

MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

Базовый курс мерчандайзинга

Структура взаимодействия

По всем вопросам, связанным с презентацией товара в ТЗ мерчандайзер магазина обращается к своему региональному мерчандайзеру

Москва 1
Гасумян Виктория

Москва 2
Аксенова Анна

Поволжье 1
Фетисенко
Екатерина

Поволжье 2
Михайлова Диана

СПБ 1
Лысова Анастасия

СПБ 2
Скорикова Мария

Сибирь
Фрикина Юлия

Урал 1
Зарипова Эльвира

Москва 7
Москва 8
Москва 9
Москва 10
Москва 12
Москва 4
Тверь
Клин

Москва 2
Москва 13
Москва 11
Москва 14
Реутов
Ногинск
Смоленск 1
Смоленск 2
Чехов

Тольяти 4
Тольяти 5
Саратов 2
Саратов 3
Пенза 1
Пенза 2
Самара 1
Самара 5
Самара 6
Саранск

Казань 1
Казань 4
Пермь 2
Нижнекамск
Ижевск 1
Ижевск 2
Ульяновск
Йошкар- Ола

СПБ 3
СПБ 4
СПБ 5
СПБ 7
СПБ 13
СПБ 14
СПБ 17
СПБ 18
СПБ 19
Сыктывкар
Архангельск

СПБ 2
СПБ 6
СПБ 8
СПБ 9
СПБ 10
СПБ 11
СПБ 12
СПБ 15
СПБ 16
В. Новгород
Петрозаводск

Новосибирск 2
Новосибирск 3
Омск
Барнаул
Кемерово
Новокузнецк 2
Новокузнецк 3
Красноярск
Сургут
Нижневартовск

Уфа 2
Уфа 3
Уфа 4
Уфа 5
Уфа 6
Стерлитамак
Оренбург
Орск
Магнитогорск 1
Магнитогорск 2

Урал 2
Крылова Оксана

Центр 1
Бочарова
Маргарита

Центр-С
Полушкин Виктор

Центр-В
Вакансия

Центр-Юг
Пекова Ирина

Юг 1
Челапкина Дарья
Кан Анастасия

Юг 2
Коваль Эмилия
Кан Анастасия.

Екатеринбург 2
Екатеринбург 4
Екатеринбург 5
Екатеринбург 7
Челябинск 1
Челябинск 3
Тюмень 2
Тюмень 3
Курган
Н. Тагил

Тула 2
Тула 3
Курск 2
Курск 3
Орел
Рязань 2
Рязань 3
Новомосковск

Вологда 1
Вологда 2
Череповец
Иваново 1
Иваново 2
Кострома
Ярославль

Н. Новгород 1
Н. Новгород 2
Н. Новгород 3
Арзамас
Дзержинск
Киров
Чебоксары

Воронеж 1
Воронеж 2
Воронеж 3
Воронеж 4
Тамбов 2
Тамбов 3
Липецк 1
Липецк 2
Белгород
С. Оскол

Краснодар 1
Краснодар 2
Краснодар 3
Краснодар 4
Армавир
Новороссийск
Сочи
Ставрополь 1
Ставрополь 2
Нальчик
Пятигорск
Невинномысск

Ростов 1
Ростов 2,3
Волгоград 1
Волгоград 3
Волгоград 4
Волгоград 5
Азов
Волжский
Таганрог
Астрахань 1
Астрахань 2



ЗАДАЧИ МЕРЧАНДАЙЗЕРА MODIS



- Оформление витрин и манекенов
- Координация товара (внедрение VM инструкций)
- Оформление акций
- Размещение POS и ценников
- Обучение персонала мерчандайзингу
- Фото отчет

Планирование рабочей недели мерчендайзера

1. Если внедряем:
Model Store WMN
Model Window



кто	МЕРЧЕНДАЙЗЕР МАЗАГИНА									
Когда/ время	Понедельник		Вторник		Среда		Четверг		Пятница	
Что	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45
	изучение Modis info	09:45-10:15	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00
	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	10:15-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	Внедрение Model Store Window	10:00-13:00	фотоотчет	10:00-12:00
	организация и контроль сбора акций	10:30-11:00	Внедрение Model Store WMN	10:30-13:00	Внедрение Model Store WMN	10:30-13:00	обед	13:00-14:00	подготовка зала к выходным (цены, наполняемость)	12:00-13:00
	Внедрение Model Store WMN	11:00-13:00	обед	13:00-14:00	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store Window	14:00-18:00	обед	13:00-14:00
	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store WMN	14:00-18:00	Внедрение Model Store WMN	14:00-18:00	передача заданий по подготовке зала к фо	18:00-18:30	корректировка зала по комментариям от РВМ	14:00-18:00
	Внедрение Model Store WMN	14:00-18:00	планирование работ на следующий день	18:00-18:30	планирование работ на следующий день	18:00-18:30			финальный обход зала с директором, задания на выходные	18:00-18:30
	планирование работ на следующий день	18:00-18:30								
Контроль	По всем возникающим вопросам мерчендайзер обращается к Региональному мерчендайзеру									

Планирование рабочей недели мерчендайзера

2. Если внедряем: Model Store KIDS



кто	МЕРЧЕНДАЙЗЕР МАЗАГИНА									
Когда/время	Понедельник		Вторник		Среда		Четверг		Пятница	
Что	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45
	изучение Modis info	09:45-10:15	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00
	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	10:15-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	Внедрение Model Store Kids	10:00-13:00	фотоотчет	10:00-12:00
	организация и контроль сбора акций	10:30-11:00	Внедрение Model Store Kids	10:30-13:00	Внедрение Model Store Kids	10:30-13:00	обед	13:00-14:00	подготовка зала к выходным (цены, наполняемость)	12:00-13:00
	Внедрение Model Store Kids	11:00-13:00	обед	13:00-14:00	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store Kids	14:00-18:00	обед	13:00-14:00
	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store Kids	14:00-18:00	Внедрение Model Store Kids	14:00-18:00	передача заданий по подготовке зала к фо	18:00-18:30	корректировка зала по комментариям от РВМ	14:00-18:00
	Внедрение Model Store Kids	14:00-18:00	планирование работ на следующий день	18:00-18:30	планирование работ на следующий день	18:00-18:30			финальный обход зала с директором, задания на выходные	18:00-18:30
	планирование работ на следующий день	18:00-18:30								
Контроль	По всем возникающим вопросам мерчендайзер обращается к Региональному мерчендайзеру									

Планирование рабочей недели мерчендайзера

3. Если внедряем: Model Store Man



кто	МЕРЧЕНДАЙЗЕР МАГАЗИНА									
Когда/время	Понедельник		Вторник		Среда		Четверг		Пятница	
Что	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45
	изучение Modis info	09:45-10:15	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00
	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	10:15-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	Внедрение Model Store Man	10:00-13:00	фотоотчет	10:00-12:00
	организация и контроль сбора акций	10:30-11:00	Внедрение Model Store Man	10:30-13:00	Внедрение Model Store Man	10:30-13:00	обед	13:00-14:00	подготовка зала к выходным (цены, наполняемость)	12:00-13:00
	Внедрение Model Store Man	11:00-13:00	обед	13:00-14:00	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store Man	14:00-18:00	обед	13:00-14:00
	обед	13:00-14:00	Внедрение Model Store Man	14:00-18:00	Внедрение Model Store Man	14:00-18:00	передача заданий по подготовке зала к фо	18:00-18:30	корректировка зала по комментариям от РВМ	14:00-18:00
	Внедрение Model Store Man	14:00-18:00	планирование работ на следующий день	18:00-18:30	планирование работ на следующий день	18:00-18:30			финальный обход зала с директором, задания на выходные	18:00-18:30
	планирование работ на следующий день	18:00-18:30								
Контроль	По всем возникающим вопросам мерчендайзер обращается к Региональному мерчендайзеру									

