



Компания «Макшел - КМВ»

была создана в 1996 году. В настоящий момент в компании работает более 500 человек, из которых большая часть задействована в розничной торговле.

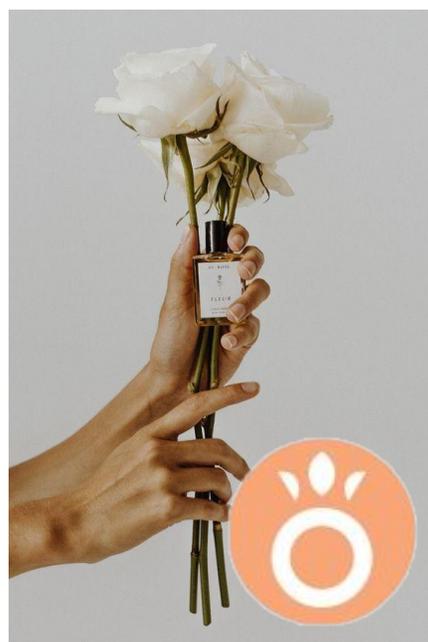
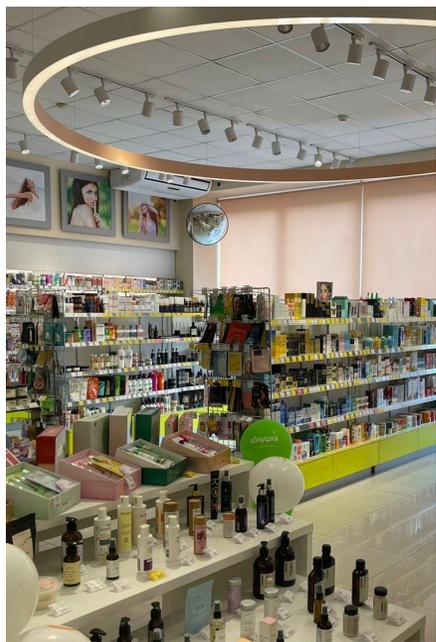
Сеть магазинов «Золушка»

-

оптовая и розничная торговля бытовой химией, средствами гигиены, парфюмерно-косметической продукцией. «Золушка» - первая специализированная сеть магазинов самообслуживания формата drogerie в регионе СКФО

Наша **МИССИЯ** - создание сети магазинов формата drogerie, с самым **ВЫСОКИМ** уровнем обслуживания покупателей и **ЛУЧШИМ** предложением **КАЧЕСТВЕННОГО** товара.

Партнеры получают обратную связь по качеству своей продукции. А это возможность поменять концепцию производства на начальном этапе, устранить брак в случае негативных отзывов, тем самым **МИНИМИЗИРОВАТЬ РАСХОДЫ**.



Фокус группа дает качественную оценку по основным критериям товара, помогая сохранить **ИМИДЖ** компании-производителя.

География сети

На сегодняшний день сеть состоит из **44** магазинов на территории СКФО.

Наши партнеры оплачивают доставку только до распределительного центра в г. Лермонтов. Дальнейшая доставка для поставщиков **бесплатна.**



🌱 Концепция наших магазинов:

- площадь магазинов от 200 до 350 кв. м;
- открытые витрины;
- яркое освещение;
- удобное размещение товаров;
- приятная атмосфера;
- квалифицированный персонал.

🌱 Мы гарантируем:

- нацеленность на комплексную продажу;
- бесплатное продвижение продукта;
- целевую аудиторию;
- информирование об акциях и их согласование заблаговременно;
- договор на длительный срок, без изменений в одностороннем порядке;
- отсутствие штрафов при досрочном расторжении договора.



Наши факторы успеха

- высокий уровень отбора продукции в сеть;
- четкий контроль остатков;
- удобное расположение магазинов;
- широкий ассортимент;
- квалифицированный персонал;
- доступные цены;
- регулярные акции и выгодные предложения.





Наши покупатели

Ежедневно сеть магазинов
«Золушка» посещают более
10 000 человек.

85% наших постоянных
покупателей это женщины в
возрасте 18-65 лет.





Наш ассортимент

Основные
категории:

- ✓ Декоративная косметика и парфюмерия;
- ✓ Средства по уходу за лицом и телом;
- ✓ Бытовая химия и товары для дома;
- ✓ Сопутствующие товары.

Ассортимент более **10 000** sku!

Мы развиваем ассортимент уникальными товарами:

- ✓ Эксклюзивные товары производства Японии и Кореи;
- ✓ Эко/био/органик товары;
- ✓ Трендовые новинки бьюти-индустрии.

