



Стандарты мерчандайзинга

HAYAT



1. Теория мерчандайзинга:
 - Правила мерчандайзинга
2. Потребительская бумага
 - Ассортимент
 - Общие рекомендации по выкладке
 - Рекомендованная планнограмма
 - POSM - примеры
3. Детская гигиена
 - Ассортимент
 - Общие рекомендации по выкладке
 - Рекомендованная планнограмма
 - POSM - примеры
4. Рекомендации по эффективному размещению POSM



Теория мерчандайзинга

Мерчандайзинг - совокупность техник и методов представления товара в торговом зале с целью повлиять на поведение покупателя и помочь ему с выбором.

Основной инструмент
воздействия
на покупателя в торговой точке

Ассортимент

Товарный
запас

Выкладка

Оформление
полки



Теория мерчандайзинга

Ассортимент

- Контролировать наличие ассортимента на полках согласно матрице магазина, рекомендованной планнограммы HAYAT

Товарный Запас на полке

- Контролировать товарный запас на полке. В зале должен находиться достаточный товарный запас:
 - Molfix - как минимум 3-5 упаковок одной sku внутри полки
 - Tissue - как минимум 1 короб одной sku внутри полки

Выкладка

- Продукцию необходимо выставлять лицевой стороной к покупателям с изображением модели, артикула и логотипа к покупателю. Логотип на продукции должен читаться легко. Перевернутый логотип – недопустим.
- Приоритетный ассортимент должен быть представлен расширенным количеством фейсингов
- Продукцию следует выкладывать блоками согласно рекомендованной планнограмме (по цене, по брендам, по размеру упаковки)

Оформление полки

- Золотое правило шелвинга – в любой ситуации можно найти место для своего товара. Надо только научиться видеть скрытый потенциал полок
- Контролировать наличие и корректность ценников по каждой единице товара. Не использовать один ценник для всей продукции внутри единого ассортиментного ряда.
- Следить за качеством упаковки. Если есть поврежденные упаковки, их нужно поставить вглубь полки или заменить
- Размещать рекламные материалы максимально широко согласно возможностям магазина и принципам размещения



Категория ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ БУМАГА

Papia

Потому что Вы
достойны
большого!



