



Информация для тренинга промо-персонала

***по проекту: «Tuborg Color Caps»
для бренда «Tuborg Green»***

О пивоваренной компании «Балтика»



- Основана в Санкт-Петербурге в 1990 году
- С 1996 года ПК «Балтика» является №1 на Российском рынке пива
- С 2008 года компания является значительной частью Carlsberg Group и ее региона Восточная Европа
- Компания уделяет особое внимание вопросам качества: на всех заводах компании установлено современное оборудование, внедрены передовые системы менеджмента качества, для производства продукции используется только лучшее сырье
- Широкий портфель брендов Компании позволяет удовлетворить самый взыскательный вкус. Помимо ключевого бренда «Балтика», производится более 30 марок пива, таких как «Арсенальное», «Невское», «Ярпиво», Tuborg, Carlsberg, Holsten, Kronenbourg 1664, Grimbergen, Warstainer и 10 непивных брендов
- Бренд «Балтика» занимает первое место по продажам в Европе (по данным агентства Euromonitor 2013) и входит в десятку самых дорогих брендов России. Различные сорта этого бренда производятся по лицензии в странах СНГ и дальнего зарубежья
- Бренды Компании являются обладателями более 650 российских и международных наград профессиональных и потребительских конкурсов



- Для потребителей продукции пивоваренной компании «Балтика» круглосуточно работает горячая линия, по которой возможно узнать всю информацию о продукции и акциях. Звонок на горячую линию бесплатный по всей территории России.
- Телефон горячей линии расположен на упаковках **всей продукции** пивоваренной компании «Балтика».
- **Если персонал не можете ответить на какой-либо вопрос потребителя, необходимо предложить позвонить на «горячую линию» ПК «Балтика».**
- Говорить покупателям придуманную или заведомо ложную информацию недопустим!

8-800-333-33-03

Целевая аудитория



- Целевая аудитория пивных брендов, выпускаемых пивоваренной компанией «Балтика» **старше 18-ти лет**
- Во время работы в торговых точках промоперсоналу необходимо самостоятельно оценивать возраст потенциального участника акции и, в случае возникновения сомнений, просить предъявить документ, подтверждающий возраст
- **Основные документы для проверки возраста участника акции:**
 - Паспорт
 - Водительское удостоверение
 - Паспорт моряка (удостоверение личности моряка)
 - Удостоверение личности военнослужащего или военный билет гражданина РФ
- Вступать в коммуникацию с детьми, либо взрослыми, рядом с которыми присутствует ребенок, промоперсоналу **строго запрещено!**





- **Если в акции хочет принять участие потребитель, возраст которого визуально составляет менее 18 лет, то необходимо:**

Сообщить о том, что акция рассчитана на покупателей, которым больше 18 лет.
Промоутер: «Вам есть 18 лет?»

В случае ответа да: «По законодательству РФ участвовать в акции могут только лица, достигшие 18 лет».

В случае, если покупатель настаивает на участии в акции, но визуально ему явно меньше 18 лет, промоутер очень вежливо просит показать документ, удостоверяющий личность, в котором указан возраст.

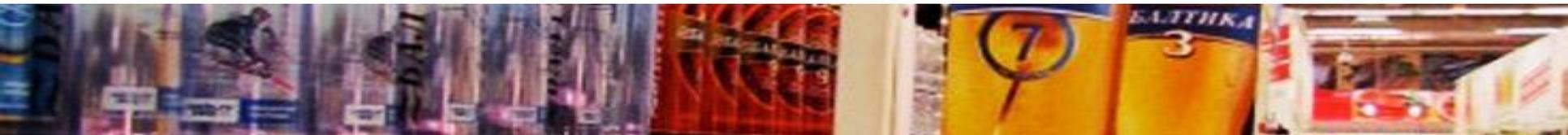
«По законодательству РФ участвовать в акции могут только лица, достигшие 18 лет. Предъявите, пожалуйста, паспорт или другой документ для подтверждения возраста».