Планирование рабочей недели мерчандайзера

4. Распорядок рабочей недели, когда не внедряются Model Store и Model Window:

кто	МЕРЧЕНДАЙЗЕР МАЗАГИНА									
Когда/ время	Понедельник		Вторник		Среда		Четверг		Пятница	
Что	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45	Обход зала согласно бланку " 25 шагов к идеальному магазину"	09:30-09:45
	изучение Modis info	09:45-10:15	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	09:45-10:00
	Собрание с персоналом (рассказ о действующих акциях, инструктаж новых сотрудников)	10:15-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	расстановка приоритетов при выдаче поставки	10:00-10:30	Проверка и корректировка презентации зоны Асс, U&L	10:00-13:00	фотоотчет	10:00-12:00
	оформление акций в ТЗ	10:30-13:00	Корректировка презентации - замена выбитых артикулов в ТЗ, на манекенах и торсах	10:30-13:00	Проверка и корректировка презентации зоны Denim	10:30-13:00	обед	13:00-14:00	подготовка зала к выходным (цены, наполняемость)	12:00-13:00
	обед	13:00-14:00	обед	13:00-14:00	обед	13:00-14:00	Проверка и корректировка презентации зоны Асс, U&L	14:00-18:00	обед	13:00-14:00
	Корректировка презентации - замена выбитых артикулов в ТЗ, на манекенах и торсах	14:00-18:00	Корректировка презентации - замена выбитых артикулов в ТЗ, на манекенах и торсах	14:00-18:00	Проверка и корректировка презентации зоны Denim	14:00-18:00	передача заданий по подготовке зала к фо	18:00-18:30	корректировка зала по комментариям от PBM	14:00-18:00
	планирование работ на следующий день	18:00-18:30	планирование работ на следующий день	18:00-18:30	планирование работ на следующий день	18:00-18:30			финальный обход зала с директором, задания на выходные	18:00-18:30
Контроль	По всем возникающим вопросам мерчандайзер обращается к Региональному мерчандайзеру									

25 шагов к идеальному магазину

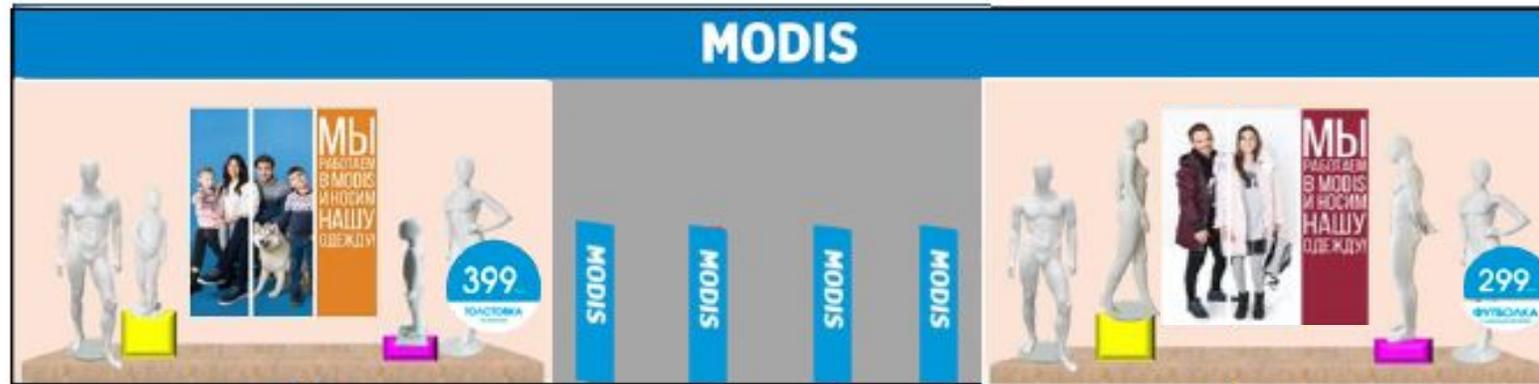
Для достижения идеальных показателей в магазине, необходимо на ежедневной основе (утренний обход зала) следить на ключевыми пунктами презентации в магазине:

25 шагов к идеальному магазину		MODIS ОДЕЖДА ОБУВЬ АКСЕССУАРЫ		+/-			
Витрина							
1	Оформление графики , согласно Model Window						
2	Оформление манекенов , согласно Model Window						
3	Манекены стилизованы, товар отпарен, алармы сняты						
4	Присутствуют аксессуары, дополняющие образ						
5	Направлен свет						
6	Наличие соответствующих POSm (бирка, А5, А4 и прочие)						
7	Витрина чистая (стекло, подиум)						
Входная группа							
8	Выполнение последней инструкции Model Store или Modis Info						
9	Манекены стилизованы, товар отпарен, алармы сняты						
10	Присутствуют аксессуары, дополняющие образ						
11	Соблюдено правило "Увидел- купил"						
12	Кубы (стол) хорошо заполнены товаром						
13	Направлен свет						
14	Наличие соответствующих POSm (бирка, А5, А4 и прочие)						
Торговый зал		wmn	man	kids	ibm	acc	u&l
15	Товар из последнего Intake презентован в зале						
16	Приоритет капсул, согласно Model Store						
17	На манекенах и торсах актуальные комплекты (сезон, последняя поставка)						
18	Хорошая наполняемость оборудования (нет пустого и переполненного оборудования)						
19	Вещи на фокусных точках отпарены (фронты, манекены, торсы)						
20	Оформление Зего уровня соответствует инструкции (имиджи , торсы, декорации)						
21	Оформлены все действующие акции						
22	Выделены актуальные цены (OPP, акции, товар недели)						
23	Направлен свет						
24	Проходы между стенами и торговым оборудованием соблюдены						
25	Оборудование выставлено согласно актуальной планограмме						

MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

Оформление витрин и манекенов



Family 1

Young



- Размещение графических материалов**
- Подбор комплектов
- Расстановка манекенов**
- Акцент на товар и цены- ценники и круги ОРР
- Чистота витрины**
- Состояние манекенов
- Свет**
- Антикражные рамки

Стикер



- 60 см от пола
- 30 см от края витрины
- Информация по смене стикеров предоставляется в MODIS INFO

Плакат А1



- Размещается на уровне груди манекена,
- Не перекрывает манекен

БИРКА:

- Выделяется минимальная **сезонная** цена изделия
- Располагается справа
- Цена на бирке соответствует цене изделия
- Только одна бирка на манекен

ЦЕННИК А4:

- Располагаем у манекенов с левой стороны около подставки

Наименование цен:

- По принципу разведения:

Например:

- Куртка
- Кардиган
- Футболка
- Брюки
- Аксессуар

- По сезонности:

осень-зима - AW

весна-лето - SS

- **Бирка (OPP)** = первой цена на ценнике
- Не более 5 наименований в ценнике

Футболка	499 руб.
Кардиган	599 руб.
Брюки	899 руб.
Куртка	1199 руб.