Наши кадры

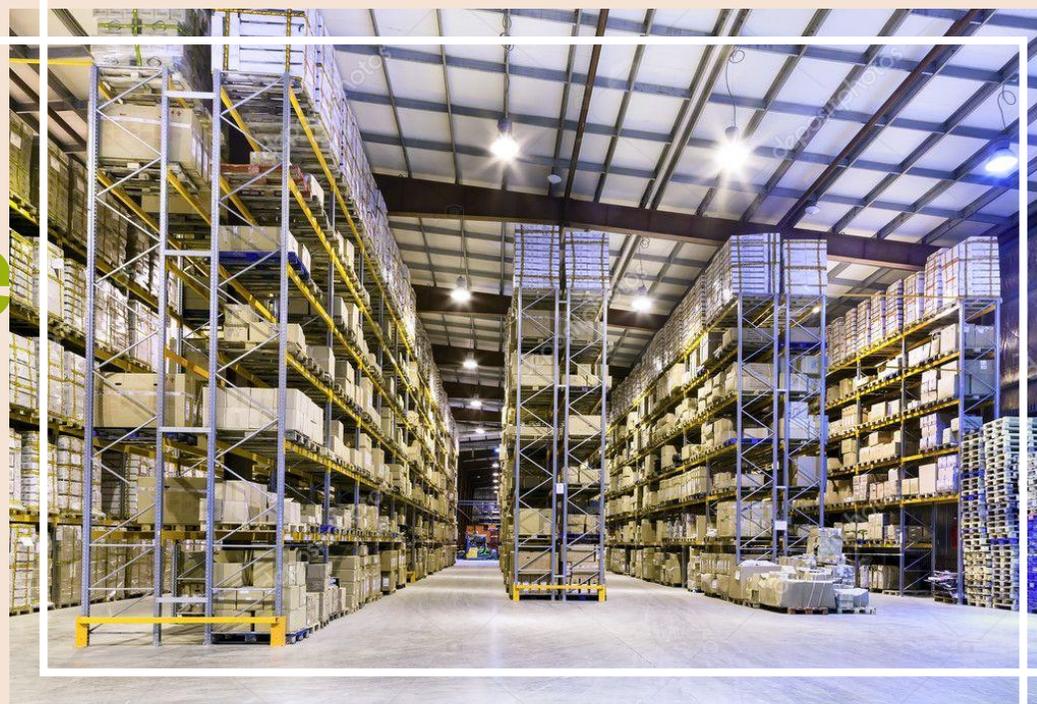


Сотрудники магазинов каждый месяц проходят 3-4 тренинга по ассортименту и сервису.

Наши консультанты обладают профессиональными знаниями о продукте и техникой личных продаж, что позволяет им найти **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД** к каждому клиенту, выявить потребности и грамотно подобрать необходимые средства.

Мы первая в регионе сеть магазинов, которая внедрила проект **«Автоматическое управление ассортиментом»**. Это позволяет нам определять оптимальный ассортимент под каждую категорию магазина, адаптироваться под географию наших торговых точек, учитывать специфику региона и удовлетворять потребности каждого покупателя.

Лучшие складские процессы в регионе



- ✓ современный отапливаемый склад на 5000 кв. м;
- ✓ автоматизированный процесс хранения и отбора товара;
- ✓ возможность увеличить хранимый объем товара до 2х раз;
- ✓ Показатели KPI складских операций превышают **европейские стандарты.**



Собственный автопарк
компании содержит
более **20** грузовых
автомобилей.





Работа с новыми партнерами и новинками



Определение оптимального ценообразования

Мы проводим мониторинг бренда на рынке и определяем лучшее соотношение «наценка/РРЦ».

Один из основных **ПРИНЦИПОВ** нашей сети - цена должна быть в рынке, её завышение недопустимо.



Определение топовой матрицы

Для первоначального ввода в сеть формируется матрица из самых топовых позиций.

Берутся **3 sku из линейки**, для присутствия выбора и сфокусированной продажи.

При этом фокус потребителя не размывается на большое количество аналогичных позиций.



Тестирование образцов

Еще один главный **ПРИНЦИП СЕТИ** – тщательный отбор продукции. Мы должны быть уверены в качестве каждого товара, стоящего на полках наших магазинов.

Производитель предоставляет по **4 экземпляра** каждого sku, рассматриваемого к заведению в матрицу, для тестирования продукции фокус-группой.

Продукт в количестве трех штук отправляется на тестирование по нескольким критериям:

- ✓ Качество упаковки, дизайн - его привлекательность, достаточное количество информации о продукте и его свойствам
- ✓ Отдушка;
- ✓ Удобство применения;
- ✓ Соответствие заявленным свойствам;
- ✓ Соответствие цена/качество;
- ✓ Общее впечатление о продукте.

Для определения объективной оценки - результаты тестов суммируются и выводится **средний бал**, который должен быть **не ниже 4.5** по пятибалльной системе.

Четвертый экземпляр продукта остается на Ассортиментный комитет, где защищается проект по вводу бренда в сеть.

При успешном прохождении Ассортиментного комитета, образцы переходят в отдел по обучению, где в студии записываются обучающие ролики для продавцов-консультантов с демонстрацией упаковки и текстуры продукта.



После тестирования образцов, бренд попадает на полки 6 магазинов на тестовый период от 5 до 7 месяцев.



В этот период мы переключаем потребителя с масс маркета на новый бренд, применяя маркетинговую активность.



Все затраты, связанные с продвижением новинок мы берем на себя.



У нас есть индивидуальный подход по правилам вхождения в сеть.



По истечению тестового периода программа снимает показатели продаж. При достижении необходимых показателей, бренд становится во всю сеть.

Мы заключаем договор на определенный, обеими сторонами, срок, без возможности изменений в одностороннем порядке.

Согласовываем возможные акции с партнерами заблаговременно.

В случае расторжения договора с Вашей стороны, мы не предусматриваем **никаких штрафных санкций.**

**После заключения договора Вы
становитесь постоянным партнером
сети магазинов**



ЗОЛУШКА