



# Стандарты мерчендайзинга

Волжский 2014г.

## БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ - товар ИМПУЛЬСНОГО спроса

- Сама продукция или торговое оборудование, напоминает покупателю, что ему также нужны напитки.
- До **70% решений** о покупке напитков принимаются непосредственно в торговой точке!

## Понятие мерчендайзинга

**Мерчендайзинг** - это комплекс мероприятий, проводимых с продуктом в торговой точке и направленный на его продвижение и рост продаж.



# Цель мерчендайзинга

Увеличение объема  
продаж

Создание  
конкурентного  
преимущества

Увеличение  
лояльных  
покупателей и  
привлечение новых

Привлечь внимание  
покупателя

Влиять на поведение  
и решение  
покупателя

Стимулировать  
импульсную покупку

Обеспечение  
покупателя  
необходимой  
информацией

Закрепить в сознании  
отличительные черты  
марок

Привлечь внимание  
к новинкам

Формировать  
положительный  
имидж  
производителя

Формировать  
приверженность к  
торговым маркам

**Как это работает?**

**Хотите что-нибудь купить?**





# А если так?



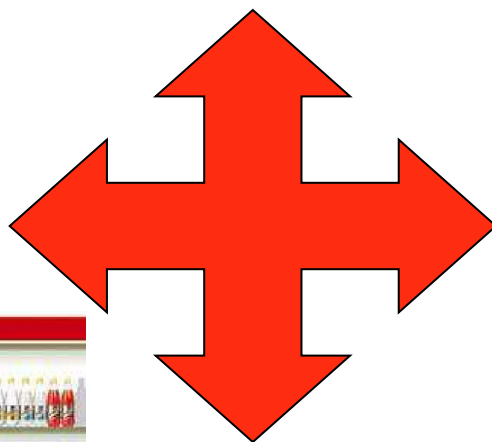
Где ?

«Теплая» полка



Фирменные полки

ВСЕ МЕСТА ПРОДАЖ



Холодильное  
оборудование



Дополнительные места  
продаж





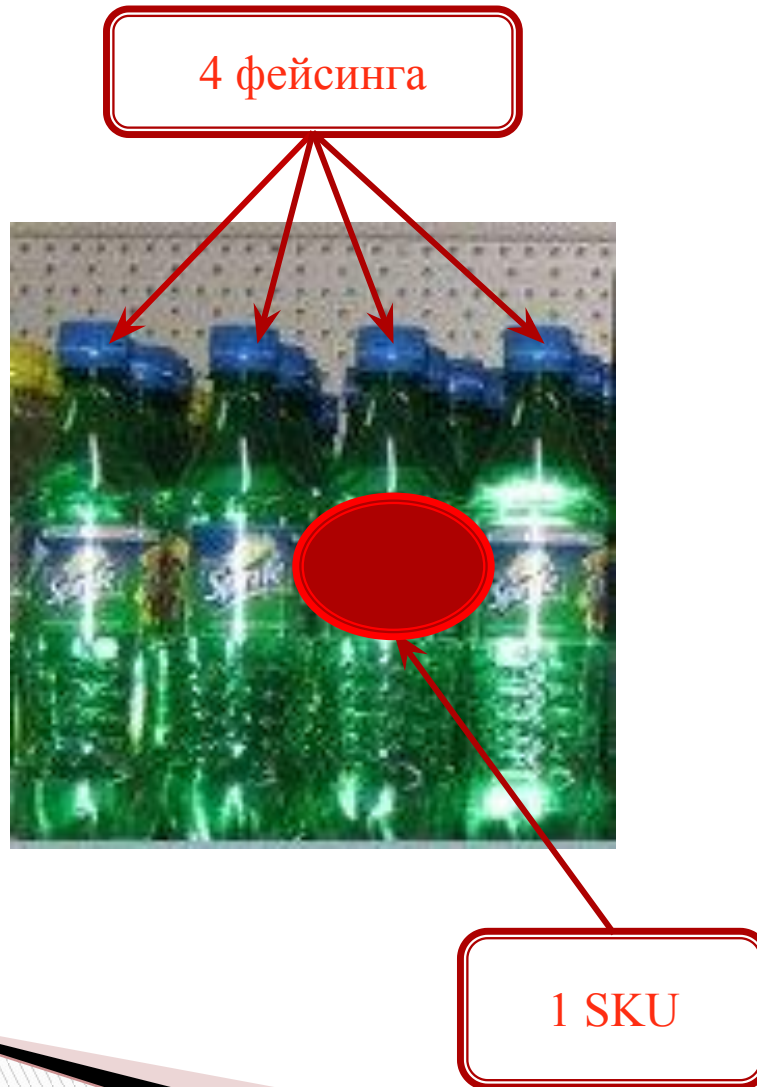
## Основные понятия

**Планограмма** – определенный порядок выкладки максимального количества продукции компании, сгруппированное в одном месте в корпоративный блок