Манекены

**Витрина используется для продвижения товаров и для привлечения покупателей в магазин.
Манекены –это визуальная часть витрины, которая в первую очередь оценивается потребителем.**

- Манекены демонстрируют сочетания моделей
- Манекены показывают, как одеваться в данном сезоне
- Манекены привлекают покупателя в магазин.

Total Look- это определенный образ, который является готовым предложением для потребителя

- На манекенах презентуется готовый комплект (Key Look)
- Изделия подходят друг к другу по стилю, цветовой гамме и фактуре цвета.



Манекены

Основные правила подбора товара на манекенах:

- Показываем тренды
- Показываем новинки-модели из последних поставок
- Показываем модели-лидеры
- Единой цветовой гамма и стиль
- Соблюден баланс цвета и принта
- Дополняем аксессуарами
- Оформлены согласно Model Window
- Представляем обувь



Джинс



цветочный принт



бежевый



белый, как дополнительный цвет

При подборе луков для манекенов должны быть использованы 3 основных цвета и 1 нейтральный (монохромный-белый/серый/черный/деним).

Комплекты на каждом из манекенов должны сочетаться и создавать единую композицию и стиль во всей витрине.

Стилизация

Одежда должна хорошо “сидеть” на манекене, подчеркивать линии и изгибы тела.

Для этого необходимо правильно располагать позиции манекенов, создавать полные, лаконичные комплекты, делать привлекательное, естественное моделирование одежды.

Можно определить основные места нашего тела, где предметы гардероба подвержены образованию складок, это места сгибов и поворотов:

- ✓ шея
- ✓ локтевой сустав
- ✓ линия талии
- ✓ паховая область
- ✓ коленный сустав



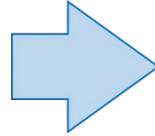
Климатические особенности

Оформление манекенов должно соответствовать сезону погоды.

В зависимости от климатических особенностей региона, инструкция Model window может быть скорректирована :

- для южных регионов не использовать куртки, если они не по погодным условиям
- в северных регионах использовать более теплые верха в осенний период, если погодные условия более холодные

ТЕПЛО



1 ВАРИАНТ



- Если важно показать брюки, оставьте их.
- Снимите блейзер.
- Замените туфли.

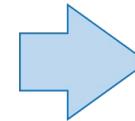


2 ВАРИАНТ



- Если блейзер важен, оставьте его.
- Замените брюки на шорты.
- Замените туфли.

ХОЛОДНО



- Замените блейзер на трикотажный.
- Добавьте шарф.

MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

Внедрение VM в магазине

Выдача поставки

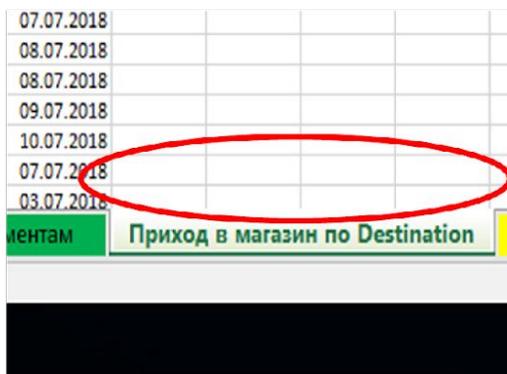
- Экономлю время
- Знаю что и сколько придет
 - Знаю сколько и какое оборудование нужно освободить
 - Готовлю место пока принимается поставка

Координация товара в магазине. Выдача поставки

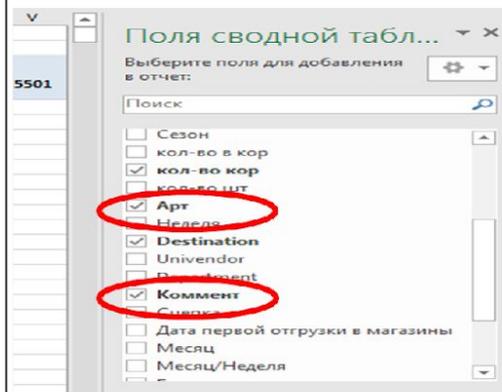
1. Как зайти в отчет поставок

- Пуск
- Проводник
- Диск S
- Общая!- Общая!
- Отдел распределения товара
- График формирования заказов
- Заказы на перемещение и информация о поставке товара в магазины

2. После открытия файла выбираем вкладку



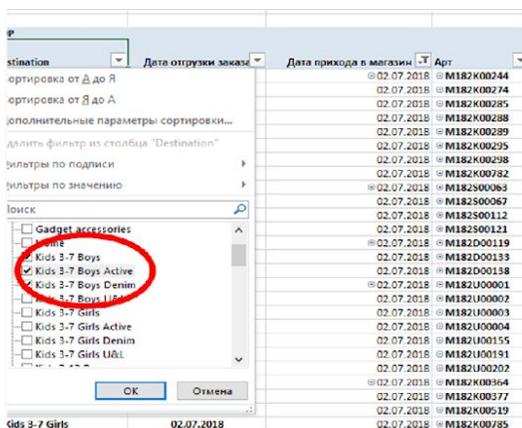
3. В таблице с правой стороны помечаем Арт и Комментарий



4. Фильтруем нужную информацию А)Выбираем дату отгрузки В)Коммент (новый товар)

Destination	Дата отгрузки заказ	Дата прихода в магазин	Арт	Коммент
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00244	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00274	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00285	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00288	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00289	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00295	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00298	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00782	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00063	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00067	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00112	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00121	Новый товар
Kids 3-7 Boys Denim	02.07.2018	02.07.2018	M182D00119	Новый товар

5. В первом столбце выбираем нужный гендер (например BOYS 3-7)

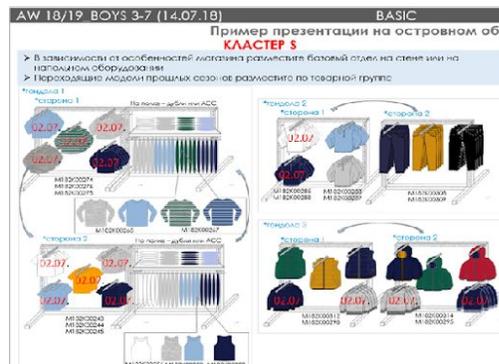


6. Нахожу свой магазин (на примере MO13 номер7712) Теперь мы видим в каком количестве, какой артикул к нам придет.

Коммент	Арт	5004	5001	7763	7756	7707	7768	7709	7710	7711	7712	7713	Общий итог
Новый товар	M182K00244	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00274	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00285	2 КОП	1 КОП	8 КОП									
Новый товар	M182K00288	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00289	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00295	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00298	2 КОП	22 КОП										
Новый товар	M182K00782	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182S00063	2 КОП	22 КОП										
Новый товар	M182S00067	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182S00112	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182S00121	2 КОП	25 КОП										
Новый товар	M182D00119	1 КОП	11 КОП										
Новый товар	M182K00785	1 КОП	11 КОП										
Итого		17 КОП	18 КОП	18 КОП	21 КОП	20 КОП	19 КОП	18 КОП	19 КОП	19 КОП	21 КОП	19 КОП	204 КОП

7. На основе полученной информации. Распечатываю MODEL Store.

Отмечаю артикула которые к нам поступят. Исходя из количества планирую зону представления.