familia
Высокое качество
по разумной цене



HAYAT

Ассортимент Туалетной бумаги Papia



4 

8 



Papier

HAYAT

Ассортимент Туалетной бумаги Papia

3
Слоя

4 

8 

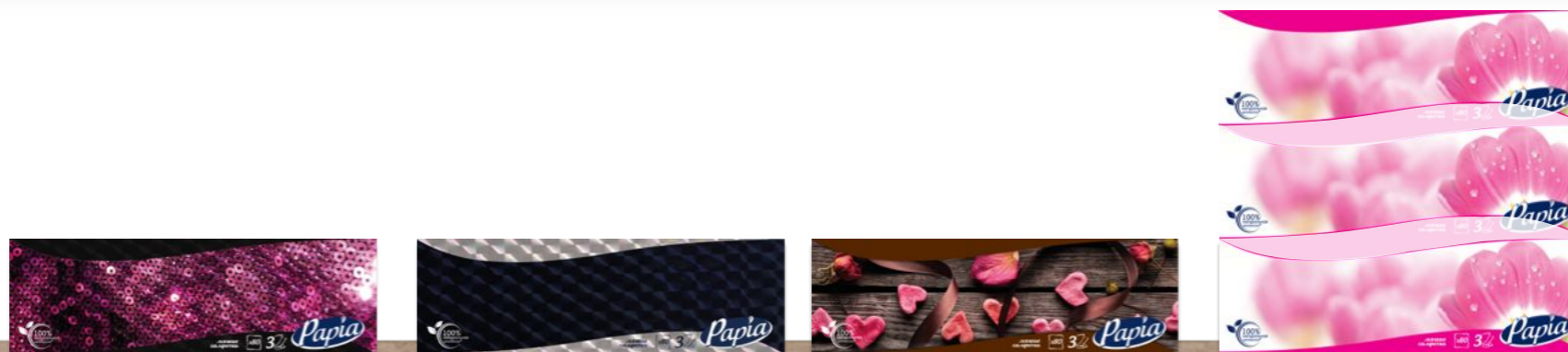
12 



Papia

HAYAT

Ассортимент Носовые платки и Столовые салфетки



Papia

HAYAT

Ассортимент Туалетной бумаги familia



4 Рулона



8 Рулонов



12 Рулонов

HAYAT

Ассортимент Носовые платки и Столовые салфетки



HAYAT

Ассортимент Туалетной бумаги и столовых салфеток familia economy



4 Рулона



8 Рулонов





Ценовая пирамида Туалетная бумага

Премиальный сегмент

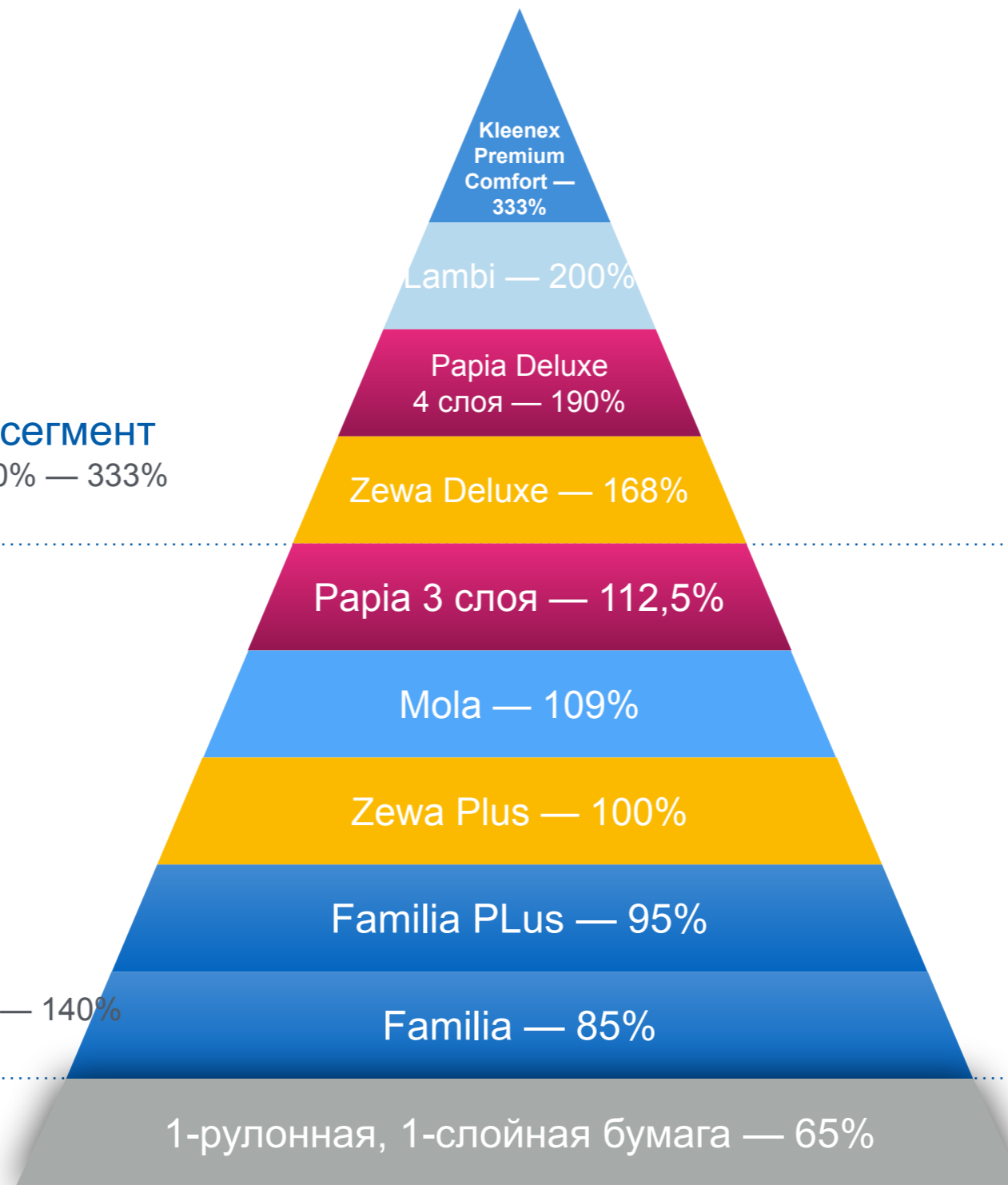
3-4 слоя – Index 140% — 333%
Доля рынка 13%

Стандартный сегмент

2 слоя – Index 80% — 140%
Доля рынка 62%

Экономичный сегмент

1 слой 1 рулон — Index 45-80%
Доля рынка 25%



Источник: AC Nielsen Июнь 2014 (объемы),
средняя цена на полке. Ценовые индексы
посчитаны относительно лидера рынка – Zewa
Plus

Общие рекомендации по выкладке Гигиеническая бумага



Выкладка – основной инструмент воздействия на покупателя в торговой точке

Выкладка товара должна отвечать потребностям покупателя:

- Хорошо читаемая полка, на которой легко найти нужный товар
- Понятная сегментация

3 ОСНОВНЫХ ТИПА ВЫКЛАДКИ:

- По цене (приоритетная для Paria и Familia)
 - Вертикальная
 - Горизонтальная
- По брендам
- По размерам упаковки (характерна только для ГМ)





Потребительская бумага Туалетная бумага и Бумажные полотенца

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЫКЛАДКИ «ПО ЦЕНЕ»

- Рекомендуется избегать выкладки по «брендам» для того, чтобы предоставить покупателю в данной категории наиболее удобный выбор продукта по главному критерию «Цена»
- Возрастание цены должно быть по ходу движения потока покупателей, покупатель «читает» полку слева направо
- Согласно ценовой стратегии упаковки Туалетной бумаги Paria и Familia должны располагаться первыми в каждом ценовом сегменте (стандартном, премиальном, суперпремиальном)
- Стандартные упаковки (4 рул для Туалетной бумаги , 2 рул для Бумажных полотенец) располагать на верхних полках и полках на уровне глаз, большие упаковки (8-12 рул для Туалетной бумаги , 4 рул для Бумажны полотенец) – на нижних полках (исключение выкладка по «Размеру упаковки»)
- Каждый бренд-блок должен начинаться с базового продукта (белый цвет/без аромата), затем выкладывается цветной/ароматизированный продукт



Выкладка по цене

Общие рекомендации по вертикальной выкладке

- Туалетную бумагу и Бумажные полотенца рекомендуется выкладывать в рамках ценового сегмента вертикальным бренд-блоком
- Согласно ценовой стратегии упаковки Туалетная бумага Paria и Familia должны располагаться первыми в каждом ценовом сегменте

