

Фокус-сессия 2: СТРАТЕГИЯ ВХОДА В СЕТИ-2014

 Цель вижу... Что дальше? Как выяснить потребности конкретной розничной сети и подготовить предложение? Составляем «шорт-лист»

Николай Сибирев

Директор проектов Группы компаний
«Консалтинг роста»

Директор «Межрегионального Сбытового
Бюро»

О чем мы не будем говорить?

- ➔ О стратегии развития продаж Компании
- ➔ О стратегии развития региональных продаж Компании
- ➔ Об ошибках региональных производителей в ходе региональной экспансии
- ➔ Об ошибках при заходе в конкретный регион
- ➔ Об ошибках в ходе работы с розничными сетями

Мы исходим из того, что вы уже определили для себя:

- Стратегию работы в конкретном регионе
- Политику работы с розничными сетями
- Розничные сети с которыми Вы планируете начать работать

Базовый алгоритм работы с розничной сетью

1. Подготовка к переговорам с розничными сетями
2. Переговоры с розничными сетями:
 - a) начало
 - b) продолжение
 - c) завершение
3. Начало работы/сотрудничества
4. Анализ работы (текущий)
5. Оценка результатов

Иллюзии

- ☑ Товар, попав в розничную сеть, будет лучше продаваться, чем у конкурентов
- ☑ Потребитель "мечтает" о Вашем товаре
- ☑ Отсутствие конкуренции внутри розничной сети между производителями
- ☑ Высокая рентабельность продаж через розничные сети
- ☑ Поставив товар в сеть, основная работа сделана. Это не так.

Надо помнить

- ☑ Розничные сети разные, они могут отличаться:
 - форматом розничных точек
 - способ принятие решений о заказах
 - набор требований к рентабельности контрактов
 - требование к операционной эффективности (логистика и документооборот).

Шаг №1: Составление "карты продукта"

- ✓ Наш продукт VS конкуренты и аналоги
- ✓ Как продукт видит потребитель
- ✓ Как продукт выглядит относительно конкурентов на полках
- ✓ Как продукт видит «сетевик»

- ✓ Бренд
- ✓ Известность
- ✓ Качество продукта
- ✓ Упаковка, дизайн
- ✓ Цена

Шаг №2: Сбор информации о сети - 1 часть

- ☑ Изучение условий работы сети
- ☑ Изучение правил работы сети: алгоритм получения заказов, согласование и проведение промомероприятий, особые требования и т.д.
- ☑ Правила для работы с поставщиками и правила работы с товаром
- ☑ Определение критериев сотрудничества с поставщиками

Шаг №3: Сбор информации о сети - 2 часть

- ☑ Составление рейтинга привлекательности сетей: на основании вашего профиля, продукта, цены и т.д.
- ☑ Выявление "фактических" правил работы внутри сети
- ☑ Источники: открытые данные, специализированные форумы, личные связи и контакты, знакомые и партнеры

Шаг №4: Изучение розничных точек сети (аудит)

- ☑ Инструменты: тайный покупатель, ценовой аудит, интервью с сотрудниками.
- ☑ Кто из конкурентов на полках.
- ☑ Какие позиции лидируют в продажах данной сети.
Уходимость с полок.

Ритейл аудит: Как это выглядит на практике?

- Фиксируем ассортимент и цены;
- Пересчитываем ТМ и SKU, фейсы;
- Фиксируем информацию о наличии рекламной продукции;
- Делаем фотосъемку;
- Анализируем мерчандайзинг;
- Заполняем электронный отчет.



Ритейл аудит: дополнительные возможности

- ☑ Мониторинг торговых точек по технологии «Тайный покупатель» (что и насколько активно рекомендуют/нерекомендуют продавцы)
- ☑ Оценка уровня и качества знаний продавцов о товаре
- ☑ Контрольная закупка или заказ
- ☑ Замер полочного пространства и подсчет «фейсов» по продукции компании и продукции конкурентов

Шаг №5: ч.1. Подготовка

- ☑ Подготовка и выбор ассортимента для предложения сети
- ☑ Анализ и планирование промомероприятий (список типовых промомероприятий): что выгодно и что не выгодно для вашего продвижения в сети
- ☑ Определение УТП розничной сети.
- ☑ График пересмотра ассортиментной матрицы в сети.

Шаг №5: ч.2. Составление прогноза продаж Вашей продукции в данной сети

- ☑ Сразу используйте 3 сценария: пессимистический, оптимистический и промежуточный.
- ☑ Определите KPI на который ориентированы закупщики.
- ☑ Система мотивация у закупщиков

Шаг №5: ч.3. Репетиция переговоров

- ☑ Определите для себя последовательность и логику аргументов, которые целесообразно использовать в ходе переговоров.
- ☑ На что и как делать акцент с точки зрения аргументов, как их можно доказать.

Шаг №5: ч.4. Подготовка КП

- ☑ На основании УТП сети
- ☑ Определение НАОС - наилучшей альтернативы обсуждаемого соглашения
- ☑ Определение пределов и границ торгов: при каких условиях нужно отказываться от работы с сетью

Шаг №5: ч.5. Начало переговоров с сетью

- ☑ Это отдельный процесс, который уже состоит из отдельных под этапов
- ☑ С первого раза в сеть сложно зайти
- ☑ Нужно учесть 2 функциональные задачи – вход в сеть и организация текущей работы с розничной сетью
- ☑ Не забудьте рассмотреть/обсудить вопрос о выходе из сети, по меньшей мере, между собой

О компании

- ➔ **«Консалтинг роста»** - группа консалтинговых компаний и агентств, ориентированных на развитие бизнеса наших клиентов, повышение эффективности маркетинга, увеличение продаж, рост выручки.
- ➔ В нашей команде консультанты и специалисты с более чем 15 летним опытом работы на рынке профессионального консалтинга.
- ➔ **«Консалтинг роста»** успешно сотрудничает с компаниями в различных сферах: розничная торговля (одежда, обувь, аксессуары), производство и дистрибуция продуктов питания, бытовые услуги, финансы и банковский бизнес, ресторанный бизнес, строительство, производство стройматериалов и т.д.

Контактная информация

Николай Сибирев

Директор проектов Группы компаний «Консалтинг роста»

Директор «Межрегионального Сбытового Бюро»

М.т. +7 904 633 55 22

skype: sale-buro

- **Компания «Консалтинг роста»**
- **Телефон в Москве: (495) 720-71-86**
- **Телефон в Санкт-Петербурге: (812) 939-52-67**
- **Адрес в Интернет www.growthstrategy.ru**
- **E-mail: mail@growthstrategy.ru**