**В АКЦИИ ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ ТОЛЬКО ЛИЦА
СТАРШЕ 18 ЛЕТ!**

Продукция в торговой точке



- На протяжении всей работы промокоманды в торговой точке на полке **должен обязательно присутствовать** промоутируемый продукт
- В случае отсутствия промоутируемого продукта или его недостаточного количества для работы, **необходимо заблаговременно проинформировать представителя агентства** (агентство информирует компанию Балтика)
- Для успешного старта работы в торговой точке до начала рабочего дня проверить наличие продукта на полках, сообщить об остатках продукта представителю агентства
- При небольших остатках продукта на полке: найти мерчендайзера/торгового представителя ПК «Балтика», либо руководителя алкогольного отдела торговой точки и попросить сделать дополнительную выкладку



Документы для работы в торговых точках



- Необходимо иметь:
 - Паспорт или справка его заменяющая от УФМС (в случае отсутствия паспорта);
 - Действующая медицинская книжка с необходимым количеством заключений от медицинской комиссии;
 - Пакет документов, запрашиваемый со стороны сети (заявка в ТТ)
- Представитель агентства должен провести проверку документов всего промоперсонала заблаговременно и, если потребуется, сообщить промоутерам о просроченных или недостающих анализах в медицинской книжке.



Основные задачи промоутера



- Задача номер один для промоутера, работающего на промо-акции – сделать продвигаемый продукт ближе к потребителю.
- Вторая задача номер один для промоутера – это, в конечном счете, увеличить продажи продвигаемого продукта.
- Промоутер всегда работает с целевым клиентом (представителем целевой аудитории) и отдает ей все внимание. Целевой клиент – цель общения.
- Использование личных местоимений позволит потребителям почувствовать, что промоутер заботится именно о его интересах. Фразы без личного обращения звучат формально и безлико, это резко снижает их эффективность. Лучше не употреблять отрицания и частицу «не» («не хотите ли...»; «не знаете ли...» и т.д.)
- Монотонный голос – враг промоутера. При общении с покупателем, желательно использовать жесты, мимику и голос - говорить эмоционально. Но и от чрезмерно эмоционального промоутера покупатель будет рад поскорее «отделаться». Важно найти золотую середину.
- Если покупатель не готов выслушать промоутера, то следует, извинившись, отойти.
- **ЗАПРЕЩЕНО** произносить названия конкурирующих фирм. Нельзя критиковать и сравнивать продукцию конкурентов, особенно если покупатель приобретает именно ее. Реакция покупателя окажется негативной, потому что тем самым промоутер может поставить под сомнение правильность его выбора.

Отчетные формы для промоперсонала



- При работе в торговой точке у промоперсонала обязательно должны присутствовать отчетные формы для корректного отражения хода акции в течение рабочего дня.
- В отчетных формах **обязательно должна фиксироваться** вся отмеченная в форме информация, включая комментарии участников об акции и промоутируемой продукции.
- Отчет по чекам: передача приза осуществляется строго путем предъявления чеков от потребителей. В случае если покупатель отказывается отдавать чек по тем или иным причинам, промоутер заносит в отчетную форму данные по чеку (номер и дата чека). Все остальные чеки подтверждающие покупку пива Tuborg Green промоутеры собирают и хранят до окончания акции.
- **Также на руках у промоутеров дополнительно должны находиться:**
 - лист аудита (не менее 2 экз. в одной ТТ, заполняется со стороны Клиента и представителя агентства при проверке работы промокоманды)
 - лист визита промоутера (в данном отчете необходимо проставить время прихода/ухода и печать на посту охраны, либо пробить нулевой чек и прикрепить его)
 - инструкция промоутера

Внешний вид промоперсонала



- Промоутер, находясь на рабочем месте, является лицом Компании и продукта, которой он продвигает, на внешний вид необходимо обращать особенно пристальное внимание.
- Промоутер обязан соблюдать установленные требования к внешнему виду, всегда быть опрятным. Чистые и аккуратно уложенные волосы. Чистая закрытая обувь. У девушек – нейтральный маникюр и минимум украшений.
- Промоутер несет материальную ответственность за выданную ему промоформу и промоматериалы.
- Если в течение работы форма испачкалась – после работы ее необходимо привести в порядок.
- В случае замены промоформа обязательно передается представителю агентства. При болезни или невозможности подъехать в рабочую точку / в офис агентства, в любом случае необходимо найти возможность передать форму и согласовать это с представителем агентства.