Destination	Дата отгрузки заказ	Дата прихода в магазин	Арт	Коммент
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00244	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00274	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00285	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00288	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00289	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00295	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00298	Новый товар
Kids 3-7 Boys	02.07.2018	02.07.2018	M182K00782	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00063	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00067	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00112	Новый товар
Kids 3-7 Boys Active	02.07.2018	02.07.2018	M182S00121	Новый товар
Kids 3-7 Boys Denim	02.07.2018	02.07.2018	M182D00119	Новый товар
Kids 3-7 Boys Denim	02.07.2018	02.07.2018	M182D00133	Новый товар
Kids 3-7 Boys Denim	02.07.2018	02.07.2018	M182D00138	Новый товар
Общий итог				

MODIS INFO 37

ЗАДАЧИ НЕДЕЛИ	ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТЫ	Слайд	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
			10.09	11.09	12.09	13.09	14.09	15.09	16.09
WINDOW	СМЕНА ГРАФИКИ И ПЕРЕОФОРМЛЕНИЕ МАНЕКЕНОВ	2							
ВХОДНАЯ ГРУППА	ОФОРМЛЕНИЕ СОГЛАСНО MODEL STORE	3							
MODEL STORE В INTAKE	ПЕРВЫЙ ПРИОРИТЕТ женский департамент последующие детский и мужской	4							
ОБОЗНАЧЕНИЕ НИЗКИХ ЦЕН-OPP	ОБНОВЛЕННЫЙ СПИСОК	5							
SALE на ШКОЛЬНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ	ОФОРМЛЕНИЕ НА ВТОРОМ ПРИОРИТЕТЕ В ДЕТСКОМ ОТДЕЛЕ ВЫДЕЛЕНИЕ РОЗМ	6							
ТОВАР НЕДЕЛИ	ВЫДЕЛЕНИЕ РОЗМ	7							
-50% на второй ремень -30% на обувь по полной цене	ОФОРМЛЕНИЕ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ ВЫДЕЛЕНИЕ РОЗМ	8-9							
УВЕЛЕЧЕНИЕ КОМПЛЕКТНОСТИ: 1+1=3	10.07.18-30.09.18 1+1=3 на мужские носки 01.08.18-30.09.18 1+1=3 на аксессуары/обувь из SALE 10.08.18-30.09.18 1+1=3 на женские колготки 20 деп	10-11							
«HOT WHEELS» & «BARBIE»	АКЦИЯ ПРОДОЛЖАЕТСЯ ЕСЛИ ЕСТЬ ИГРУШКИ	12							
Памятка для кассира	ПОЛНЫЙ СПИСОК АКТУАЛЬНЫХ АКЦИЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ	13							
ВМ Чек-лист	ХРАНЕНИЕ В ОТДЕЛЬНОЙ ПАПКЕ	14							
ГРАФИК ОТГРУЗОК НА МАГАЗИНЫ	Ссылка на план отгрузок и график отгрузок в магазинах : \\dc-fp01\Общая\Отдел распределения товара\График формирования заказов	-							

* ДАННЫЙ ЛИСТ НЕОБХОДИМО РАСПЕЧАТАТЬ И ПОВЕСИТЬ НА СТЕНДЕ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА МАГАЗИНА

- Самостоятельное изучение Modis info
- Уточнение спорных вопросов у РВМ
- Акцентные точки (даты акций, цели акций, выполнение)
- Расстановка приоритетов
- Планирование и организация работы на каждый день
- Отчет о проделанной работе в ФО по пятницам



MODIS
ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

MODEL STORE 8 INTAKE

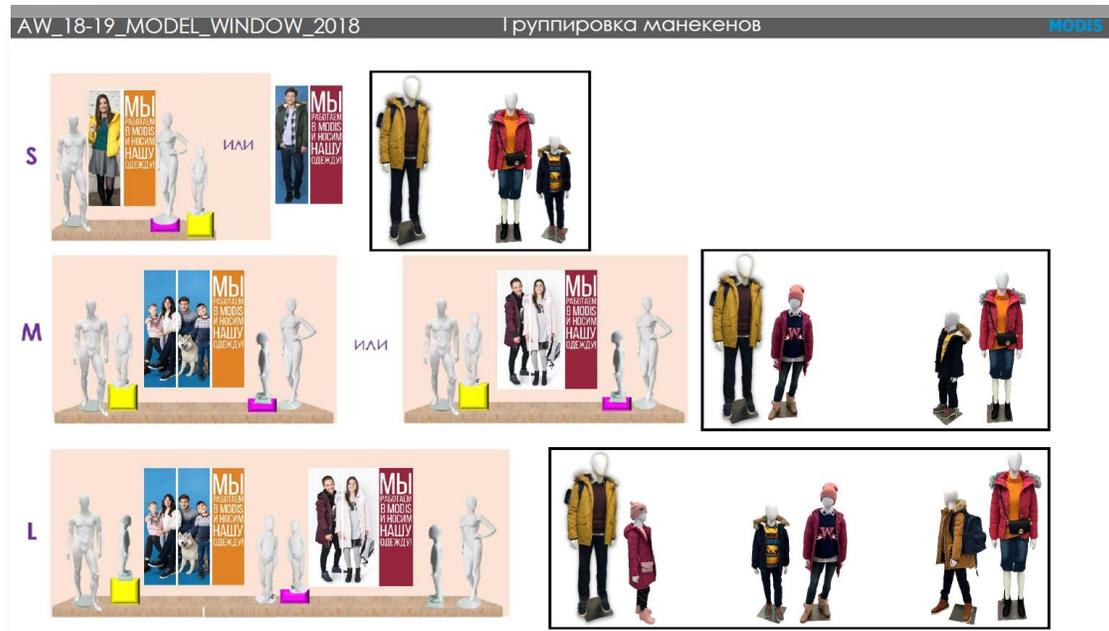
WOMEN AW 18-19

1

- Самостоятельное изучение Model Store
- Уточнение спорных вопросов у РВМ
- Акцентные точки
- Утверждение с РВМ расположение коллекций, согласно новым приоритетам
- Утверждение с РВМ изменений в презентации (каркасы, комплекты на манекены, расположение капсул и т.п) при индивидуальных особенностях магазина
- Планирование и организация работы по внедрению на каждый день
- Отчет о проделанной работе в ФО по пятницам

AW18_WOMEN_CASUAL_8 INTAKE (10.09.18) ОБЩИЙ ВИД ЗОНЫ ПО ПРИОРИТЕТАМ MODIS



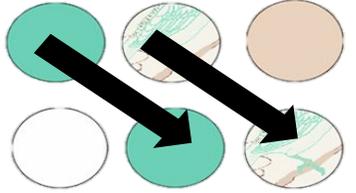


- Самостоятельное изучение Model Window
- Уточнение спорных вопросов у РВМ
- Проверка наличия рекомендуемых комплектов
- Согласование с РВМ замены комплектов, при отсутствии рекомендуемых моделей
- Планирование и организация работы по внедрению
- Отчет о проделанной работе в ФО по пятницам или по специальному запросу

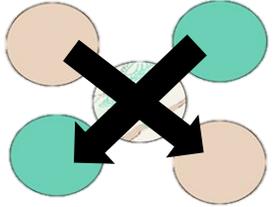


Фронтальная развеска:

□ **Диагональ** – Цвета размещаются по принципу диагонали



□ **«Крест на крест»** – Один цвет по центру, остальные на противоположных фронтах



