **Ценник:** оранжевый, одна цена (в основной зоне выкладки), надпись «Лучшая цена»; в ротоматах – список позиций, надпись «Все по 9-19-29-39»;
- **Выкладка:** основные места, ротоматы
- **Механика:** собирается по письму (один ротомат = одна цена), **товар всегда должен присутствовать в зале на основном месте**

выкладки!



9-19-29-39



9-19-29-39



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

6.

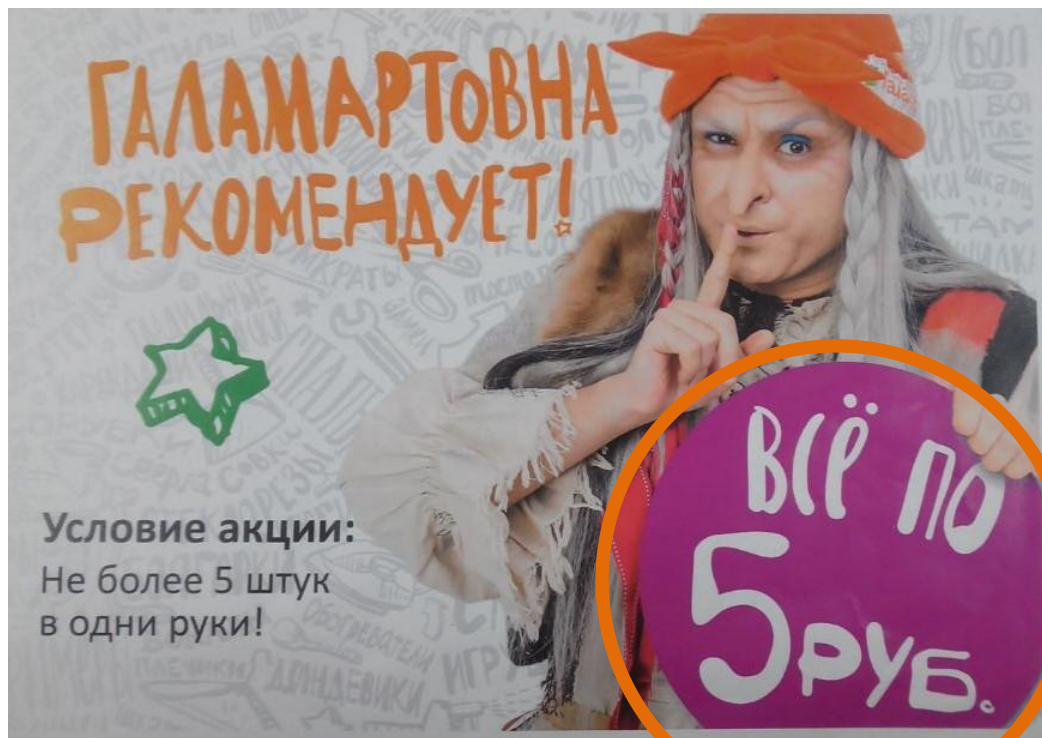
АКЦИЯ 1-5-10

Цель категории:	Имидж низких цен, Трафик, Управление товарным запасом (для освобождения места в торговом зале)
Период действия:	2 дня (четверг-пятница) каждые 2 недели
Объявление:	A4 формат «все по 1-5-10»
Ценник:	Реестр товаров отдельный на каждый тип цены
Выкладка:	в корзине по единой цене, в зоне распродаж или в зоне касс

Механика:

- ✓ за 1 день до акции вывешивается анонс в зоне касс;
- ✓ товар собирается по списку из письма рассылки по принципу «1 корзина – 1 цена»
- ✓ к корзине прикрепляется объявление «все по 1» (по 5, по 10)
- ✓ существует ограничение в 1-й день: минимальная сумма покупки других товаров в магазине – 300 руб. (500 руб. МСК и Север). Ограничение по количеству на покупателя 5 единиц.
- ✓ звуковое сопровождение: в начале акции ЗУМ громко и четко объявляет о старте продаж и об ограничениях.

«1-5-10»



3 корзины — в
отдельности на каждой:

- ✓ ВСЁ ПО 1 руб.
- ✓ ВСЁ ПО 5 руб.
- ✓ ВСЁ ПО 10 руб.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

7.

ТОВАРЫ ШОК-ЦЕНА

Товар, на который установлена временная цена и используется для привлечения трафика и закрепления имиджа магазинов с низкими ценами:

- ✓ Цена на товар устанавливается в диапазоне от - 20 до - 25% от минимальной цены рынка.

Цель категории:	Поразить покупателя и создать впечатление «Самая низкая цена здесь и сейчас».
-----------------	---

Особенности:	Ограничение продажи товара в одни руки, в рабочую смену
--------------	---



Используется для выделения товаров из газеты с шок-ценой на дополнительных местах выкладки – ротоматы, паллеты, мини-паллетная выкладка. При использовании макета «Шок-цена» формата А4, обязательное размещение на дополнительных местах Реестра ценников формата А6.



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

УЦЕНКА/СП

Товар, на который снижена цена вследствие локальной или централизованной уценки.

Цель
категории:

Выделить товары, имеющие скидки, с указанием старой и новой цены.

См. далее «Уценка непродаж», «Уценка единичек», «Спеццена» и «Спецпредложение»

8.

УЦЕНКА НЕПРОДАЖ

В данную категорию попадает товар, продажи которого менее 10% от остатка за 3 недели, товар присутствовал в магазине 5 недель, скидка 20% каждые 2 недели при условии, что товар не переоценялся за эти 2 недели

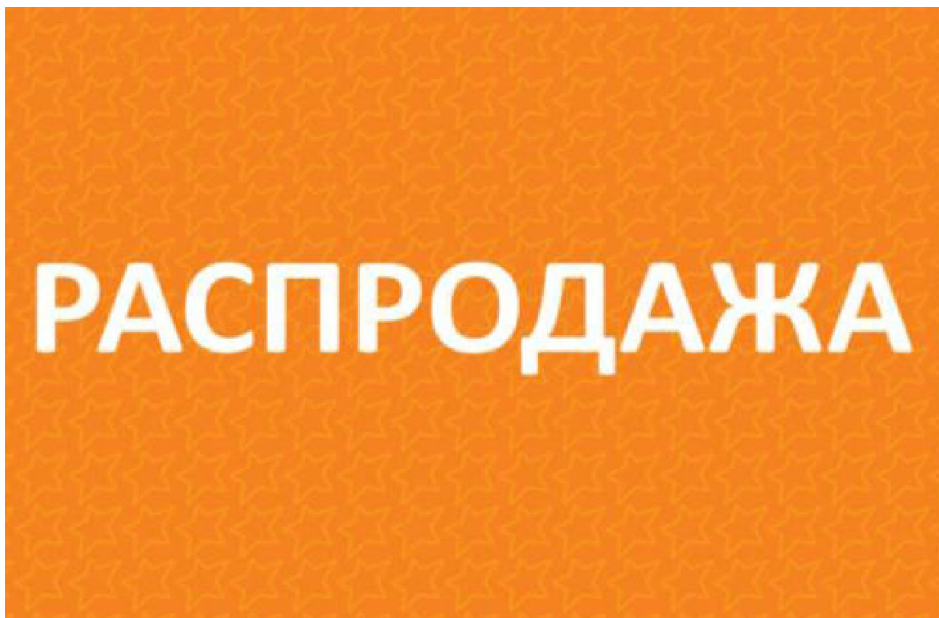
Цель категории:	Управление товарным запасом на уровне магазина
Период действия:	✓ пока объем продаж не увеличится ✓ до нового прихода товара
Ценник:	оранжевый, две цены
Выкладка:	Основные места выкладки, ротоматы. Товар не для приоритетных мест выкладки

9.

УЦЕНКА ЕДИНИЧЕК

Цель категории:	Управление товарным запасом на уровне магазина
Период действия:	до нового прихода
Ценник:	оранжевый стикер-ценник с 2-мя ценами
Выкладка:	В зоне распродаж, прикассовой зоне. В одной корзине размещается весь простикерованный товар, снабжается табличкой «Распродажа».
Механика: Список данной товарной категории приходит на почту, из этого списка удаляются товары, остатки которых не = 1, собрать товар по списку в корзину.	

ОБЪЯВЛЕНИЕ РАСПРОДАЖА



- ✓ Используется для оформления выкладки уцененных единиц.

ОБЪЯВЛЕНИЕ РАСПРОДАЖА



10.

СПЕЦЦЕНА

Цель категории:	Управление товарным запасом на уровне компании. Продвижение имиджа низких цен.
Период действия:	период действия определяет менеджер товарной категории
Ценник:	оранжевый, две цены
Выкладка:	основное место выкладки, ротоматы

Механика: товар переходит из одной товарной категории в другую (например, из категории 9-19... в товары без категории, но по той же цене, также сюда попадает микросезон до начала сезона, чтобы не назначилась уценка непродаж.

11.

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Цель категории:	Управление товарным запасом на уровне компании
Период действия:	Строго 2 недели, начинается во вторник
Ценник:	Оранжевый 2 цены
Выкладка:	Основные места, паллеты, ротоматы.
Механика: на данную категорию УМ делает заказ отдельно от других товарных групп, этот товар появляется тогда, когда низкие продажи в опте и нужно снизить запасы по компании в целом.	

ДВЕ ЦЕНЫ


Набор ложек деревянных 3шт,
VT-1035

КИТАЙ

~~56 р.~~

39 р.

4680259077631 883-011 21.03.17



Скоро
здесь будет
QR-код

магазин постоянных распродаж
Галамарт

Кеды мужские, полиэстер,
резина, р-р 39-43, 1 цвет, #3

РОССИЯ

~~427 р.~~

299 р.

4680259403256 299-006 03.08.17



МАРКЕТИНГОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

12.

ТОВАР С ДЕФЕКТОМ

Товар, на который снижена цена вследствие наличия дефектов.

Цель категории:	Выделить товары, имеющие дефекты, с указанием дефекта и скидки.
-----------------	---

ЦЕННИК «ТОВАР С ДЕФЕКТОМ»

- ✓ Для товаров с дефектом или для некомплектного товара;
- ✓ На ценнике указывается:
 - Описание Дефекта,
 - Размер скидки в %,
 - Старая цена,
 - Цена со скидкой,
 - Разрешающая подпись УМ.
- ✓ Ценник крепится на сам товар;
- ✓ Используется **стикер-ценник**.



МУЛЬТИЦЕННИК



До 4х артикулов

281-069,281-070,281-071

**Скоро
здесь будет
QR-код**

ВИДЫ ЦЕННИКОВ

	Наименование	Цвет	Количество цен	Формат	Возможность использовать Стикеры
2	Одна цена	Оранжевый с надписью АКЦИЯ	Одна	Стандарт, А6, А5	Да, но нежелательно
3	Одна цена	Оранжевый с надписью ЛУЧШАЯ ЦЕНА	Одна	Стандарт, А6, А4	Да, но нежелательно
4	Две цены	Оранжевый	Две (новая + зачеркнутая старая)	Стандарт, А6, А5	Да
5	Мультиценник	Белый/Оранжевый	Одна	Стандарт	Нет
6	Товар с дефектом	Оранжевый	Две (новая + зачеркнутая старая)	Ценник-стикер 58x40	Да

ЦЕННИКОВЫДЕЛИТЕЛИ



- ✓ Используется с ценниками лучшая цена для выделения товаров индикаторов и товаров первой цены в магазине



- ✓ Используется со стандартными ценниками для выделения новых товаров в магазине

ЦЕННИКОВЫДЕЛИТЕЛИ



- ✓ Применяется для выделения стандартных ценников на товары, которые можно приобрести как готовые решения для подарков.



- ✓ Используется вместе с ценниками акция для выделения товаров из листовки

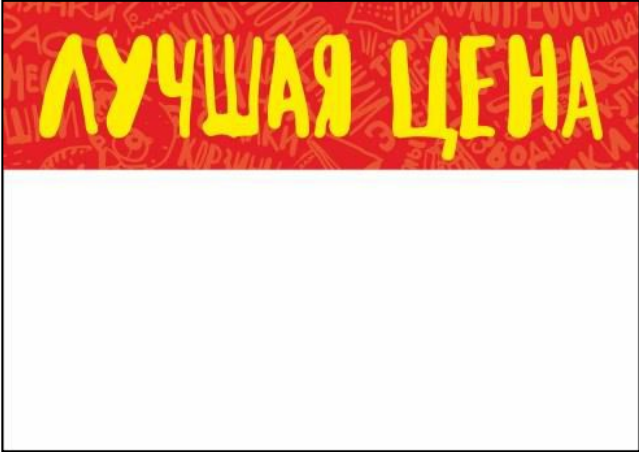
ЦЕННИКОВЫЕ ДЕЛИТЕЛИ



ЦЕННИКОВЫДЕЛИТЕЛИ



ЦЕННИКОВЫЕ ДЕЛИТЕЛИ



Перед тем как приступить к работе, Вам НЕОБХОДИМО ознакомиться с регламентом «МЕРЧ-03»

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
ДО ВСТРЕЧИ НА СЛЕДУЮЩЕМ УРОКЕ!**