Промоперсоналу строго запрещено



- Самовольно менять место, механику и время работы
- Работать без промоформы или с ее нарушением
- Нарушать или не точно соблюдать утвержденную отчетность, фальсифицировать отчетные данные
- Потреблять рекламируемую продукцию и присваивать рекламные материалы
- Участвовать в других промоакциях, проходящих рядом с местом работы
- Курить, употреблять пищу и напитки на рабочем месте и вне специально оборудованных для этих целей служебных помещениях
- Во время работы вести посторонние разговоры, читать книжки, слушать плеер, использовать мобильный телефон в личных целях
- Вступать в конфликт с покупателями, администрацией торговой точки и просто окружающими людьми
- Разглашать любую информацию кому бы то ни было о Клиенте, специфике акции, давать свой телефон посторонним лицам и т.п.



Информация об акции



- **Бренд:** «Tuborg Green»
- **Название акции:** «Tuborg Color Caps»
- **Целевая аудитория:**
 - В акции принимают участие ТОЛЬКО лица старше 18 лет.
 - мужчины, женщины 18-24 года, с доходом средним и выше среднего.
- **Продукция, участвующая в Акции:**
 - «Tuborg Green» - бутылка 0,5л.
 - «Tuborg Green» - банка 0,5л.



Информация об акции



- **Механика акции:** ПЗП с элементами интерактива

В период проведения акции при покупке двух бутылок или банок пива «Tuborg Green» объемом 0,5л. и участия в интерактивной механике потребитель может получить в подарок бокал.

Интерактив: представителю ЦА предлагается вытянуть из лототрона пробку определенного цвета. Далее участник открывает крышку того же цвета на стойке, где располагается приз.

В качестве приза участники получают бокал (бокал имеет 5 вариантов дизайна).

- **География:** 10 городов
 - Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Волгоград, Саратов, Нижний Новгород, Сочи, Краснодар, Тольятти
- **График работ:** 01.07-02.07.16, с 08.07-09.07.16, с 15.07-16.07.16
- **Часы работы промокоманды:**
 - пт с 17.00 до 21.00, сб с 13.00 до 17.00

Информация об акции



Оборудование и материалы:

- промо-форма;
- промо-зона:
 - ▶ интерактивная стойка
 - ▶ лототрон + цветные крышки (по 6 шт. каждого из 5 цветов)
 - ▶ газон
 - ▶ столбики с фотографиями (35 фото на каждую промо-зону) + цветные прищепки
 - ▶ пиво Туборг для декорации стойки (42 бут. на каждую стойку)
- призы:
 - ▶ бокал Tuborg (5 вариантов дизайна)



Информация об акции



Промоформа:

- комбинезон с шортами
- футболка
- кепка с прямым козырьком
- белые кроссовки или белые мокасины - собственность промоутера.





- **Промоутер №1 (в торговом зале): обращается к ЦА и потребителям, выбирающим продукцию конкурентов.**

- Привет!

Сегодня при покупке 2 банок или бутылок пива Tuborg ты получаешь гарантированный подарок – бокал с яркими эмоциями Tuborg! А какая тебе попадет эмоция ты узнаешь только участвуя в интерактиве. Готов сделать шаг навстречу ярким эмоциям вместе с Tuborg?

- При отрицательной реакции потребителя:

«Извини, хорошего тебе дня/ вечера!»

- При положительной реакции потребителя:

- Пройти задание и получить подарок Ты можешь у нашей стойки, в зоне за кассами (промоутер рассказывает, где находится промо-стойка и если потребуется, дополнительную информацию о продукте.)

- Наслаждайся ярким вкусом Tuborg. Хорошего настроения и позитивного дня/вечера!



- **Промоутер №2 (в закассовой зоне у стойки):**

Вариант №1: Для потребителей, которые подходят и уже знают информацию об акции:

- Привет!