- На фронтах размещается **сезонный товар**
- На фронтах выделяем **«лидеры продаж»** или **«товар недели»**
- Изделия на фронтах должны сочетаться между собой по цвету и стилю и составлять **«ТОТАЛ ЛУК»**



3 цвета + 1 дополнительный (белый, серый, черный джинс)



Профильная развеска:

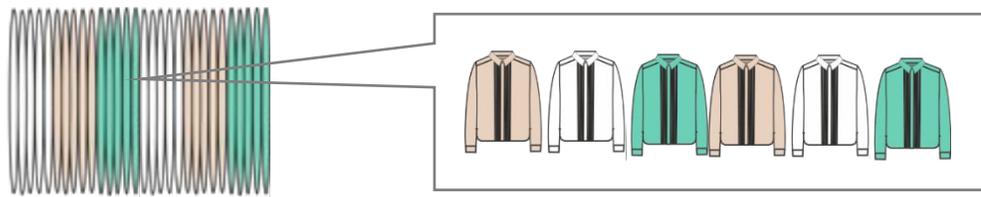
- **Гардероб** – капсульная презентация товара, где различные ТГ представлены вместе и образуют между собой готовое предложение.



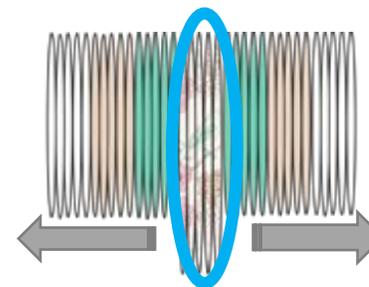
- **Матричная презентация (по моделям)** – изделия в профильной развеске чередуются по группам товара



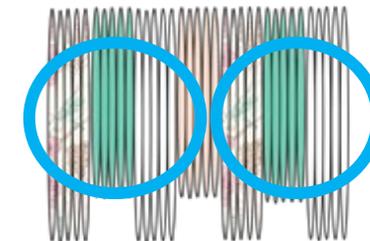
- **Продукт (MONO)** – различные артикулы одного вида во всех цветах представляются продуктом. Например BASIC, сезонная зона курток и т.д.



Распределения цвета – Изделия в профильной развеске чередуются по цвету

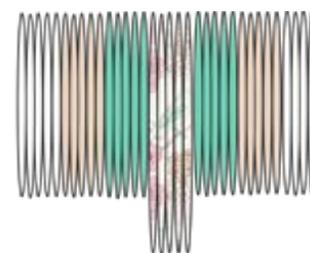


- **Зеркальная развеска цветочных блоков** – один акцентный (принт), далее зеркальное отображение цветов

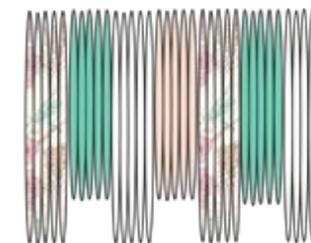


- **Поочередная развеска цветочных блоков** – блоки идут поочередно друг за другом, в одной и той же последовательности

Динамика – Изделия в профильной развеске чередуются по длине



- Если в развеске одно длинное изделие, оно будет размещаться в середине презентации



- ✓ Если в развеске несколько длинных изделий, они будут чередоваться с короткими

Внедрение ВМ в магазине. Работа с хитами продаж

Пример

Хиты продаж – это модели, с лучшими показателями продаж (больше штук, больше выручка) в своей товарной группе, по сети.

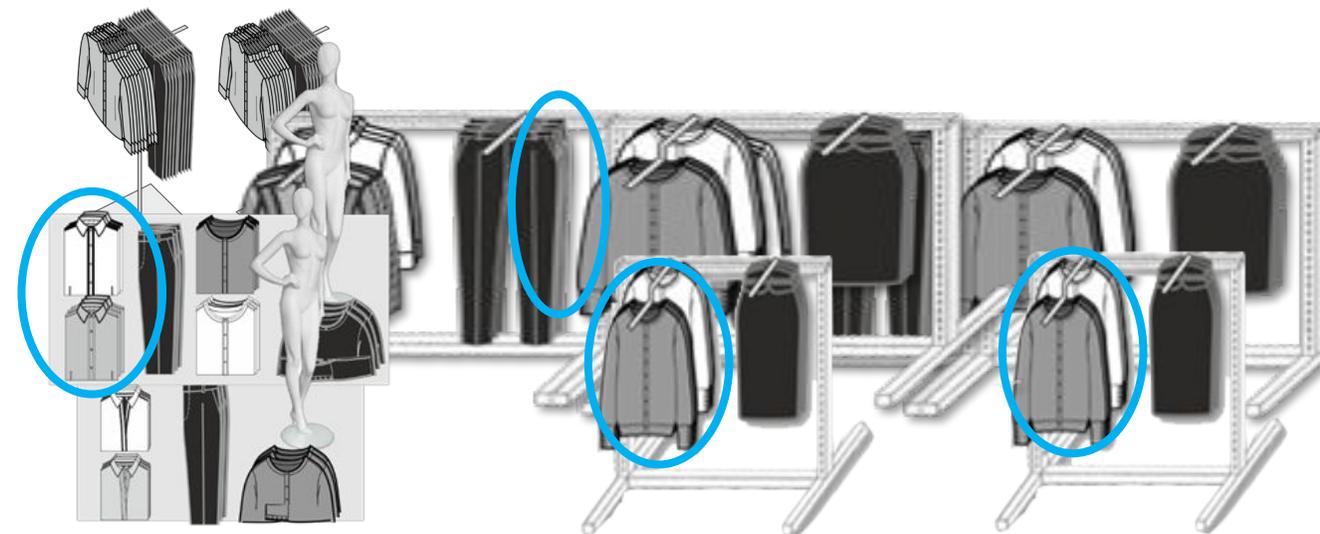
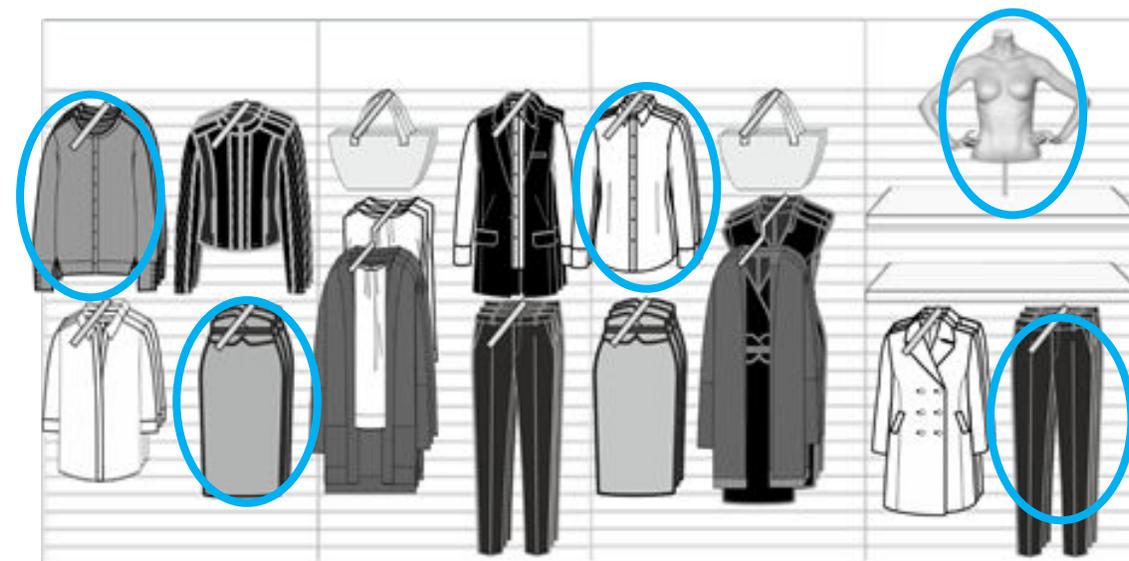
Лидером может быть как товарная группа, так и отдельные модели.

Правильная работа с лидерами продаж позволяет:

- Увеличить комплексность покупки
- Увеличить стоимость среднего чека

В торговом зале хиты продаж представляются:

- На манекенах и торсах
- На горячем оборудовании (столы, торцы, просматриваемые части гондол, верхние фронты)
- В кассовой зоне (корзины, гондолы)
- В большом количестве и хорошей подсортировке



MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

Оформление акций

АКЦИЯ – Как способ увеличения прибыли

Акция – это выгодное предложение на тот или иной товар , имеет ограниченный срок действия.

Акции привлекают внимание покупателя к определенной группе товара .

- Акция зовет покупателя в магазин
- Позволяет увеличить продажи
- Позволяет повысить комплексность покупок

В торговом зале товар по акции презентуется:

- На горячем оборудовании (столы , торцы , просматриваемые части гондол)
- В кассовой зоне (корзины, гондолы)
- В большом количестве и хорошей подсортировке
- Обязательно выделяется Pos в ТЗ и на витрине





Холодная зона магазина – это часть магазина, характеризующаяся:

- небольшой проходимостью
- меньшей просматриваемостью
- меньшей покупательской активностью.

Горячая зона магазина - часть магазина, характеризующаяся:

- максимальной проходимостью
- наилучшей просматриваемостью
- максимальной покупательской активностью.

Подчеркните ваши горячие и холодные зоны для лучшего понимания вашего торгового зала, и коммерческого потенциала в каждой зоне.

Эта информация бесценна при планировании вашего торгового зала для достижения высоких коммерческих результатов.

Горячие точки магазина и оборудования

Входная зона



А-зона отдела



Видимые стены



Стены рядом с примерочными



Проходы



Островное оборудование по магистрали



Корзины/ Кассовый узел



Лестницы



MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

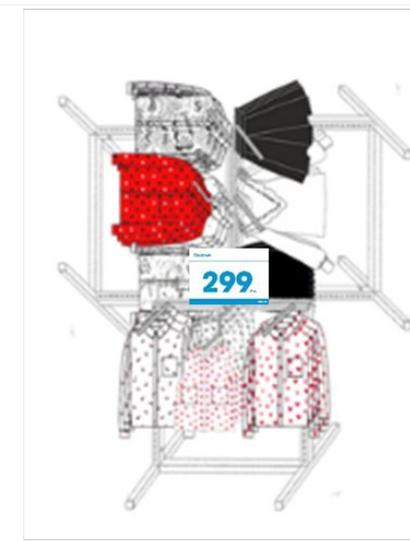
Ценовое позиционирование

	Категория цены			
	OPP (Open Price Point)- открывающая цена в категории	Volume Driver (WOW)	Товар Недели (ТН); Товар из Каталога (ТК); Товар из Рекламы (ТР)	Акции: 1+1=3, MSS
Где презентуется	<p>Свои места в капсуле (Fashion)</p> <p>Стена и напольное по ТГ (Basic)</p> <p>Столы</p> <p>Манекены и торсы</p>	<p>Столы по ТГ</p> <p>Напольное ТО по ТГ</p> <p>Стена по ТГ</p>	<p>Напольное ТО по магистрали</p> <p>Торцы</p> <p>Манекены и торсы</p> <p>На своих местах в стене (если невозможно спустить на пол)</p>	<p>Выделенная зона в отделах в течение сезона</p>
Формат ценника	<p>A7 (fashion- верхние фронты в стене, фронты по магистрали на напольном)</p> <p>A7 (Basic- верхние фронты на стене)</p> <p>A5 (торцы по одной ТГ)</p> <p>A5 Столы</p>  	<p>A7 (стена)</p> <p>A7 (напольное , каждый фронт с товаром WOW)</p> <p>A4 (торцы по одной ТГ)</p>  	<p>A7 (стена)</p> <p>A4 (торцы)</p>   	<p>A7 (фронты на стенах с выгодной ценой)</p> <p>A4</p>   
Списки	<p>OPP списки на сезон (согласно Model Store)</p>	<p>Списки VD по месяцам (по особому распоряжению)</p>	<p>Комерсанты</p>	<p>Комерсанты</p>

ОРР– модели с наименьшей ценой в своей товарной группе.

В торговом зале товары ОРР представляются:

- На верхних фронтах на стене
- На напольном оборудовании по магистрали- фронтально
- На манекенах и торсах
- В большом количестве и хорошей подсортировке
- Выделяется ценой



Презентация ассортимента ОРР

Список ОРР цен

	M18200111	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Hoody	Basic	399
	M18200043	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Hoody with Panneler	Basic	599
	M18200098	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Hoody with Panneler	Basic	599
	M18200112	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Hoody with Panneler	Basic	599
	M18200047	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Overallsuit	Basic	399
	M18200049	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Tousers	Basic	499
	M18200099	ACTIVE	Каб. 3-7 Форт Active	Tousers	Basic	499



Правильно оформленная витрина

- ✓ ОРР выделены на каждом манекене
- ✓ Верхняя цена на А4 = цене ОРР



Показаны низкие цены в отделах

- ✓ Товар ОРР выделен на стенах
- ✓ Товар ОРР выделен на ТО по магистрали



Артикула ОРР MODEL WINDOW

AW 18-19: MODEL WINDOW BIS 2018 Женские луки

Подобрать покладную по стилю обуви и аксессуаров

При отсутствии какого либо артикула заменить на аналогичный в пределах цветовой истории и стилистической гаммы

Стилизовать вывески создавая естественные складки и изгибы

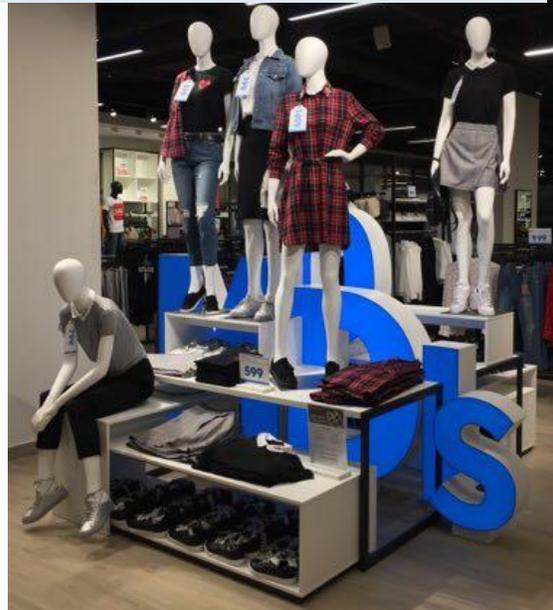


Артикула ОРР MODEL STORE

AW 18/19: BOYS 7-13 6/1 INTAKE BIS

Правильно оформленная входная зона

- ✓ ОРР выделены на каждом манекене
- ✓ ОРР ценник на самый низкий товар размещен на В3
- ✓ Биркой выделены разные категории товара