Туалетная бумага										Бумажные полотенца														
Стандартный сегмент 2 слоя					Премиальный сегмент 3 слоя					Суперпремиальный сегмент 4 слоя					Стандартный сегмент			Премиальный сегмент			Суперпремиальный сегмент			
Ценовой сегмент/Бренд										Ценовой сегмент/Бренд														
4 руло на	Familia 4 рул		Familia Plus 4 рул			Paria 4 рул		Paria Deluxe 4 рул			Familia 2 рул		Paria 2 рул											
	Familia 4 рул		Familia Plus 4 рул			Paria 4 рул		Paria Deluxe 4 рул			Familia 2 рул		Paria 2 рул											
	Familia 4 рул		Familia Plus 4 рул			Paria 4 рул		Paria Deluxe 4 рул			Familia 2 рул		Paria 2 рул											
	Familia 4 рулона		Familia Plus 4 рул			Paria 4 рул		Paria Deluxe 4 рул			Familia 2 рул		Paria 2 рул											
8 руло на	Familia 8 рул		Familia Plus 8/12 рул			Paria 8/12 рул		Paria Deluxe 8 рул			Familia 4 рул		Paria 4 рул											
	Familia 8 рул		Familia Plus 8/12 рул			Paria 8/12 рул		Paria Deluxe 8 рул			Familia 4 рул		Paria 4 рул											
	Familia 8 рул		Familia Plus 8/12 рул			Paria 8/12 рул		Paria Deluxe 8 рул			Familia 4 рул		Paria 4 рул											

Формат упаковки в зависимости от уровня полки

Цена

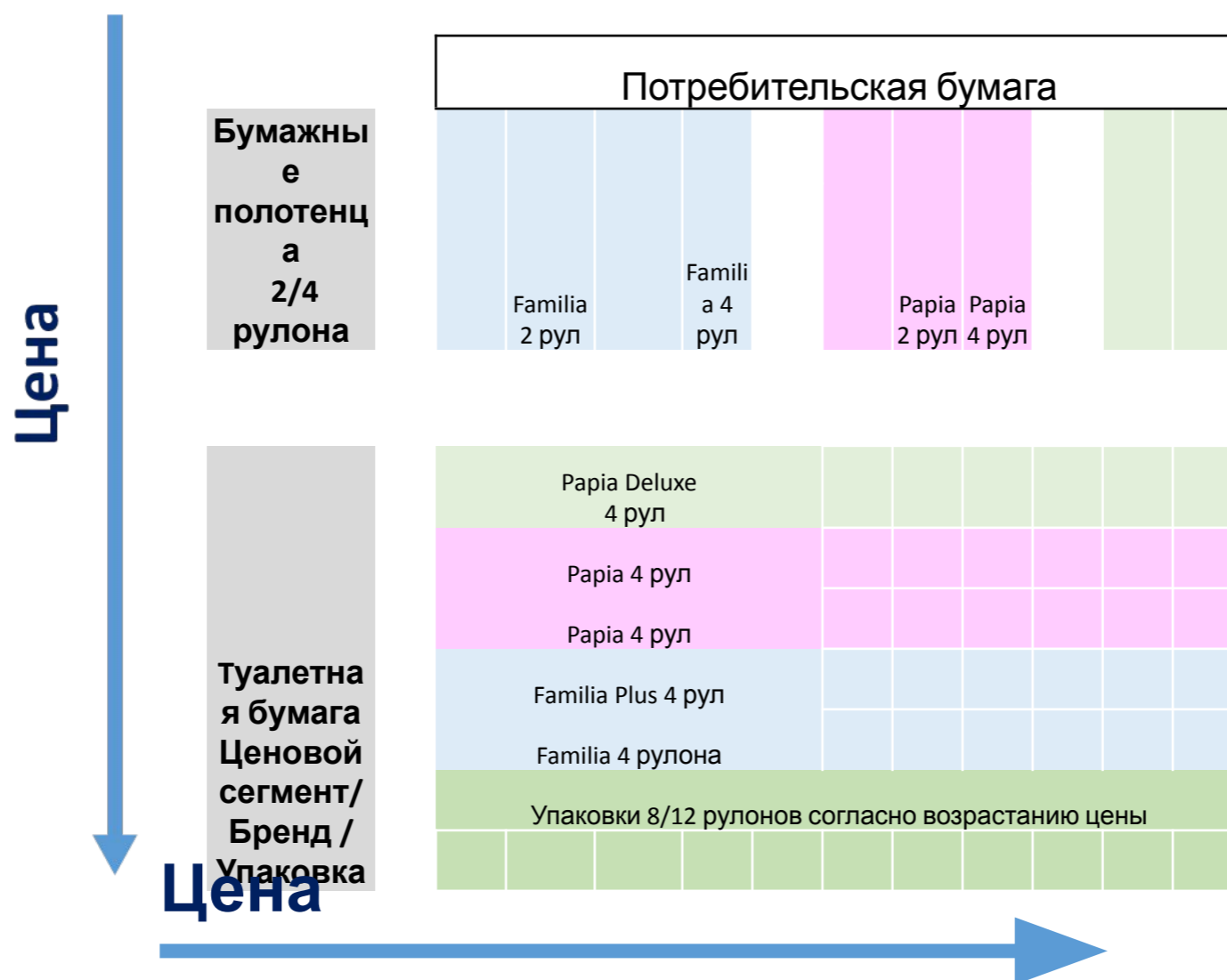




Общие рекомендации по горизонтальной выкладке

В условиях ограниченного полочного пространства возможна горизонтальная выкладка Туалетной бумаги и бумажных полотенец:

- Премиальный ассортимент Туалетной бумаги - на уровне глаз
- Недорогой ассортимент Туалетной бумаги – под премиальным ассортиментом Туалетной бумаги - Бумажные полотенца – над категорией Туалетная бумага





Рекомендованная планнограмма Туалетная бумага

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ПЛАННОГРАММА «ПО ЦЕНЕ»