## Основные понятия



**Фейсинг** - это единица измерения полочного пространства, обозначающая единицу продукции, выставленную лицом (этикеткой) к покупателю и занимающую одно место торгового пространства.

**Stock keeping unit (SKU)** - единица продукции, имеющая свой уникальный артикул, «одна позиция в чеке»

## Пример:

□ Сколько SKU? А сколько Фейсингов?



## Пример:

□ Сколько SKU? А сколько Фейсингов?





## Основное место продажи

Основное место продажи – оборудование (конструкция) в торговом зале, на котором выложен весь ассортимент товарной группы – основной стеллаж с продукцией.



# Теплая полка. Правило выкладки

- Товар должен быть расположен **ФРОНТАЛЬНО**
- Информация на упаковке должна быть легко читаема – не закрываться ПОС и ценниками
- **«ЛИЦОМ К ПОКУПАТЕЛЮ»**





## Дополнительное место продажи

**Дополнительное место продажи** – оборудование (конструкция) в торговом зале, где только дублируется выкладка ассортимента, представленного на основном месте продаж.

К дополнительным местам продаж относятся: стойки, торцы, паллетные зоны, дисплеи и др.





# Дополнительные места продаж.

- Размещение фирменных европаллет (1.2 на 0.8м) осуществляется согласно адресной программе

## Ассортимент закрепленный за оборудованием:

- Кока-Кола Газ нап 1,5л
- Спрайт Газ нап 1,5л
- Фанта Апельсин Газ нап 1,5л
- Кока-Кола Газ.нап. 2л
- Спрайт Газ нап 2л
- Фанта Апельсин Газ нап 2л
- Чай Nestea черн. Лимон ПЭТ 1,75
- Чай Nestea зел. Цитрус ПЭТ 1.75
- Чай Nestea черн. Л. Ягода ПЭТ 1,75
- Бон Аква негаз. ПЭТ 2,0 (1,5 на Юге)
- Бон Аква газ. ПЭТ 2,0 (1,5 на Юге)
- Берн 0,33



**Рекомендации:**  
вместо евро паллета  
устанавливаем:  
полупаллет SCD- 1ед.,  
полупаллет –  
Nestea+BonAkva 1ед.

# Ещё не много дополнительного оборудования

## Холодильники

**FV 1200**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	1295	1260
Глубина	544	750
Высота	2010	2003
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	12,21	
Объем 0,5л PET, бут.	160	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, BA, Nista	

**EASY REACH (4FT)**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	1210	1015
Глубина	590	915
Высота	2150	2160
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	15	
Объем 0,5л PET, бут.	400	
Вместимость установки (каши) Д/Б	200	200
Бренд	CC, Nista	

**FV 650**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	715	770
Глубина	690	770
Высота	2000	2005
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	8,5	
Объем 0,5л PET, бут.	230	
Вместимость установки (каши) Д/Б	20	20
Бренд	CC, PWA, Nista, Nista	

**FV 500**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	590	610
Глубина	510	510
Высота	1900	1900
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	4,3	
Объем 0,5л PET, бут.	110	
Вместимость установки (каши) Д/Б	20	20
Бренд	CC, PWA, Nista	

**SUPER 7 (S7)**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	600
Глубина	445	700
Высота	2000	2000
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	5,84	
Объем 0,5л PET, бут.	138	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, BA	

**OPEN FRONT SMALL (EASY REACH EXPRESS mini LINDE)**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	665
Глубина	445	720
Высота	1740	1400
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	8	
Объем 0,5л PET, бут.	125	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, PWA	

**CC 61**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	600
Глубина	445	720
Высота	1740	1400
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	8	
Объем 0,5л PET, бут.	125	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, PWA	

**PUNTO FRESCO**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	600	600
Глубина	445	720
Высота	1740	1400
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	8	
Объем 0,5л PET, бут.	125	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, BA, Nista	

