

**КТО ЕЩЕ
ТАК МОЖЕТ?**

X5

КОММЕРЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ

АНДРЕЙ ТРЕТЯК



ПОЛКА ЧИЖИКА
СЕГОДНЯ

1 000

SKU

В РЕГУЛЯРНОМ
АССОРТИМЕНТЕ

49

СОБСТВЕННЫХ
БРЕНДОВ

3 000

SKU

КОЛИЧЕСТВО
ТОВАРОВ ИНАУТ
В ГОД

60%

ЗАКРЫВАЕМЫЕ
ПОТРЕБНОСТИ

50%

ДОЛЯ СБ
В ПРОДАЖАХ

8%

ДОЛЯ ИНАУТ
В ПРОДАЖАХ



ВЫЗОВ #1

ПОКУПАТЕЛЮ НЕ ХВАТАЕТ АССОРТИМЕНТА ЧИЖИКА



1

НЕДОСТАТОЧНАЯ ШИРОТА АССОРТИМЕНТА



2

НЕТ ЛОКАЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА



3

НЕТ ГОТОВОЙ ЕДЫ



ВЫЗОВ #2

**ДЕФИЦИТ
ПОСТАВЩИКОВ
СОБСТВЕННЫХ
БРЕНДОВ
НА РЫНКЕ**



**ЗДЕСЬ
ПОСТАВЩИКОВ
НЕТ**

АМБИЦИЯ

ДОСТИГАЕМ САМОЙ ВЫСОКОЙ ПЛОТНОСТИ ПРОДАЖ



1

РАЗВИТИЕ
РЕГУЛЯРНОГО
АССОРТИМЕНТА

ЦЕЛЬ

1 200 SKU

в регулярном ассортименте

2

ИНАУТ – КЛЮЧЕВОЙ
ИНСТРУМЕНТ РОСТА
ТРАФИКА

ЦЕЛЬ

14%

Доля ИнАут в продажах

3

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ
АССОРТИМЕНТА

ЦЕЛЬ

90%

Доля дифференцированного
ассортимента

4

ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО
НА ТОВАРЫ
СОПОСТАВИМОГО
КАЧЕСТВА

СТРАТЕГИЯ EDLP

РАЗВИТИЕ РЕГУЛЯРНОГО АССОРТИМЕНТА



РАСШИРЯЕМ
БАЗОВЫЕ
ПОТРЕБНОСТИ



УВЕЛИЧИВАЕМ
ГЛУБИНУ
АССОРТИМЕНТА



РАЗВИВАЕМ
КАТЕГОРИЮ
ГОТОВАЯ ЕДА



ВВОДИМ
ЛОКАЛЬНЫЙ
АССОРТИМЕНТ



ЗАПУСКАЕМ
ЕЖЕГОДНЫЕ НОВИНКИ



ЦЕЛЬ

65%

ЗАКРЫТИЕ
ПОТРЕБНОСТЕЙ

1.5

КОЛИЧЕСТВО SKU
НА 1 ПОТРЕБНОСТЬ

1200 SKU

КОЛИЧЕСТВО SKU
В РЕГУЛЯРНОМ
АССОРТИМЕНТЕ

ИНАУТ – КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ РОСТА ТРАФИКА

NON-FOOD

70%

FOOD

30%

ЦЕЛЬ

200
SKU

ИНАУТ
В НЕДЕЛЮ

14%

ДОЛЯ ИНАУТ
В ПРОДАЖАХ

**МАРКЕТИНГОВАЯ
ПОДДЕРЖКА
ПРОДВИЖЕНИЯ ИНАУТ**



ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ АССОРТИМЕНТА

СОБСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ



ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ БРЕНДЫ



ЦЕЛЬ

65%

СОБСТВЕННЫЕ
БРЕНДЫ

25%

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
БРЕНДЫ

90%

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЁРСТВА

ЗАКЛЮЧАЕМ
ДОЛГОСРОЧНЫЕ
КОНТРАКТЫ

3-5

срок контракта



ПРОЗРАЧНАЯ ФОРМУЛА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Исключает постоянные
пересмотры условий и даёт
уверенность обеим
сторонам



ГАРАНТИРОВАННЫЕ ОБЪЁМЫ

Помогают производителям
инвестировать
в расширение мощностей

ЭВОЛЮЦИЯ ПАРТНЁРСТВА



БЫЛО

РИТЕЙЛЕР

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ



БУДЕТ

РИТЕЙЛЕР

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

- ✧ Стандарт качества
- ✧ Упаковка
- ✧ Бренд
- ✧ Цена
- ✧ Технология производства
- ✧ Рецепттура
- ✧ Сырьё
- ✧ Инфраструктура



- ✧ Стандарт качества
- ✧ Упаковка
- ✧ Бренд
- ✧ Цена
- ✧ Технология производства
- ✧ Рецепттура
- ✧ Сырьё
- ✧ Инфраструктура

2020-2028

ВЫБИРАЮ...



2026 - ...

СОЗДАЮ...

**КТО ЕЩЕ
ТАК МОЖЕТ?**

**БЫТЬ
ЛУЧШИМ
В КАЖДОМ ПРОДУКТЕ**



ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ = ПРОДУКТ + УПАКОВКА + ЦЕНА

1
ЛУЧШИЙ
ПРОДУКТ

ВКУС / СОСТАВ / КАЧЕСТВО



2
ЛУЧШАЯ
УПАКОВКА

УДОБСТВО / ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ /
ЭФФЕКТИВНОСТЬ

3
ЛУЧШАЯ ЦЕНА НА
ПОЛКЕ

ЦЕННОСТЬ / СЕБЕСТОИМОСТЬ /
ЛОГИСТИКА

1200^{!!!}  ТОВАРОВ

1200 ЧЕМПИОНОВ

РИТЕЙЛЕР, КОТОРЫЙ СТАЛ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ

