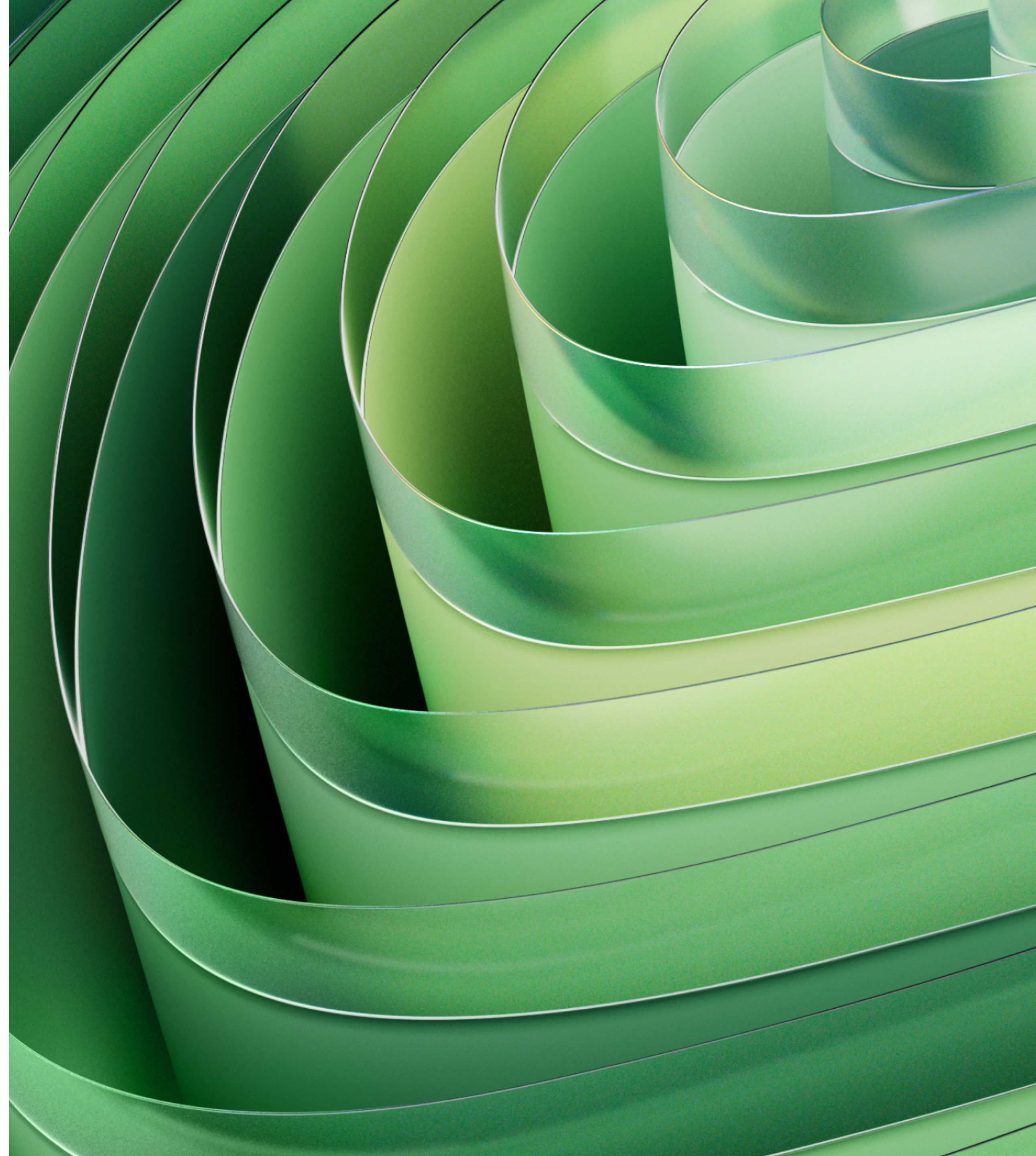




СVP форматов «Красный Яр» и «Батон»