**S5**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	500	465
Глубина	400	600
Высота	820	820
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	2,38	
Объем 0,5л PET, бут.	70	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, Nista, Burn	

**COUNTER EXPRES (CE)**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	318	340
Глубина	420	425
Высота	990	1010
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	0,74	
Объем 0,5л PET, бут.	40	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, Nista	

**RP02**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	330	330
Глубина	420	420
Высота	600	600
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	2,8	
Объем 0,5л PET, бут.	80	
Бренд	CC, Burn	

**ACTIVATOR 700**

Размеры, мм	Высота	Установочная ширина
Ширину	780	600
Глубина	760,5	600
Высота	2300	1614
Потребляемая мощность, кВт/ч.сут.	400	
Объем 0,5л PET, бут.	400	
Вместимость установки (каши) Д/Б	80	80
Бренд	CC, Nista, Burn	

## Маркетинг-оборудование

**Мини-паллет**

**CC, BonAqua**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 102 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Стойка со сменными панелями**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 102 мм (без панели)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Надморозильная полка**

**CC**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Приходильная стойка**

**CC, Добрый**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Европаллет**

**CC, BA, BA-Nestle**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 110 мм (с трубой)  
110 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Полу-паллет**

**CC, BA-Nestle, Nista, Burn**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 110 мм (с трубой)  
110 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Европаллет**

**Добрый**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 110 мм (с трубой)  
110 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Полу-паллет**

**Добрый**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 110 мм (с трубой)  
110 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Напольная стойка "Бутылка"**

**CC**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 170x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Металлический стеллаж**

**CC**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 170x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Полу-паллет**

**Rich**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Надморозильная полка**

**Добрый**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 200 мм  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Модульный стеллаж**

**Добрый**

Габаритные размеры: 600x200x200 мм  
Размер шрифта в каюте: 1,8Т

**Напольная стойка**

**Burn**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Напольная стойка**

**Burn**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Трей на паллет**

**BURN**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Гравитационный дисплей**

**BURN**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Струбица**

**BURN**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля

**Шелфтрип**

**BURN**

Высота: 17 ящиков Д/Б  
Размер паллета: 630x70 мм  
Расстояние между полками: 40 мм  
Высота: 190 мм (с трубой)  
190 мм (без трубки)  
Размер шрифта в каюте: стандартный шрифт, традиционная торговля



# Товарный запас

- ❑ **Out of Stock (OOS)** – «нет в запасе»
- ❑ **Must stock list (MSL)** – обязательный ассортимент для ТТ.
- ❑ **Recommended stock list (RSL)** – рекомендуемый ассортимент для ТТ.





## **Правило ротации продукции F I F O**

- «First in – First out» - «Первым пришел – первым ушел»
- При пополнении запаса в торговом зале товар, поступивший со склада, должен ставиться назад, а имеющийся на полке – передвигаться вперед!

**СМОТРИ СРОКИ ГОДНОСТИ!**

# Коммуникация цены.

## Правило размещения ценников

- Наличие ценника обязательно,
- Ценник не должен закрывать товар,
- Ценник должен располагаться так, чтобы покупателю было понятно к какому продукту он относится

**«НЕТ ЦЕННИКА – НЕТ ПРОДАЖ»**

## Правило присутствия

Позиции, представленные на витрине, должны быть доступны в продаже

\* Правило распространяется на случай, если на витрине представлен «муляж» с ценником

## Презентация продукции в ТТ

### Внешний вид продукта

- Без технической упаковки
- Без повреждений
- Чистый





# Что делает мерчендайзер?

Выкладка продукции	Работа с ценниками	Ротация (Отслеживание сроков годности)	Запас продукции	Отслеживание деятельности конкурентов
 <p>На золотой полке</p> <p>По плануграмме</p> <p>% соотношение</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Наличие</li> <li>Смена</li> <li>Целостность</li> <li>Актуальность</li> </ol> 	 <ol style="list-style-type: none"> <li>Склад / полка</li> <li>Сток / фейс</li> <li>Просрочка</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>OOS</li> <li>Угроза OOS</li> </ol> 	<p>Промоакции</p> <p>Резкое падение цен</p> 

# Шаги визита мерчендайзера

# Шаги визита мерчендайзера

## 1. Представление.

Мерчендайзеру необходимо подойти к ЛПР (лицо принимающие решение - управляющий, менеджер, администратор торгового зала), поздороваться, представиться и сообщить цель своего визита, получить согласие

Мерчендайзеру необходимо сделать соответствующую запись в журнале учёта посетителей





# Шаги визита мерчендайзера

## 2. Снятие остатков.

Мерчендайзеру необходимо провести мониторинг остатков в магазине;  
Звонок ТП (при необходимости)



## Шаги визита мерчендайзера

### 3. Выкладка товара на полку.

- Соблюдение достигнутой доли полки в ТТ и увеличение кол-ва фейсингов на теплой полке свыше контрактных условий;
- Наполненность полок до отказа;
- Обязательное наличие матрицы магазин;
- Выкладка на теплой полке в соответствии с планограммой;
- Приоритет расширенной выкладки – акционный товар, премиум сегмент;

### Подтоварка:

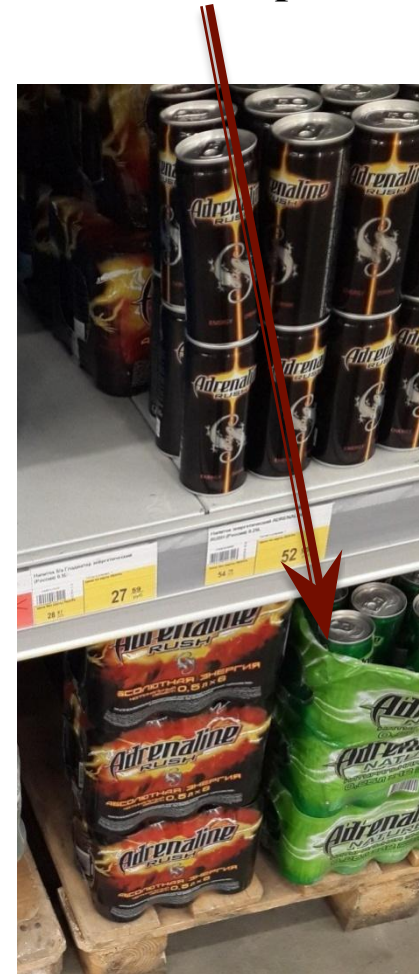
- Перемещение продукции с задних рядов на внешние (при обнаружении продукции в задних рядах стандарт считается не выполненным);
- При ограниченном кол-ве продукции в ТТ приоритет выкладки – тёплая полка;
- Вся продукция повернута этикеткой к потребителю;
- Звонок ТП (при необходимости)



## Выкладка товара на полку



## Подтоварка





## Шаги визита мерчендайзера

### 4. Выкладка товара в холодильном оборудовании (если имеется )

- Заполненность не мене 80 %.
- Отсутствие иной продукции в холодильнике;
- Выкладка продукции согласно планограммы или исходя из оперативной необходимости;
- Увеличение кол-ва фейсингов в холодильном оборудовании сети свыше контрактных условий
- Замена брендинга на холодильном оборудовании (канапе) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом;
- Установка холодильного оборудования, предусмотренного контрактом;
- Вся продукция повернута этикеткой к потребителю;
- Планограмма находится на самом холодильном оборудовании

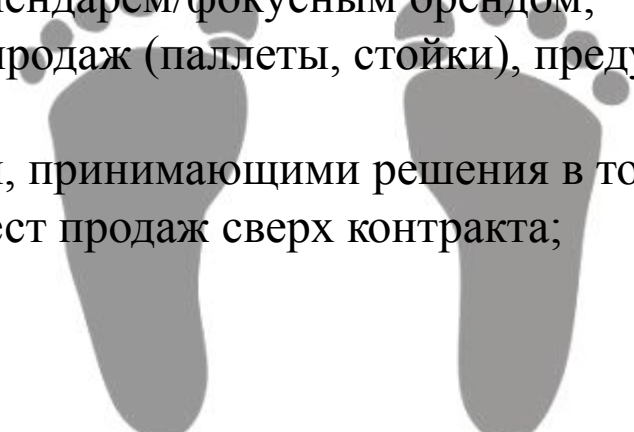
Звонок ТП (при необходимости)