Потребитель подходит с покупкой и чеком к промо-стойке (после проверки чека, промоутер проводит интерактив):

Готов сделать шаг навстречу ярким эмоциям вместе с Tuborg?

Все самые захватывающие моменты происходят спонтанно, и сегодня Tuborg предлагает тебе узнать что тебя ждет. Выбери цвет своего настроения в лототроне.

Каждый цвет – это территория позитива!

(Участник вытягивает пробку из лототрона)

Твой цвет *цвет пробки участника* - открывай крышку того же цвета и узнаешь какая эмоция тебя ждет!

(Участник вытягивает крышку из лототрона)

Наслаждайся ярким вкусом Tuborg. Хорошего настроения и позитивного дня/вечера!



- **Промоутер №2 (в закассовой зоне у стойки):**

Вариант №2: для потребителей, которые заинтересовались акцией, войдя в магазин, и еще не были в торговом зале:

- Привет!

Сегодня при покупке 2 банок или бутылок пива Tuborg ты получаешь гарантированный подарок – бокал с яркими эмоциями Tuborg! А какая тебе попадет эмоция ты узнаешь только участвуя в интерактиве. Готов сделать шаг навстречу ярким эмоциям вместе с Tuborg?

- При отрицательной реакции потребителя:

«Извини, хорошего тебе дня/ вечера!»

- При положительной реакции потребителя:

Выполнить задание и получить подарок Ты сможешь после предъявления чека на покупку двух бутылок или банок «Tuborg Green». Продукт можно приобрести в торговом зале, поможет тебе в этом девушка в таком же комбинезоне (промоутер рассказывает, где находится продукт на полках продаж и если потребуется, дополнительную информацию о продукте.)

Возвращайся с покупкой, твой Tuborg уже ждет тебя!



ЗНАНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБЯЗАТЕЛЬНО!!!

Туборг - знаменитое пиво, которое дарит море веселья, энергии и хорошего настроения. Его легкий и освежающий вкус особенно приходится по душе динамичным молодым людям, которые ценят активное времяпрепровождение.

В основе рецептуры Tuborg использование особых пивных дрожжей. Они придают пиву его характерный вкус и аромат, являются секретом фирмы, который тщательно оберегается датскими мастерами пивоварения, также, как и секрет крепкой, долго не спадающей пены.

Tuborg стал первым зарубежным пивом, которое в 2000 году начали производить в России по лицензии.

Состав: вода питьевая очищенная, солод ячменный светлый, хмелепродукты.

Алкоголь: не менее 4,6 % об.

Экстрактивность начального сусла: 11 %

Энергетическая ценность: 42 ккал в 100 г пива.

Пищевая ценность: углеводов не более 4,6 г в 100 г пива.

Информация о продукте



PLAY TUBORG. SHARE TUBORG. EXPLORE TUBORG. LOVE TUBORG. ENJOY TUBORG.

Tuborg-people – активные и смелые, их драйв – жажда жизни, их стиль – впечатления. Чувства на пределе, события на волне. Этим летом одним событием станет больше. В рамках глобальной кампании команда бренда выпускает лимитированную серию пива Tuborg Green и Tuborg Black с нестандартными цветными крышками и банками.

Крышки и банки представлены в 5-ти новых цветах, каждый из которых привязан к определенному настроению. Tuborg рассказывает о различных ощущениях, об опыте, которым хочется делиться и переживать снова и снова.

Новые бутылки и банки выглядят сочно, привлекают внимание и не дают уйти просто так.

Старт разноцветного помешательства – лето 2015г. Именно тогда лимитированная серия пива Tuborg Green и Tuborg Black в банке и бутылке объемом 0,5 л. появилась в продаже по всей стране. Мощная поддержка кампании была реализована в июле и августе 2015 г.

Tuborg – это поистине мировой бренд, представленный в более чем 70 странах мира, первое лицензионное пиво России. По данным за 1-й квартал 2015 года доля Tuborg в сегменте суперпремиум составила 17.2% (по данным Nielsen). Узнайте больше на www.tuborg.com.

Информация о продукте

