

Использование инструментов трейд-маркетинга при выведении товара на рынок

На примере выведения на рынок Москвы и
МО водки ТМ «Пять озёр»

Каминская Елена

Определение трейд-маркетинга

1. **Трейд-маркетинг** – это деятельность всех участников торговли, направленная на организацию продвижения товара от производителя к конечным потребителям наиболее выгодным для всех участников товародвижения образом.
2. **Трейд-маркетинг** – это деятельность, направленная на изучение и удовлетворение потребностей промежуточных покупателей — оптовых и розничных торговцев.

Инструменты трейд-маркетинга

- Аналитика
- Презентационные материалы для персонала компании и клиентов
- Обучение и тренинги торгового персонала компании и клиентов
- Мотивационные программы торгового персонала и менеджеров по закупкам клиентов.
- Программы лояльности
- Мерчендайзинг
- Полиграфия, сувенирная продукция для клиентов
- Событийные мероприятия (event)
- Выставки

Золотые правила трейд-маркетолога

- Постройте систему аналитики и систему обратной связи с торговым персоналом и клиентами
- Больше общайтесь с торговым персоналом и клиентами
- Всегда доводите всю информацию полностью и своевременно до торгового персонала и клиентов
- Мотивируйте торговый персонал и клиентов
- Обеспечьте презентационными материалами, POSM и сувенирами торговый персонал и клиентов

Помните, вы всегда должны знать, о чём думает, что хочет, в чём нуждается ваш клиент.

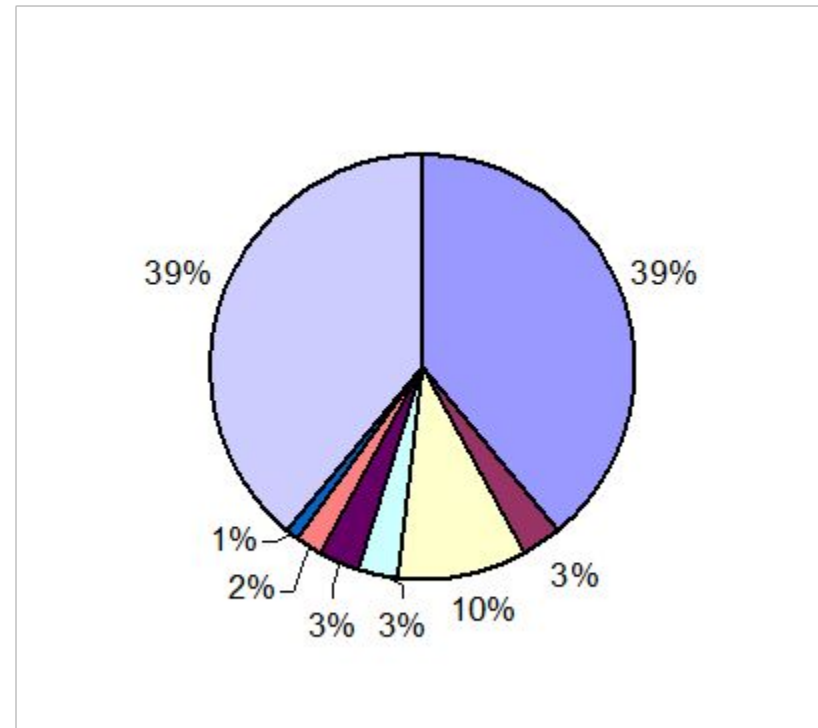
И ваш торговый персонал может вам в этом помочь.

Пример выведение на рынок Москвы и МО водки «Пять Озёр»



Выведение на рынок Москвы и МО водки «Пять Озёр» структура бюджета

| Статья бюджета | Доля, % |
|--|---------|
| Листинг в сетях | 39% |
| Листинг в офф-трейд | 3% |
| Маркетинг в сетях (паллеты, жёлтый ценник) | 10% |
| Мотивация клиентов сектора офф-трейд | 3% |
| Мотивация торгового персонала компании | 3% |
| Мотивация торгового персонала оптового клиента | 2% |
| Изготовление сувениров и полиграфии | 1% |
| Рекламная кампания | 39% |



Выведение на рынок Москвы и МО водки «Пять Озёр» цели и задачи

- Обеспечение количественной дистрибьюции
- Обеспечение качественной дистрибьюции
- Обеспечение лояльности клиентов и торговых представителей
- Увеличение объёмов продаж

Выведение на рынок Москвы и МО водки «Пять Озёр» инструменты трейд-маркетинга

- Система скидок
- Листинг (вход в торговую розницу)
- Маркетинг в сетях (палетты, листовки, разрешение на промо-акции)
- Мотивация торгового персонала отдела офф-трейд (конкурс за максимальное привлечение новых клиентов, фиксированный бонус за каждую проданную бутылку при условии выполнения плана по дистрибьюции)
- Мотивация клиентов сектора офф-трейд (свободный продукт или премия за первоначальную покупку и выставление определённого количества фэйсов)
- Мотивация торгового персонала оптового клиента
- Обучение торгового персонала компании и оптовых клиентов
- Презентационные материалы (буклеты) и сувениры

Пример мотивационной акции для торговых представителей

- **Основная задача акции** – увеличить количественную дистрибьюцию
- **Условия акции:** при отгрузке водки «Пять озёр» 20% клиентов от своей клиентской базы торговый представитель получает 8 р. С каждой проданной бутылки. При отгрузке водки в 30 % своей клиентской базу – бонус 10 р. С каждой проданной бутылки.

Выведение на рынок Москвы и МО водки «Пять Озёр» этапы подготовки

- Разработка стратегии
- Разработка бюджета
- Разработка системы сбора и анализа информации
- Разработка презентационных и POS-материалов
- Разработка мотивационных программ
- Обучение торгового персонала

Успехов в работе!

С уважением,

Каминская Елена

elena.kaminskaya@mail.ru

Данный шаблон предоставлен сайтом
www.trade-marketolog.ru

**При публикации шаблона ссылка на первоисточник
обязательна!**

Адрес для писем info@trade-marketolog.ru

Будем рады приветствовать Вас на нашем сайте!