## Шаги визита мерчендайзера

### 5. Выкладка товара на дополнительном месте продаж.

- Перемещение соответствующей продукции со склада ТТ на дополнительное место продаж (паллеты, стойки, гондолы) ( после выкладки на теплой полке и в холодильнике )
- Выкладка на дополнительных местах продаж (паллеты, стойки, гондолы) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом
- Все верхние упаковки на дополнительном месте вскрытые (SKU доступны для покупателя)
- Замена брендинга на дополнительных местах продаж (сменные панели), гондолах (сменные панели, видео ролик), плазменных панелях сети (видео ролик) в соответствии с промо-календарем/фокусным брендом;
- Установка дополнительных мест продаж (паллеты, стойки), предусмотренных контрактом;
- Проведение переговоров с лицами, принимающими решения в торговой точке, о размещении дополнительных мест продаж сверх контракта;



## Шаги визита мерчендайзера

### 6. Коммуникация цены.

- Наличие актуального ценника под каждым SKU: на тёплой полке, в подтоварке, в холодильнике, на дополнительном месте продаж ( отсутствие ценников – стандарт считается не выполненным );
- Обязательно дублирование ценника на теплой полке, подтоварке , холодильнике и на каждом месте дополнительных продаж ;
- При проведении промо –активности в ТТ обязательно наличие акционного ценника , на каждом месте продаж акционного товара ( на теплой полке, подтоварке , холодильнике и на каждом месте дополнительных продаж );





# Шаги визита мерчендайзера

## 7. Качество

- Вся продукция чистая;
- Обязательно наличие этикетки на каждом SKU;
- Обязательно ротация всей продукции в ТТ (на тёплой полке , в подтоварке , в холодильнике , на дополнительном месте продаж );
- При обнаружении продукции с остаточным сроком реализации менее 30 дней, необходимо об этом уведомить ТП;
- Вслучае невыполнения данного требования, ответственность за просроченную продукцию ложится на мерчендайзера;
- Звонок ТП (при необходимости)



## Шаги визита мерчендайзера

### 8. Уход из точки

- Необходимо сообщить ЛПРу об окончании работ и попрощаться.
- Мерчендайзеру необходимо сделать соответствующую запись в журнале учёта посетителей магазина.



**Приложение**

# **Стандарты выкладки**

# Постоянная секция напитков. Стандарты размещения.

- Продукция должна быть первой по ходу движения покупателя.
- Продукция должна быть выставлена вертикальным корпоративным блоком
- Продукция должна занимать не менее 50-% в секции
- COCA-COLA должна занимать 50% корпоративного блока
- В секции напитков должен быть представлен весь ассортимент
- Расстановка всех вкусов должна соответствовать их доле продаж в категории (принцип: «доля на полке согласно продажам»).
- Не менее 2-х фейсингов (кол-во бутылок в первом ряду) на каждый SKU
- На уровне глаз расположены упаковки с маленьким литражом, внизу – с большим.
- Расположение бренда в секции напитков: COCA-COLA всегда первая по ходу движения покупательского потока, далее идут COCA-COLA LIGHT, SPRITE, FANTA АПЕЛЬСИН, FANTA другие вкусы (FLAVORS), SCHWEPPEES
- COCA-COLA мультипаковки должны быть расположены в середине полки для 2L продукции, горизонтально, в месте, отведенном для COCA-COLA, расположение в конце полки не допускается



**Супермаркет - газированные напитки**

0,5л  
0,33л  
6x0,33л

1л

1л

2л

2л  
2x2л



# Постоянная секция соков и нектаров.

## Стандарты выкладки

- Минимум по 3 фейсинга сока «ДОБРЫЙ ЯБЛОКО» в упаковках 0,2L, 0,5L, 1L, 1,5L, 2L и по 3 фейсинга «РИЧ АПЕЛЬСИН» в упаковках 0,2L, 1L (при этом, всегда больше фейсингов, чем фейсингов других вкусов)
- Минимум по 2 фейсингов остальных вкусов сока «ДОБРЫЙ» 0,2L, 0,5L, 1L, 1,5L, 2L (мультифрукт, апельсин, томат, персик, яблоко-вишня, ананас) и по 3 фейсинга «РИЧ» (яблоко, вишня, грейпфрут)
- RICH 1L должен быть расположен на уровне глаз
- ДОБРЫЙ 1L должен быть расположен на уровне рук
- Все остальные упаковки всех вкусов должны быть расположены ниже сока ДОБРЫЙ 1L
- На самых нижних полках должен быть расположен сок ДОБРЫЙ 2L и 1,5L.
- Расположение вкусов в секции напитков, соков и нектаров: согласно ранжированию слева на право.





