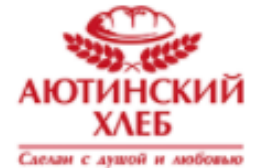


# ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ: более 500 клиентов за 11 лет

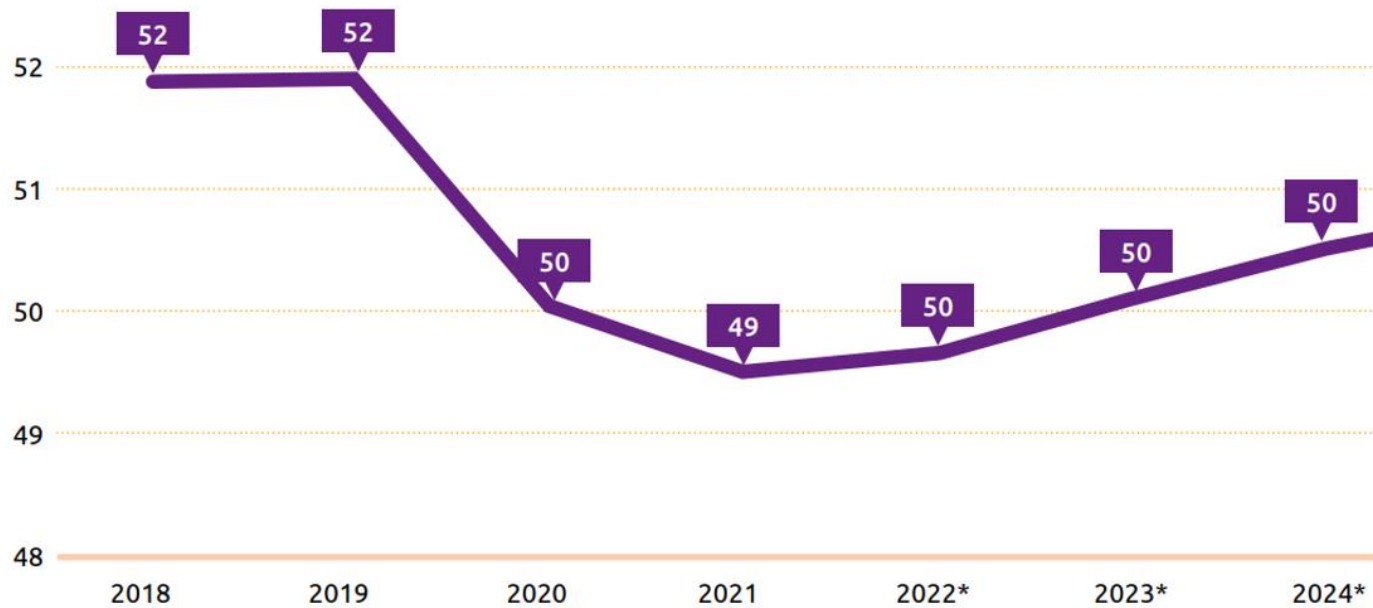


Старт проектов:



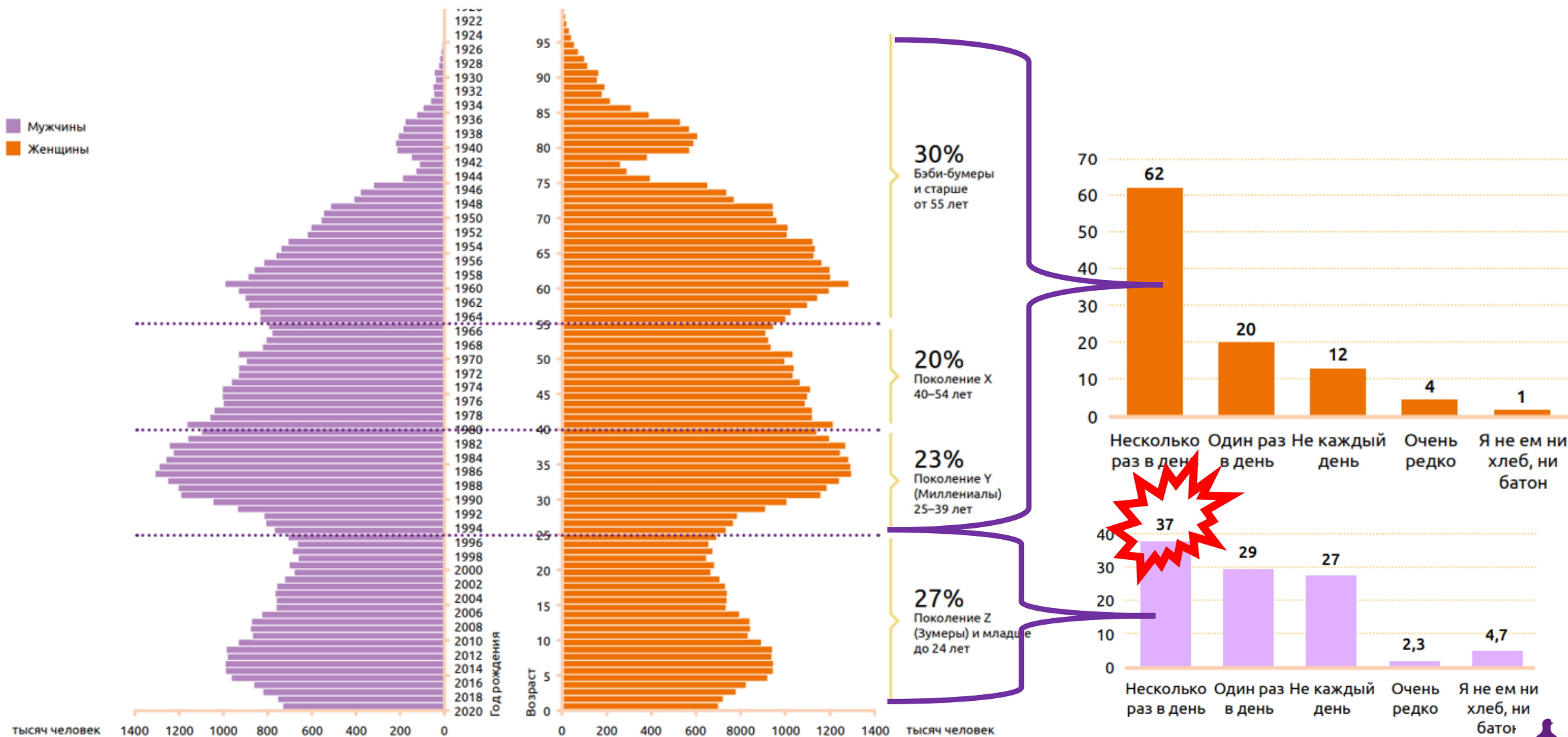
ОАО «Булочно кондитерский комбинат» Казань