Недорогой
сегмент

Премиальный
сегмент

Супер
премиальны
й
сегмент

Недорогой сегмент							Премиальный сегмент				Супер премиальный сегмент							
Private Label		Viero classic				Viero	Мягкий знак	Zewa Plus				Zewa Deluxe	Kleenex			Мягкий знак	Lambi	Kleenex
Private Label		Viero classic				Viero	Мягкий знак	Zewa Plus				Zewa Deluxe	Kleenex			Мягкий знак	Lambi	Kleenex
Private Label		Viero classic				Viero	Мягкий знак	Zewa Plus				Zewa Deluxe	Kleenex			Мягкий знак	Lambi	Kleenex
Private Label						Viero	Мягкий знак	Zewa Plus	Zewa Plus		Zewa Deluxe	Kleenex		Мягкий знак	Lambi	Kleenex		
Private Label						Viero	Мягкий знак	Zewa Plus	Zewa Plus		Zewa Deluxe	Kleenex		Мягкий знак	Lambi	Kleenex		



Рекомендованная планнограмма Бумажные бумага

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ПЛАННОГРАММА «ПО ЦЕНЕ»



Недорогой сегмент
Премиальный сегмент
Суперпремиальный сегмент



Рекомендованная планнограмма Носовые платки и Столовые салфетки

Платочки в картонных упаковках

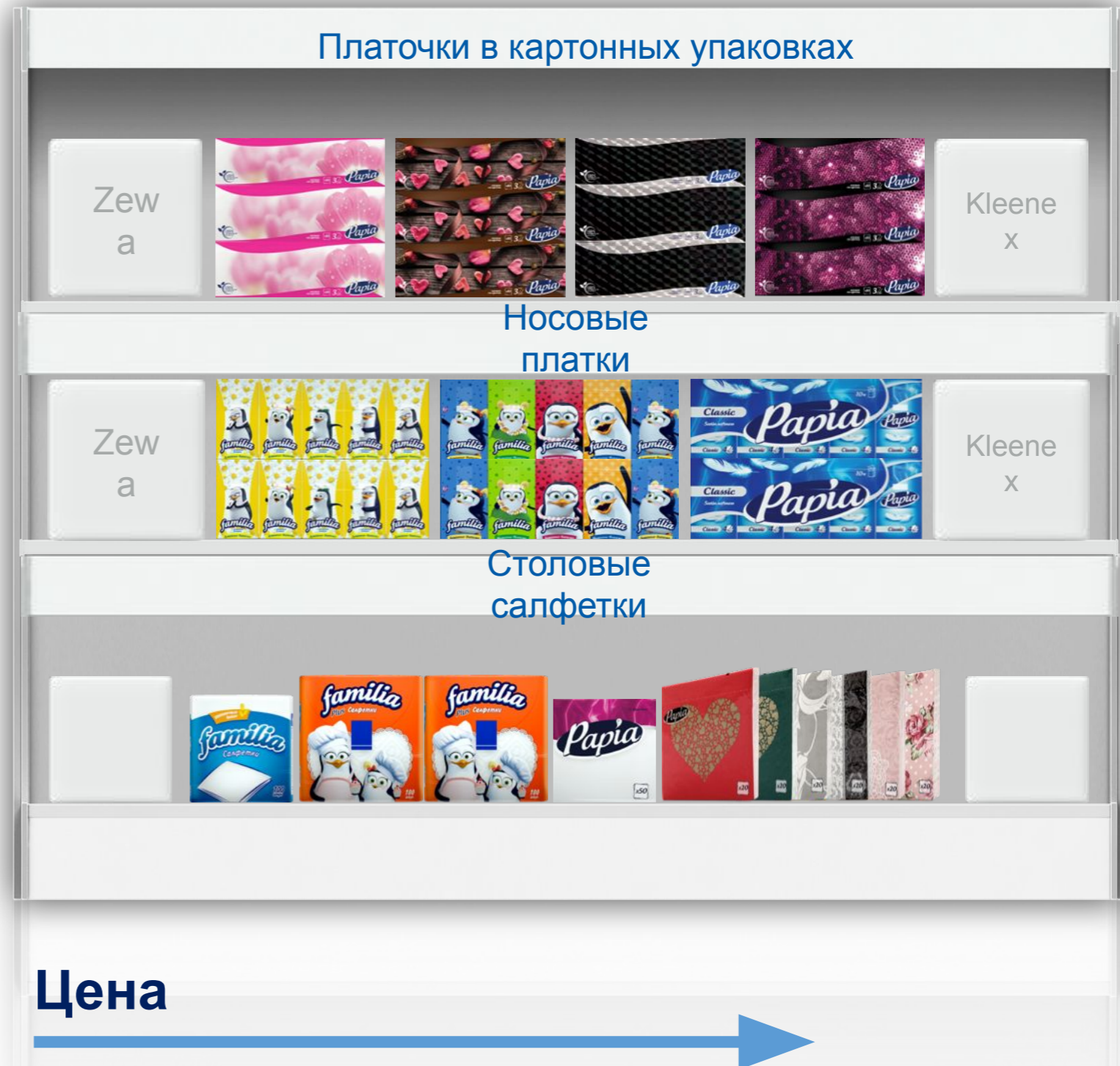
- Платочки в картонных упаковках выкладываются отдельным блоком

Носовые платки

- Носовые платки необходимо выкладывать на уровне глаз, одним бренд-блоком.
- Каждое наименование должно быть выложено в несколько фейсингов
- Выкладка начинается с упаковок без аромата, затем следует выкладывать ароматизированный продукт

Столовые салфетки

- Столовые салфетки необходимо выкладываются отдельным бренд-блоком, желательно на уровне глаз согласно возрастанию цены за упаковку
- Выкладка начинается с белого продукта, затем следует выкладывать декорированные салфетки



HAYAT

ПОСМ –

примеры

Раріа

Гофра
обмотка



Воббле
р



Ценни
к



Шелфстопп
ер



Шелфтокер



Шелфстопп
ер



Коробка



Шелфстикер



HAyat

POSМ – примеры familia

Гофра
обмотка



Воббле
р



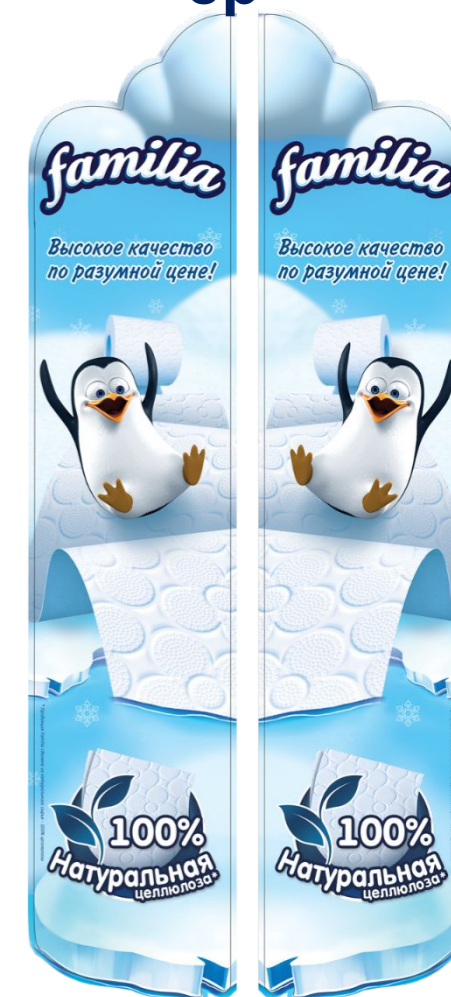
Ценни
к



Коробка



Шелфстопп
ер



Шелф стикер



Категория ДЕТСКАЯ ГИГИЕНА



Ассортимент Подгузники Molfix

The image displays seven packages of Molfix diapers, each with a corresponding size indicator and quantity options. The packages are arranged in two rows. Each package features the Molfix logo, a baby's face, and the 'COMFORTIX' logo. The size indicators are in colored circles, and the quantity options are in colored bars below each package.

Size	Weight Range	Standard Pack	Deluxe Pack (Джамбо)	Giga Pack
1	2-5 кг	44 шт.	44 шт.	44 шт.
2	3-6 кг	27 шт.	80 шт.	27 шт.
3	4-9 кг	20 шт.	68 шт.	90 шт.
4	7-14 кг	18 шт.	60 шт.	80 шт.
4+	9-16 кг	54 шт.	70 шт.	54 шт.
5	11-18 кг	44 шт.	58 шт.	44 шт.
6	15+ кг	36 шт.	36 шт.	36 шт.

HAYAT

Влажные салфетки и одноразовые пеленки



- ✓ Не содержат спирта
- ✓ Не содержат парабенов
- ✓ Не содержат мыла



Hypoallergenic Formula

pH 5.5

60x60 см.