Показаны низкие цены на акцентных группах

- ✓ Товар ОРР выделен на столах и манекенах
- ✓ Товар ОРР выделен на торцах



MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

ФОТООТЧЕТ

Работа с фотоотчетами

- Работа с фотоотчетами будут осуществляться по платформе MDA
- На ресурс выложены инструкции по использованию программы: <\\co-fs02\Коммерческий бюллетень\фотоотчет\Фотоотчет 2018\RVM>



Работа с фотоотчетами

Фотоотчет выполняется еженедельно, по пятницам до 12:00

Фотоотчет включает 25-30 фотографий хорошего качества и выполненных с правильного ракурса



- Витрина (обзорное фото и точечное фото манекенов в витрине)
- Входная зона (обзорное фото+ точечное фото оборудование, которое не попало в кадр)
- Женский департамент (обзорные фото всех отделов, просматривается все оборудование)
- Мужской департамент (обзорные фото всех отделов, просматривается все оборудование)
- Детский департамент (обзорные фото всех отделов, просматривается все оборудование)
- Акции/ промо (точечные фото оборудования с акцией, просматривается, где размещено оборудование)
- Белье (обзорные фото отдела, просматривается все оборудование)
- Аксессуары и IBM (обзорные фото отдела, просматривается все оборудование)
- Кассовый узел и прикассовое оборудование (обзорное фото)

Перед фотоотчетом необходимо проверить:

- Порядок в зале (выполнены последние инструкции, стопки сложены, фронты стилизованы, бирки спрятаны)
- Товар отпарен
- Ценники расставлены
- Акции собраны и выделены соответствующем POS
- Лидеры продаж -на приоритетных местах
- Торсы и манекены оформлены
- Свет выставлен



Как сделать фото:

- Выбрать точку, с наилучшим обзором отдела
- Видно все пристенное и напольное оборудование
- В кадр попали манекены и торсы
- Для наилучшего обзора используйте стремянку



MODIS

ОДЕЖДА | ОБУВЬ | АКСЕССУАРЫ

Обучение линейного персонала

VM стандарты

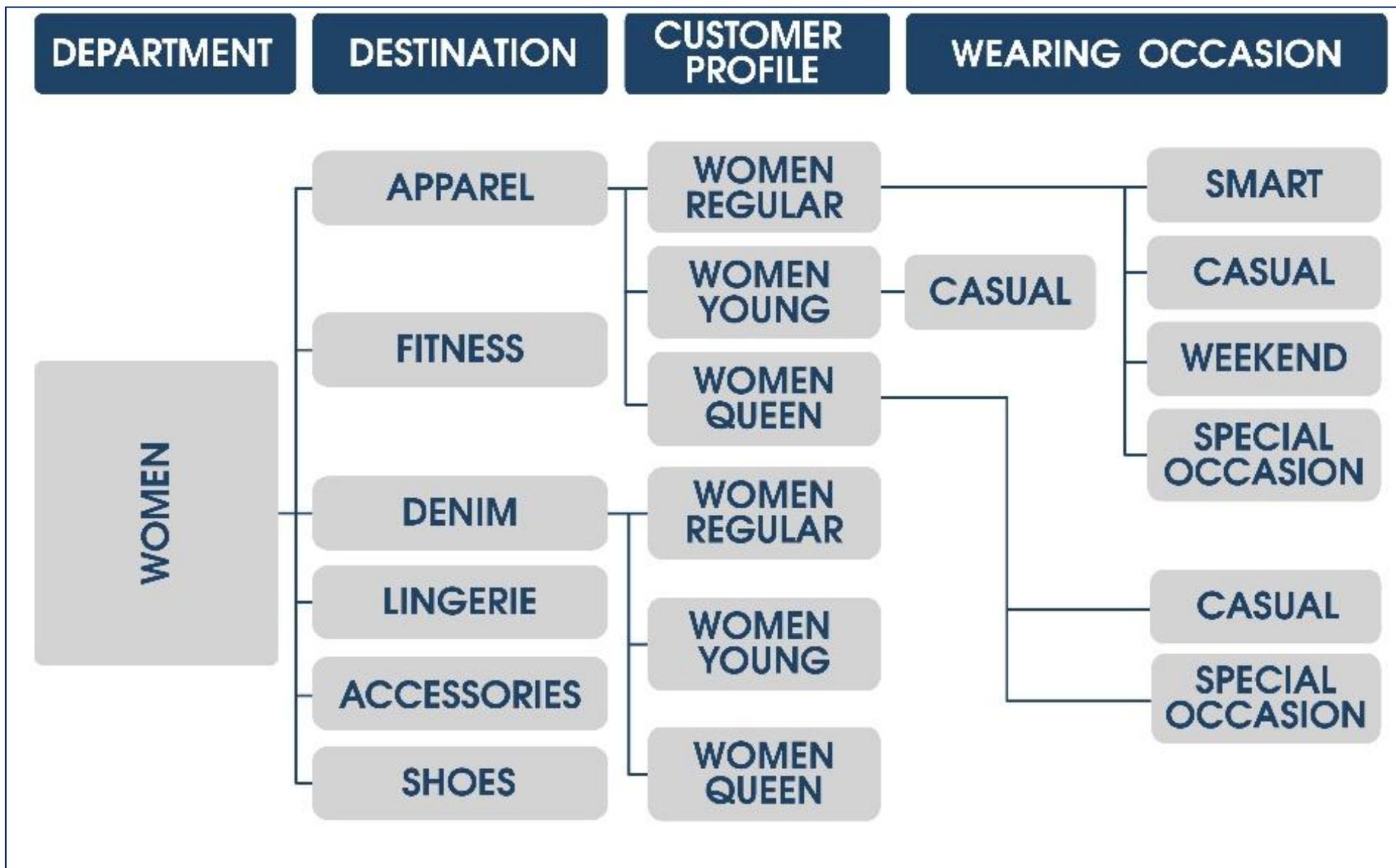
VM стандарты- основные правила по презентации товара в торговом зале.