# Отраслевые показатели на сегодня

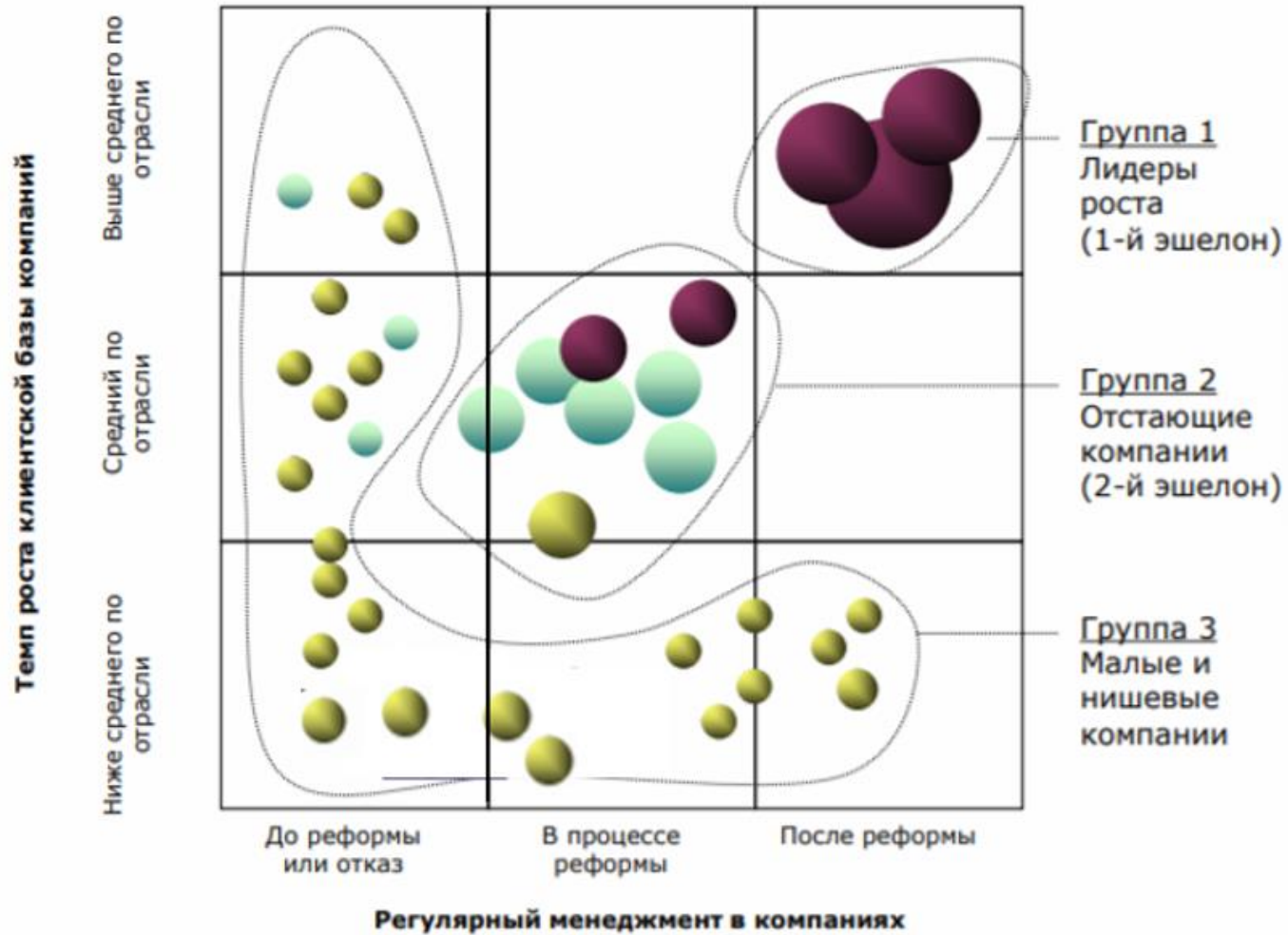


- Потребление сократилось -3 кг в год/ на чел
- Закрылось > 400 предприятий

# Отраслевые перспективы на завтра

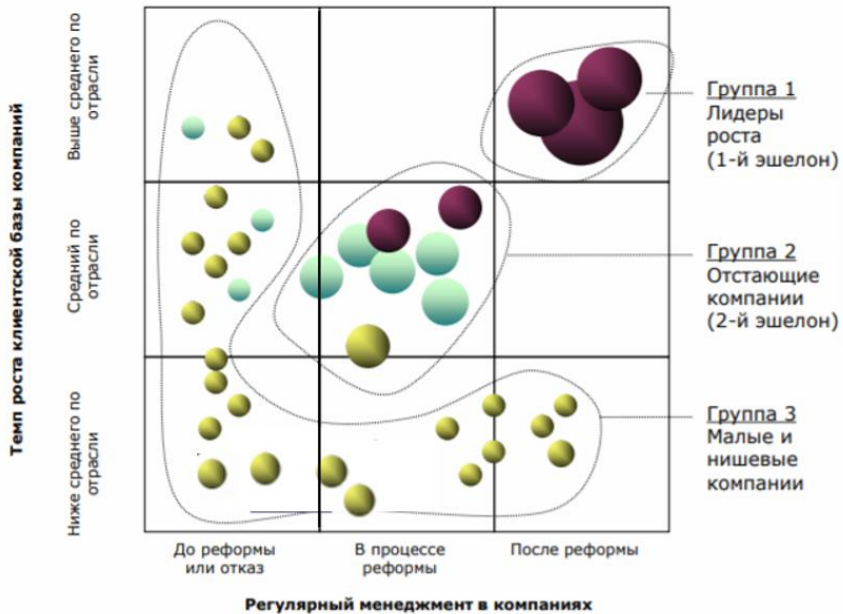


# План развития событий



# План развития событий

1. Эффективность маркетинга
2. Эффективность продаж
3. Связь с клиентом 24/7
4. «Воспитание» потребителя



## Что контролировать

1. Точность планирования
2. Скорость выполнения

# Эффективность маркетинга .Нельзя не ротировать ассортимент

500 торговых точек ежедневно продают на 6000 единиц индустриально ХБИ меньше чем 12 месяцев назад!

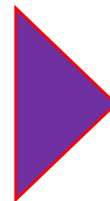
структура потерь индустриального ассортимента на 1 тт в мес. (сравнение 2022 г с 2021 г)	
Мелкоштучные изделия	-100
Хлеб формовой базовый	-95
Изделия сдобные со сладкими начинками	-34
Хлеб белый неупакованный ( в том числе формовой и батоны)	-33
Пироги	-15
Хлеб ржано-пшеничный подовый	-15
Всего каждая тт в ср. сократила продажи на 373 единицы в месяц (~ 1 лоток )	-373

Если за 12 мес в ассортименте предприятия не произошли изменения в категориях Батон, Хлеба пш-рж с добавками, Хлеба ржаные, то нужно:

1. Проверить наличие соответствующей отчетности в 1С и доступ к ней ОМ
2. Поменять KPI ОМ

# Эффективность продаж. Нельзя пассивно собирать заявки

1. Оператор «допродает» товар менее 20% ваших клиентов
2. Младший торговый персонал не имеет SMART задач
3. «Скандинавская» скорость принятия решений



Управленческие ошибки,  
ведущие к низкому уровню менеджмента  
Все это приводит к **передаче объема конкуренту**

# Эффективность продаж. Нельзя пассивно собирать заявки

1. Оператор «допродает» товар менее 20% ваших клиентов
2. Младший торговый персонал не имеет SMART задач
3. «Скандинавская» скорость принятия решений

Управленческие ошибки,  
ведущие к низкому уровню менеджмента  
Все это приводит к **передаче объема конкуренту**





# «Воспитание» потребителя. Нельзя игнорировать возможность

Задумываетесь ли Вы о здоровом образе жизни?



Различия по полу



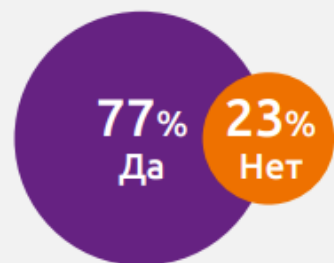
Женщины  
82% Да  
18% Нет



Мужчины  
67% Да  
33% Нет

# «Воспитание» потребителя. Нельзя игнорировать изменения

Задумываетесь ли Вы о здоровом образе жизни?



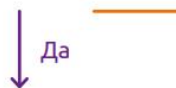
Различия по полу



Женщины  
82% Да  
18% Нет



Мужчины  
67% Да  
33% Нет



Предпринимали ли Вы в этом месяце новые действия на пути к здоровому образу жизни?