Возможности реализации
проектов СТМ

6 октября 2023



CVP

фреш-дискаунтер для ежедневных покупок



ЦЕЛЕВЫЕ ПЕРСОНЫ

Основная миссия: приготовить дома и накормить семью

- Выживающие
- Экономящие
- Рациональные

Ядро: хозяйка

- Готовит дома для семьи
- Традиционные ценности
- Консервативна
- Экономия как образ жизни и базовый фактор выбора

ЦЕНА

EDLP

АССОРТИМЕНТ

- 1 850 SKU
- Низкий и средний ценовые сегменты
- Noname, СТМ, бренды
- Целевые категории: ФРОВ, пекарня

- Категории повышенной важности: товары для животных, сезонный нон-фуд
- Категория «Мясо» – через партнёрство shop-in-shop
- Доля СТМ в ассортименте: **12%**

УДОБСТВО И АТМОСФЕРА

- Паллетная и коробочная выкладка
- Холодная комната
- Минимальный сервис

- Нейтральная атмосфера
- Собственное аудиовещание
- Программа лояльности

CVP

гастрономы вкусной еды



ЦЕЛЕВЫЕ ПЕРСОНЫ

Магазин «у дома» для ежедневных покупок

Ценности:

- Свежесть
- Вкус
- Выгода
- Сервис

Ключевые поведенческие паттерны:

- Приготовить дома
- Получить удовольствие
- Перекусить

ЦЕНА

- High-Low
- Алкоголь EDLP
- Доля промо: >40%

АССОРТИМЕНТ

- 8 000 SKU
- Широкий и глубокий ассортимент «фреш» и ФРОВ
- Доля СТМ в ассортименте 5,5%
- Деликатесы, вино, сыр, кондитерская продукция
- Товары для животных

Собственное производство:

- Пекарня
- Кулинария
- Торты

УДОБСТВО И АТМОСФЕРА

- Дружелюбная атмосфера
- Собственное аудиовещание
- Навигация и коммуникации
- Программа лояльности

- Кассы самообслуживания
- Онлайн-доставка через агрегатора
- Благотворительные проекты

СТМ: ВОЗМОЖНОСТИ

Приглашаем производителей любого уровня развивать производство и продажи продукции, расширять вместе бизнес

Интересы сетей:

 Свежие продукты

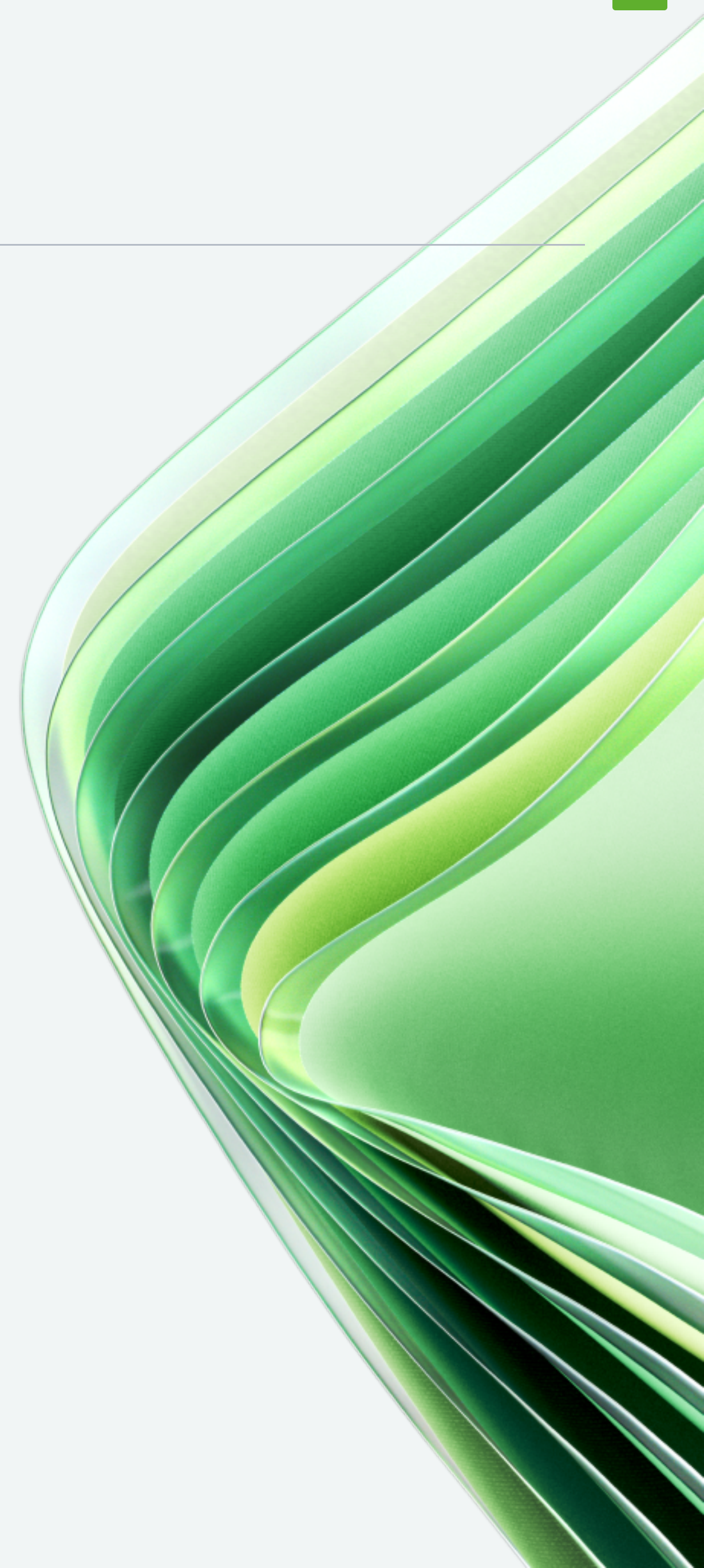
 Трендовые и растущие категории в потреблении

 Готовая еда

 Дифференцирующие продукты

 Полуфабрикаты, в том числе для собственного производства
(пекарня, кулинария)

 Оптимизация логистики и других затрат



Торговые марки «Маслобоево» и «КрасМол»

2013 год – запуск ТМ «Маслобоево» в низком ценовом сегменте в категории «Молочные продукты»

Ключевой производитель «КрасМол»:

на старте проекта

30 ТОНН/
СУТКИ
производство

270 М²
склад

58
точек поставки


несетевая розница

«Маслобоево»

17 SKU из 29 SKU

Объединение интересов:

потребность сети
и возможности производителя

Принципы:

- партнёрство
- открытость финансовых показателей
- быстрое решение проблем с качеством продукции
- совместное управление продажами и ассортиментом
- аудит производства



ТМ «Маслобоево» и ООО «КрасМол»

2023 год

ООО «КрасМол»

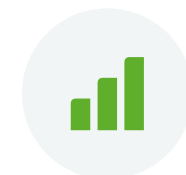
145 тонн/сутки

400

торговых точек с налаженной
прямой логистикой

до 127 SKU

расширен ассортимент
продукции



клиентская база расширена
региональными и федеральными
сетями, в том числе сетью
«Пятёрочка»

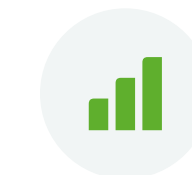
ТМ «Красный Яр»

3,1%

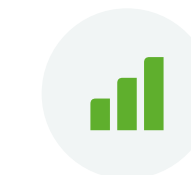
доля в ТО ТМ «Маслобоево»

4,6%

доля в категории
«Молочные продукты»



марка из категорийной стала
зонтичной: яйцо, куриная и
мясная продукция, сыры



каждый 10-й чек содержит
ТМ «Маслобоево»

№ 2

торговая марка в сети
по объёму продаж