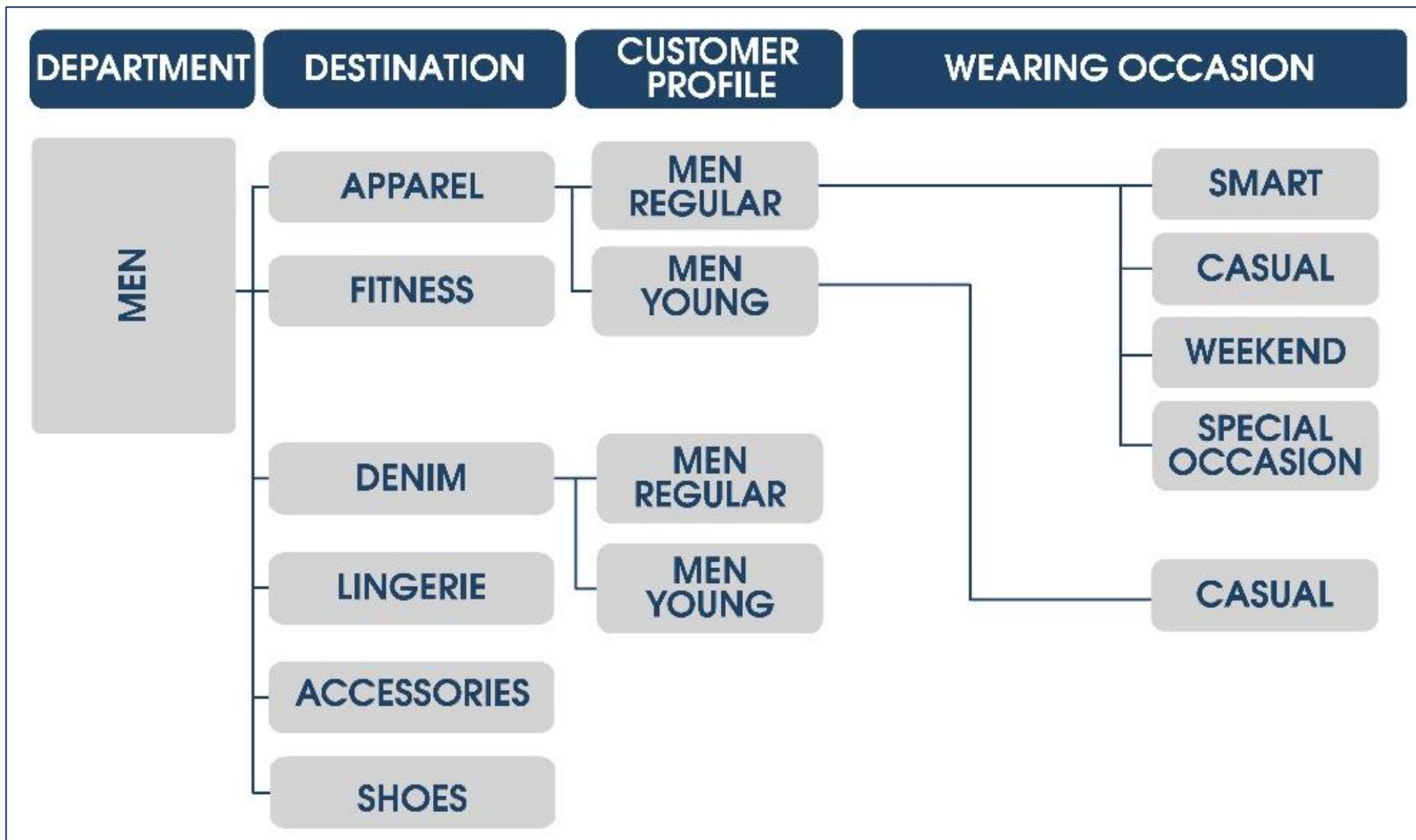
При выходе на работу новых сотрудников мерчандайзер магазина обязан ознакомить с базовыми стандартами презентации в торговом зале.



Актуальные VM стандарты находятся по ссылке:
[\\so-fs02\Коммерческий бюллетень\УКД\Инструкции 2018г\VM стандарты](#)









ИЗМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРА В ТЕЧЕНИИ СЕЗОНА НЕВОЗМОЖНЫ ИЗ-ЗА КОЛ-ВА ТОВАРА

ТОВАР ПРОИЗВОДИЛСЯ НА УКАЗАННОЕ ЧИСЛО МАГАЗИНОВ В КАЖДОМ ДЕСТИНЕЙШЕНЕ И КЛАСТЕРЕ.

ПРИ ИЗМЕНЕНИИ КЛАСТЕРА В ОДНОМ МАГАЗИНЕ ТОВАРА МОЖЕТ БЫТЬ НЕ ДОСТАТОЧНО ДЛЯ

ВСЕЙ СЕТИ ЕСЛИ КЛАСТЕР ПОВЫСИЛИ, ИЛИ ТОВАРА МОЖЕТ БЫТЬ МНОГО, ЕСЛИ КЛАСТЕР ПОНИЗИЛИ

Работа с акцентными зонами

К акцентным зонам относятся:



- Витрина (см. раздел – Витрина)
- Входная Зона
- Столы во всех отделах
- Фронты
- Торсы и манекены
- Имиджи

Правила оформления Входной Зоны:



- состоит из манекенов, кубов **(или столов)**
- состоит из женской или семейной группы манекенов
- к входной зоне так же могут относиться близ стоящие гондолы или шкафы
- привлекательные комплекты- Key Looks
- принцип – «увидел –купил»
- выкладка по принципу – комплект
- в презентации используются аксессуары
- на ВЗ используется обувь
- в период акций, возможны изменения в расстановке манекенов и выкладки ассортимента
- ВЗ должна быть хорошо подсортирована

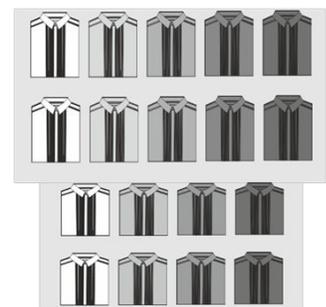
Правила оформления столов в отделах:



- стол используется как вход в отдел
- используется презентация коллекций или специальных предложений
- выкладка по принципу – комплект, либо по группе товара
- максимальная наполненность
- должна быть хорошая подсортировка
- изделия скользящей фактуры (вискоза, поли-вискоза, шифон и т.п) не используются
- остатки («единички») не используются

Работа с акцентными зонами

Правила презентации на столе BASIC:



- базовые модели в большом размерном ряду
- формат А4, высота стопок одинаковая
- максимальная наполненность, аккуратная выкладка
- одна стопка - один артикул одного цвета. **Исключение:** два артикула одного цвета (остатки);
- цветовые блоки от светлого к темному вертикально или горизонтально
- POS материалы

Правила оформления фронтов:



- сезонность
- Key Looks, хиты или ТН
- привлекательная цена
- модели с интересными принтами или декоративными элементами
- многослойность и фокус луки
- хорошие остатки и наполненность фронтальных кронштейнов
- отпаривание
- свет

Правила работы с имиджами:



- Свет
- Чередование на стене
- Приоритетность
- Сохранность материалов



Принцип оформления торсов и манекенов :

- оформление в сезонные модели Key Looks
- Total Look
- коммерческий подход
- принцип – «увидел-купил»
- хорошие остатки
- отпаривание, алармы, бирки
- размер изделий – жен (XS/S), муж (S/M), дети 3-7 (рост 104-110), дети 7-13 (рост 137-140)
- в презентации на торсах не используются поясные изделия, исключения составляют только юбки и шорты короткой длины
- белый и черный цвет на манекенах
- стайлинг.
- аксессуары
- бирки с ценой
- освещение
- Состояние манекенов и торсов
- **В случае, если в магазин не пришли модели данные в инструкции по оформлению всех акцентных зон – торсов, манекенов , фронтов, столов и ВЗ - используем выше перечисленные пункты**



Пример элементов стайлинга

*Имеют короткий срок реализации , в следствии чего презентуются на самых горячих точках магазина.
Обязательно выделение Pos-материалами как в ТЗ , так и в витрине . Рекламные ролики по ТВ и в ТЗ.*

Сезон AW
Сезон SS



BTS-кампания приуроченная к началу учебного года

MSS-межсезонная распродажа

NY-компания приуроченная наступлению нового года

SALE – сезонная распродажа

BLACK FRIDAY

Лицензионные промо компании(например STARWARS)

Презентация в зале:

- Выделенные зоны
- Столы
- Входная зона
- Витрина
- Манекены
- Обязательно Posm



MODIS

THANK YOU FOR YOUR ATTENTION!