54%  
Да, в этом месяце я сделал(-а) новые шаги к здоровому образу жизни



46%  
Изменение не было. Я и так придерживаюсь здорового образа жизни

Город с населением 100 000 чел

Ежедневно **14 тонн** ХБИ потребляют люди, озадаченные идеей ЗОЖ

# «Воспитание» потребителя. Нельзя игнорировать изменения

15 руб



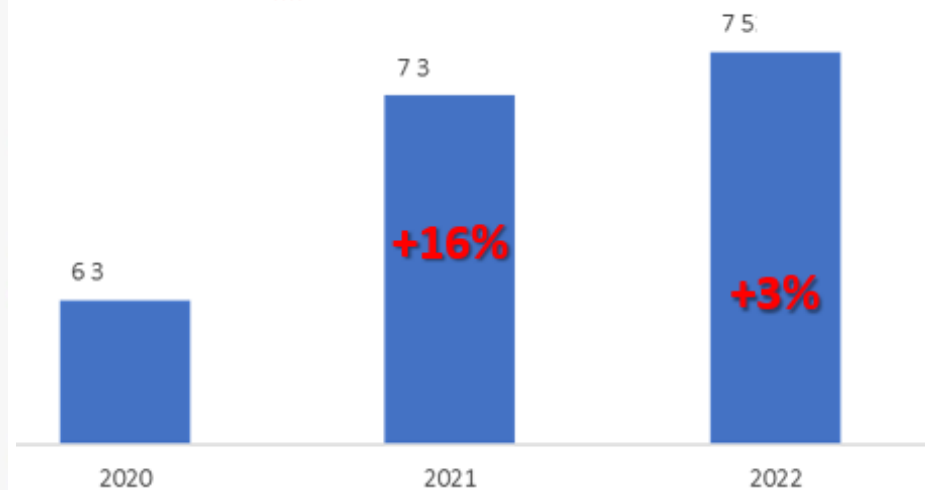
30 руб



# «Воспитание» потребителя. Нельзя игнорировать изменения

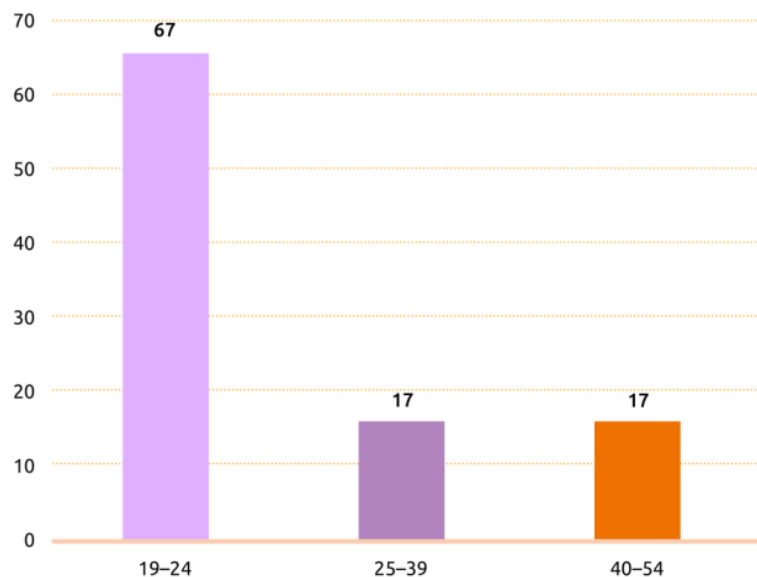


Динамика продаж по линейке  
млн. ед. продукции



# «Воспитание» потребителя. Нельзя игнорировать изменения

Результаты опроса.  
Отказ от потребления хлеба, %



Потребители, которые не едят хлеб, в качестве наиболее предпочтительного субститута выбирают твердые хлебцы (31%), остальные варианты равнозначны по вероятности: хлебцы воздушные, сэндвич, бургер, хот-дог и т.д.

Хлебцы создают иллюзию правильного питания, в то время как обычные хлебобулочные изделия не всегда соотносятся со здоровым питанием

## Что сделать

1. Эффективность маркетинга – Запустить новинки
2. Эффективность продаж – Мотивировать на продажи сверх тренда
3. Связь с клиентом 24/7 – использовать IT технологии
4. «Воспитание» потребителя – привлекать и объяснять покупателю УТП через упаковку

## Что контролировать

1. Точность планирования
2. Скорость выполнения



[info@vatelmarketing.ru](mailto:info@vatelmarketing.ru)  
[maljavina@vatelmarketing.ru](mailto:maljavina@vatelmarketing.ru)  
+7 (911) 957 64 88