## **Постоянная секция энергетиков. Стандарты выкладки.**

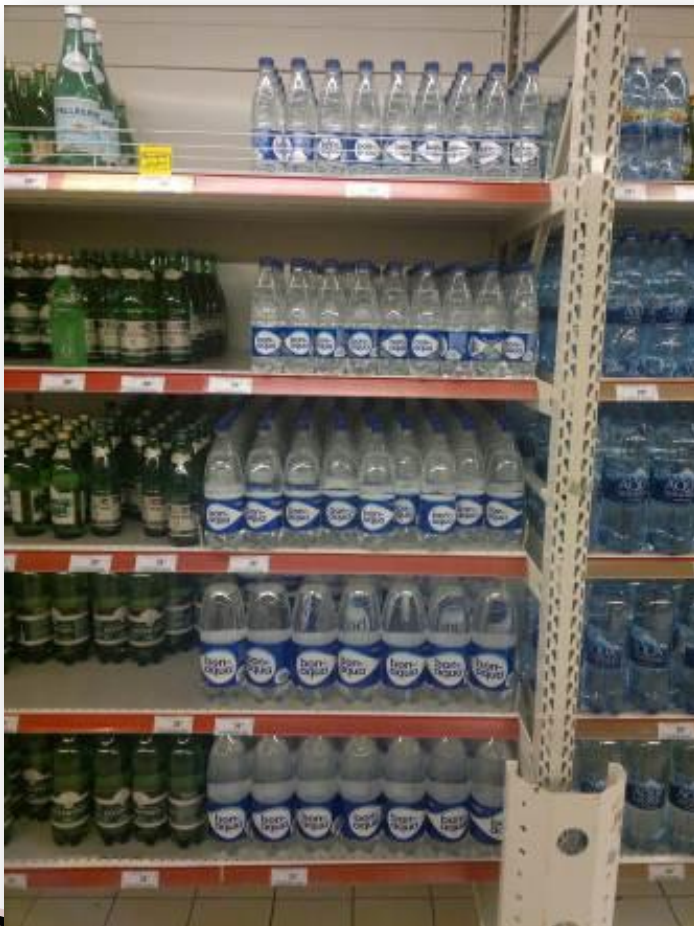
- Продукция должна быть первой по ходу движения покупательского потока в секции энергетических напитков.
- Продукция должна быть выставлена вертикальным корпоративным блоком.
- Продукция должна занимать минимум 25% в секции энергетических напитков
- Весь имеющийся ассортимент должен быть выставлен в секции с энергетическими напитками
- Первый в покупательском потоке стоит литраж 0,25L, далее 0,5L
- 60% в корпоративном блоке должно быть отведено под объем 0,25L , остальные 40% под 0,5L .