Мягкий впитывающий внешний слой

Непромокаемый нижний слой



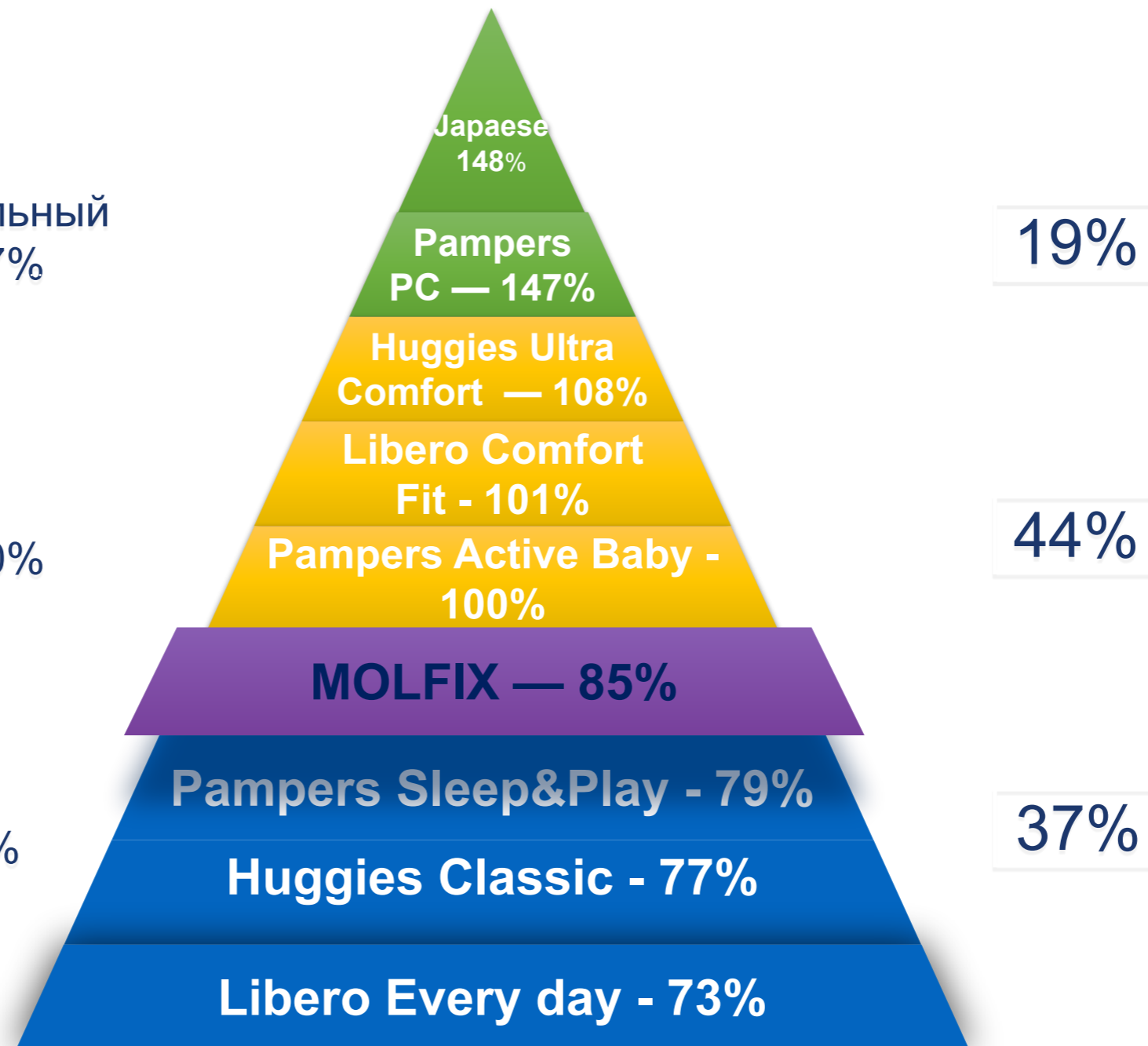
Красочный дизайн



Суперпремиальный
сегмент — 147%

Премиальный
сегмент — 100%

Недорогой
сегмент — 79%





ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ

2 ОСНОВНЫХ ТИПА ВЫКЛАДКИ:

- По брендам (приоритетная для Molfix)
- По цене

ПОКУПАТЕЛИ СЕГМЕНТИРУЮТ КАТЕГОРИЮ НА 3 ГРУППЫ:

- Подгузники для новорожденных (в ассортименте Molfix)
- Подгузники (в ассортименте Molfix)
- Подгузники-трусики



выкладке Детская гигиена

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ

- Рекомендуется выкладывать Molfix вертикальным бренд-блоком
- Наилучший вариант – выкладка Molfix между Pampers и Huggies
- Размеры подгузников выложены по возрастанию слева направо
- Маленькие упаковки должны располагаться на верхних/средних полках – на уровне глаз покупателя
- Джамбо-/Гига-упаковки должны располагаться на нижних полках
- Molfix Newborn и Mini должны быть выложены увеличенным количеством фейсингов





Дополнительные фейсинги Детская гигиена

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФЕЙСИНГИ

- Если на полке остается место, выставляются дополнительные фейсинги по следующему приоритету:
 - Newborn – Mini – Maxi –Maxi+
- При ограниченном полочном пространстве допускается выкладка упаковок торцами:
 - Если приходится выкладывать торцами, в первую очередь выкладываются большие упаковки
 - Хотя бы один формат упаковок ассортимента должен быть выложен лицом



Общие рекомендации по выкладке

ИДЕАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА ПОДГУЗНИКОВ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Принципы выкладки

Подгузники для новорожденных

Размер | Бренд

Newborn | Mini
Маленькие

Newborn | Mini
Маленькие

Newborn | Mini
Маленькие

Открытые подгузники

Бренд | Ценовой сегмент | Размер

Маленькие

Маленькие

Маленькие

Джамбо | Гига

Джамбо | Гига

Формат упаковки в зависимости от уровня полки



Рекомендованная планнограмма Подгузники

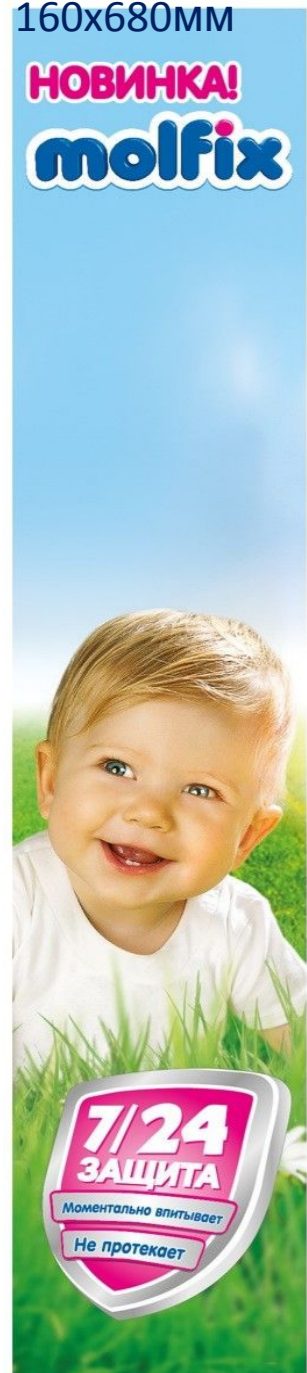
РЕКОМЕНДОВАННАЯ ПЛАННОГРАММА «ПО БРЕНДАМ»

Huggies	Huggies										Pampers	Pampers	
Huggies	Huggies										Pampers	Pampers	
Huggies	Huggies											Pampers	Pampers
Huggies	Huggies											Pampers	Pampers



