

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ЧАТА, НА КОТОРЫЕ НЕ БЫЛИ ДАНЫ ОТВЕТЫ В ЭФИРЕ НА КРУГЛОМ СТОЛЕ «СТМ: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ И ПАРТНЁРСТВО» В РАМКАХ КОНФЕРЕНЦИИ X5 DIALOG 2023

Есть ли перспектива насколько вырастет СТМ через 5 лет?

На рынке ритейла РФ - ориентировочно до 18-20% доли до 2027 года

Есть ли цель по доле СТМ в ассортименте на уровне компании, сети? Например, доля в ассортименте СТМ в сети «Пятёрочка» сейчас 23% к 2026 году должна быть X%... Понятно, что в разных категориях может быть по-разному, но все же... Или вы идете пробным путем, сколько займёт долю, столько и будет?

«Перекрёсток»: есть общая цель как ориентир — 30% , а по категориям она колеблется от 20% до 40%.

«Пятёрочка»: на конференции было озвучено, что торговая сеть «Пятёрочка» идет по пути роста СТМ. К 2027 году доля СТМ планируется более 40%.

За счет чего планируете растить маржинальность СТМ?

В «Перекрёстке» — повышение ценового позиционирования существующих СТМ, запуск новинок преимущественно в СЦС и ВЦС. В «Пятёрочке» — работа с себестоимостью товара и снижение затрат при сохранении и улучшении качества. Стратегические партнерства с производителями и программные закупки.

Планирует ли X5 ввод зонтичных брендов в СТМ? Например, расширить представленность СТМ «Зелёная линия» на все форматы.

Расширение представленности СТМ «Зелёная линия» на другие форматы не планируется.

Одна из стратегий — развитие СТМ, а есть ли исследование потребителей (например, Знание, Потребление, Лояльность). Было бы интересно посмотреть, как потребитель относится к СТМ и брендам в целом.

В торговой сети «Пятёрочка» мы внимательно изучаем, что нужно нашему покупателю, какие группы покупателей и что выбирают больше, что и почему вызывает меньший интерес. Интерес покупателей к СТМ растет, люди готовы покупать аналогичный товар по более доступной цене.

По какой методологии определяется уровень брендозависимости категории?

По принятой на рынке и используемой GFK и Nielsen — пользуемся их данными.

Какой эффект дает дегустация образцов СТМ покупателями?

Рост проникновения в чек, а также лояльность покупателя, понимание особенностей и качества продукта при более низкой цене.

Какими критериями руководствуется директор категории при вводе продукта под СТМ или под брендом в матрицу «Перекрёстка»?

Предложение команды СТМ совместно рассматривается и утверждается с категорией исходя из соответствия CVP сети и целевых KPIs.

Вы говорили про рост инвестиций в аудиты поставщиков. Что это означает? Стало больше аудиторов?

Количество аудитов будет удвоено за счёт роста как собственных ресурсов, так и ресурсов подрядчиков.

Получая результат дегустации поставщику важно максимально понимать насколько он отстаёт или опережает конкурентов и по каким критериям: цена, качество, внешний вид, органолептика, физ-химия и т.д. В каком формате предоставляются результаты тендерной дегустации поставщику? Прозрачна ли информация и результаты других участников.

Даём сравнение по показателям, а названия других поставщиков раскрываем с их согласия.

Какие программы расчета экономической эффективности в «Пятёрочке» и «Перекрёстке», как определяют эффективность, какая планка эффективности должна достигаться поставщиком (метода, алгоритмы, расшивка метрик и прочее)?

РТО, маржа, потери на горизонте 2-3 месяцев. Плюс уровень сервиса.

Какие именно продукты под СТМ употребляют директора по СТМ «Перекрёстка» и «Пятёрочки»?

Касательно «Перекрёстка» — это «Молочный знак», «Зелёная линия», «Маркет», Market Collection, «ПРОСТО», «Шеф». «Пятёрочка» — все марки и категории, особенно Global village, «Рестория».

Формула CVP транслируема для СТМ?

Она равна формуле CVP сети.

Рост цены на продукт прямо пропорционален росту стоимости сырья и комплектующих, что очевидно прослеживается в стакане себестоимости продукта СТМ. Данный рост не всегда принимается сетью в полном объеме, при этом «планка» требований к качеству продукта остается прежней, а в перспективе – будет повышаться. Прокомментируйте, пожалуйста, как сеть планирует сохранять уровень качества продукта СТМ и его цены при динамичном изменении рынка?

За счет стратегических партнерств мы выстраиваем долгосрочное сотрудничество, которое позволяет контролировать цены на составляющие и более гибко реагировать на изменения. Также мы можем сравнить стаканы с/с у разных производителей аналогичного товара, выявить "слабые места" в закупках у производителя и обсудить это.

Цифровизация процесса запуска товаров СТМ планируется? Используется ли в Х5 технологии ИИ в СТМ?

ИИ используется пока точно, для алгоритмизации дополнительного поиска новых нэймингов.