# Постоянная секция вода. Стандарты выкладки.

ГАЗ



НЕ ГАЗ





# Постоянная секция чай. Стандарты выкладки.



# Постоянная секция алкоголь. Стандарты выкладки.

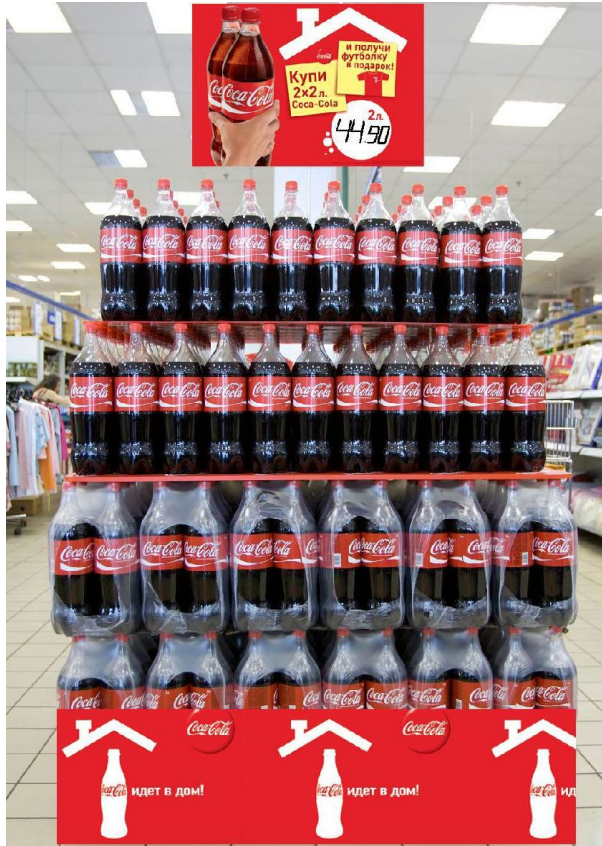




# Постоянная секция газированные напитки. Стандарты выкладки.



# Напольные дисплеи (промо-поддоны). Стандарты размещения.



- Напольный дисплей устанавливается на заводском поддоне в основании и брендированных проложках из пластика
- На первых 2-х уровнях должны быть установлены бутылки по отдельности (без упаковки)
- Выкладка должна быть только из 1SKU, если размер дисплея до 64 упаковок. Если более 2-х поддонов (паллет), то выкладка может состоять из 3 SKU, но Coca-Cola должна быть приоритетным SKU
- На нижних двух уровнях продукция выставляется в упаковках, но не должно быть заводской обмотки



# Холодильное оборудование.

Формат магазина 1  
(4000 - 5000)

2 струбцины виш



Двухдверный открытый  
холодильник EasyReach130

Формат магазина 2,3,4  
(7 000-12 000)

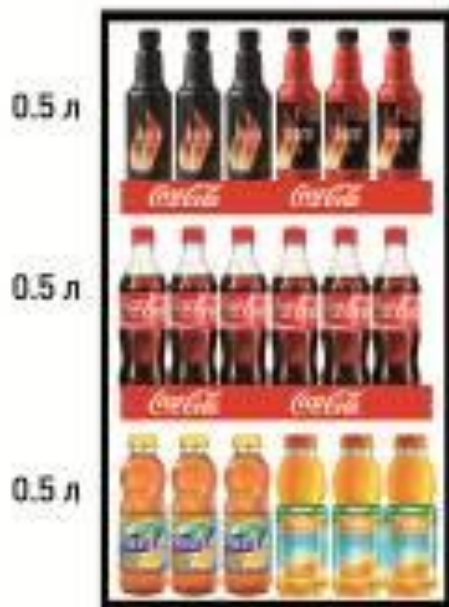
2 струбцины виш



Двухдверный открытый  
холодильник EasyReach130

# Прикассовый холодильник КОКА-КОЛА

## Easy Rich



Modern Trade

## Punto Fresco



Modern Trade







**BROWN-FORMAN**

Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ВОДКИ.



- Вся линейка Finlandia = 40% от премиальной водки (ориентировочно от 410 до 650 руб. за 0,5 л);
- Finlandia Classic = 40% от всей линейки Finlandia;
- Очередность сортов: Platinum, 101, Classic, Blackcurrant, Grapefruit, Cranberry, Lime, Redberry (внутри сорта – от большего литража к меньшему);
- Выкладка слева направо.

• **ПРИМЕР ВЫКЛАДКИ** →

- Очередность сортов слева направо: 101, Classic, Blackcurrant, Grapefruit, Cranberry, Redberry (внутри сорта от большего литража к меньшему)





BROWN-FORMAN

## Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ВИСКИ.



- Jack Daniel's – минимум 10% от категории виски, следом за Chivas Regal, Johnnie Walker Black;
- Jack Daniel's – размещение блоком от большего литража к меньшему в рамках сорта;
- Jack Daniel's – подарочные упаковки на полке размещаем до основной выкладки соответствующего СКЮ,
- Jack Daniel's - подарочные упаковки преимущественно размещаем на доп выкладках;
- Early Times – размещение рядом с дешевыми виски. **Строго НЕ рядом с Jack Daniel's!**
- Early Times – удвоение фейсинга;

ПРИМЕР ВЫКЛАДКИ

- Подарочная упаковка с бутылкой 0,7 размещена до выкладки регулярной бутылки 0,7;
- Early Times размещен отдельно.





## Стандарты мерчендайзинга в гипермаркетах. Категория ТЕКИЛЫ.



- Pepe Lopez: размещение в категории доступных текил от 600 до 1100 руб.;
- El Jimador: размещение в категории премиальных текил от 1100 до 2000 руб. (Olmeca, Sauza);
- Herradura: размещение в категории суперпремиальных текил от 2000 руб. (Patron, Olmeca Tezon, Don Julio);
- Размещение блоком Reposado/Gold и Plata/ Blanco/Silver, от большего литража к меньшему;
- Выкладка слева направо.

**Спасибо за внимание!**