Шелфстоппер

160x180мм
160x680мм



Демонстратор

233ммx345мм



233ммx379мм



Стопер на упаковку

194ммx114мм



Воблер

167ммx114мм



Гофра

47,5 * 49,5 cm



Шелвер стикер

Шелвер

Шелвер

уголок



HAYAT

ПОСМ –

примеры

Molfix



Паллетный
короб
80x120x80

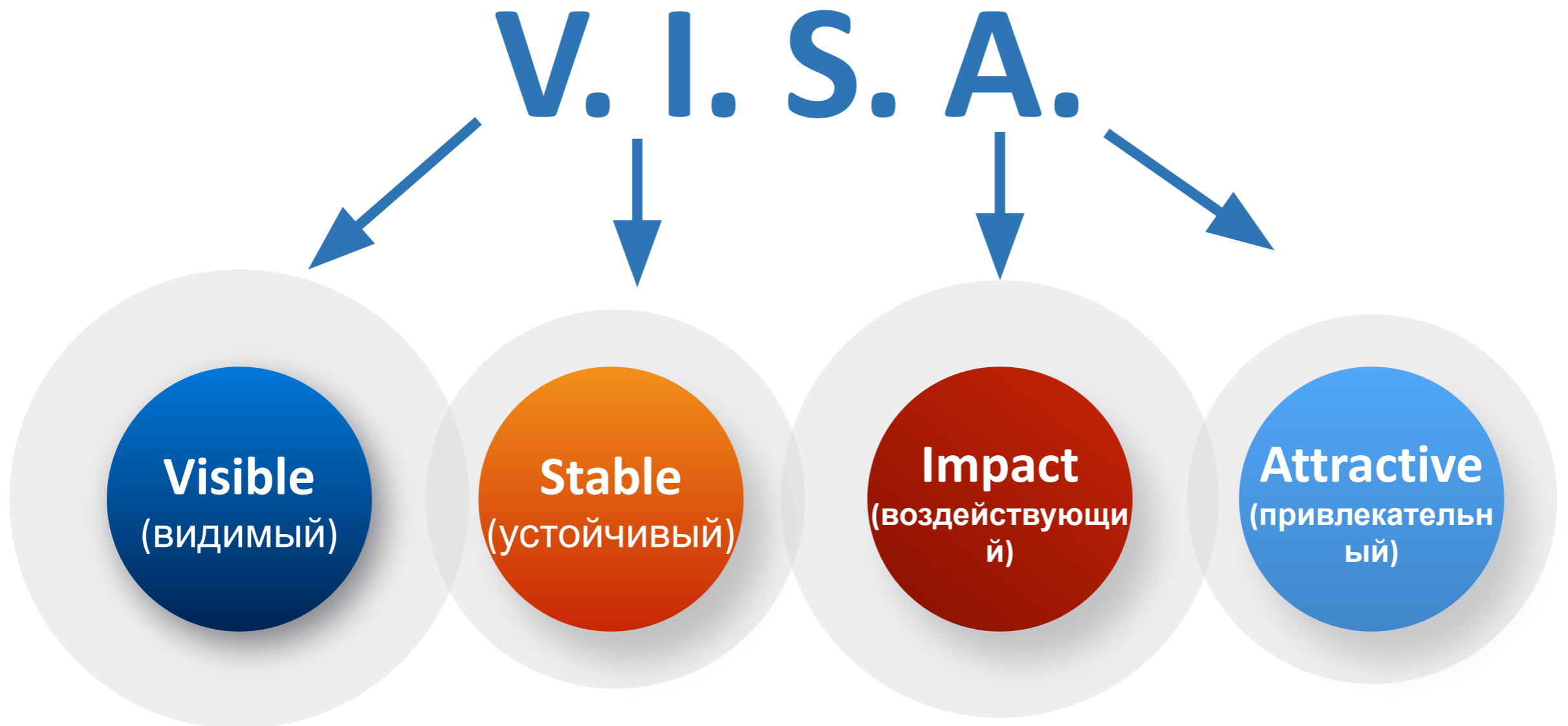


Рекомендации по эффективному размещению POSM Molfix



Рекомендации по эффективному размещению POSM

Принципы правильной установки POSM в магазине





Рекомендации по эффективному размещению POSM

Visible (ВИДИМЫЙ)

- Материал расположен на хорошо просматриваемом месте (мин расстояние 2,5-3 метра)
- Находится в непосредственной близости к соответствующему продукту NAYAT
- Ничто не мешает хорошему просмотру в любой момент времени (посторонние предметы, ценники, сам продукт)
- Надписи легко прочесть, картинки видны

Stable (УСТОЙЧИВЫЙ)

- Материал установлен на ровную поверхность и места достаточно для правильной установки
- Материал не мешает движению покупателей и покупке продукции
- Материал надежно закреплен и нет риска, что его без усилия сместят или он упадет под весом



Рекомендации по эффективному размещению POSM



- Материал расположен на пути следования покупателя, на уровне его взгляда (Золотая полка, торцы, большое пятно, дублирование)
- Нагромождения POSMами отвлекает внимание от самой продукции



- Рекламные материалы должны быть чистыми и привлекательными. Старые и повреждённые материалы рязный POSM – негативный имидж бренда
- Внешний вид не поврежден – сколы, царапины, заломы, трещины отсутствуют, материал не залеплен ценниками, не испачкан
- Цвет соответствует первоначальному (не выцвел на солнечном цвете)



Рекомендации по эффективному размещению POSM

Размещение POSM по каналам магазинов

Тип POSM	HM/C&C/S M A	SM B	Discounter/Convenience	Druggery	Baby chains	Pharma
Демонстратор Newborn, 23cmx34cm 4th diaper size, 24cmx37cm	•	•			•	•
Стоппер	•	•	•	•	•	•
Вобблер	•	•	•	•	•	•
Шелфстоппер 16cmx18cm	•	•		•	•	
Шелфстоппер 16cm x B 68cm	•				•	
Гофра обмотка 47,5 * 49,5 cm	•				•	

НАУАТ

POSM

Демонстратор

Демонстратор

233ммх345мм

233ммх379мм



НАЗНАЧЕН

ИЕ

дисплей, используемый для демонстрации продукции и качества товара в местах продаж, привлечения внимания потенциальных потребителей к продукции в торговых залах

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Располагать только на месте продажи, непосредственно около рекламируемой продукции
2. Важно учитывать размер подгузников при размещении демонстраторов:
 - Желтый – для подгузников размера New Born
 - Фиолетовый – для подгузников размера Maxi (4 размер)
3. Размещать на уровне полки с продукцией НАУАТ
4. Для демонстрантов есть специальные ленточки для крепления в тон: желтый и фиолетовый. Использовать соответственно желтый-желтый, фиолетовый-фиолетовый
5. Рекомендации по замене подгузника 1 раз в 2 недели. Подгузник не должен быть рваным, грязным и тд

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

ПРАВ
ИЛЬН
О

POSM

НЕ

ПРАВИ
ЛЬНО

демонстратор расположен рядом с
подгузниками другого бренда





HAYAT

POSM

Стоппер на упаковку

Стоппер на
упаковку

194мм X114мм



НАЗНАЧЕН

ИЕ

Пластиковый носитель (стоппер на упаковку) предназначен для фиксации взгляда покупателя на себе и к продукту является разграничителем ассортиментного ряда на полке в торговой точке.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Располагать только на месте продажи, непосредственно на рекламируемую продукцию
2. Размещать на каждом фейсинге внизу сбоку слева, не загораживая штрих-код (бар код) и информацию о производителе
3. В случае нестандартной полки (с выступами) стоппер можно разместить сверху сбоку слева

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

POSM

**ПРАВ
ИЛЬН**

О Выступ у полки,
разместить
стоппер сверху
сбоку



Демонстратор
закрывает
продукт, а так же
информацию о
нем

НЕ

ПРАВИ





Гофра обмотка



POSM Гофра обмотка

НАЗНАЧЕН ИЕ

рекламный материал для выделения вторичной выкладки в торговой точки и привлечения внимания к бренду и продукту

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Размещается по периметру паллеты в один или два ряда или для оформления торгового оборудования в торговых точках
2. Гофра должна быть обрезана и скреплена аккуратно
3. Размещение на гофре дополнительной информации (ценники, акции) не должно загромождать бренд, информацию о продукте

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

POSM

**ПРАВ
ИЛЬН**

О



**НЕ
ПРАВИ
ЛЬНО**
на гофре
закрит
Бренд



The logo for NAYAT, featuring the word "NAYAT" in a bold, blue, sans-serif font. The text is centered between two horizontal white lines, which are themselves between two red horizontal bands. The entire logo is set against a white background that is part of a red ribbon-like shape.

POSM Вобблер

Воббле

п



НАЗНАЧЕН ИЕ

Картонный носитель на прозрачной ножке, которая одной стороной крепится к полке или витрине, предназначен для привлечения внимания покупателей к продукции компании

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Располагать только на месте продажи, непосредственно около рекламируемой продукции, в начале и в конце категории
2. Размещать на месте крепления ценников, не закрывая при этом информацию о продукте, цене
3. При большом количестве POSM в категории, Вобблер размещать только 1 на 3 пачки предпочтительно по середине

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

РОСМ
ПРАВ
ИЛЬН
О





POSM

Шелфстоппер

Шелфстоппер

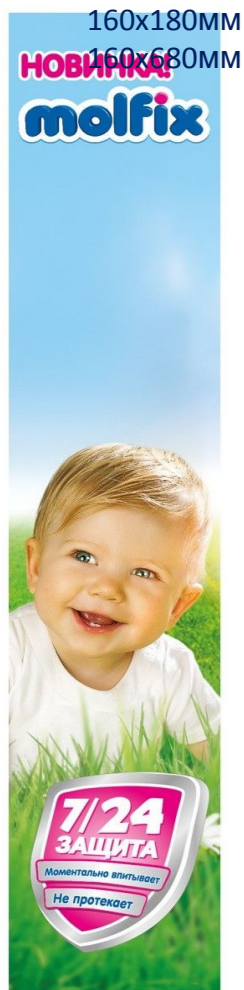
НАЗНАЧЕН

ИЕ рекламное изделие для визуального определения места выкладки. Шелфстоппер крепится перпендикулярно к полке, на которой находится рекламируемый товар, немного выступая в проход. Таким образом этот вид печатной продукции помогает при выкладке товара, а также облегчает жизнь клиентам в поисках необходимой покупки.

Обеспечивает простую навигацию в категории

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Располагать на уровне глаз перпендикулярно к полке сбоку, выделяя продукцию в категории
2. НЕ размещать шелфстоппер ниже талии
3. Два вида размеров шелфстопперов 160x180 мм и 160x680 мм. В зависимости от количества занимаемых полок продукции НАУАТ использовать соответствующий размер шелфстопера
4. Крепление крокодильчик – 2 крокодильчика для 160x680 мм, 1 крокодильчик для 160x180 мм



ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

ПРАВ
ИПЪН

POSM

НЕ

нелзя размещать шелфстоппер на уровне ног (нелзя «пинать» Бренд, изображение людей)

ПРАВИ
ЛЬНО



POSM Placement. Shelf-talker



Shelf-talker 20cmx3 cm



НАЗНАЧЕНИЕ

Картонный носитель, служащий для выделения товара на полке

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ

1. Располагается только на месте продажи, непосредственно около рекламируемой продукции, в начале и конце категории

Shelf-talker 20cmx3 cm

