



Высшая школа маркетинга  
и развития бизнеса

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

Павел Михайлов  
Руководитель студии маркетинга  
«Бизнесинг-M807.RU»

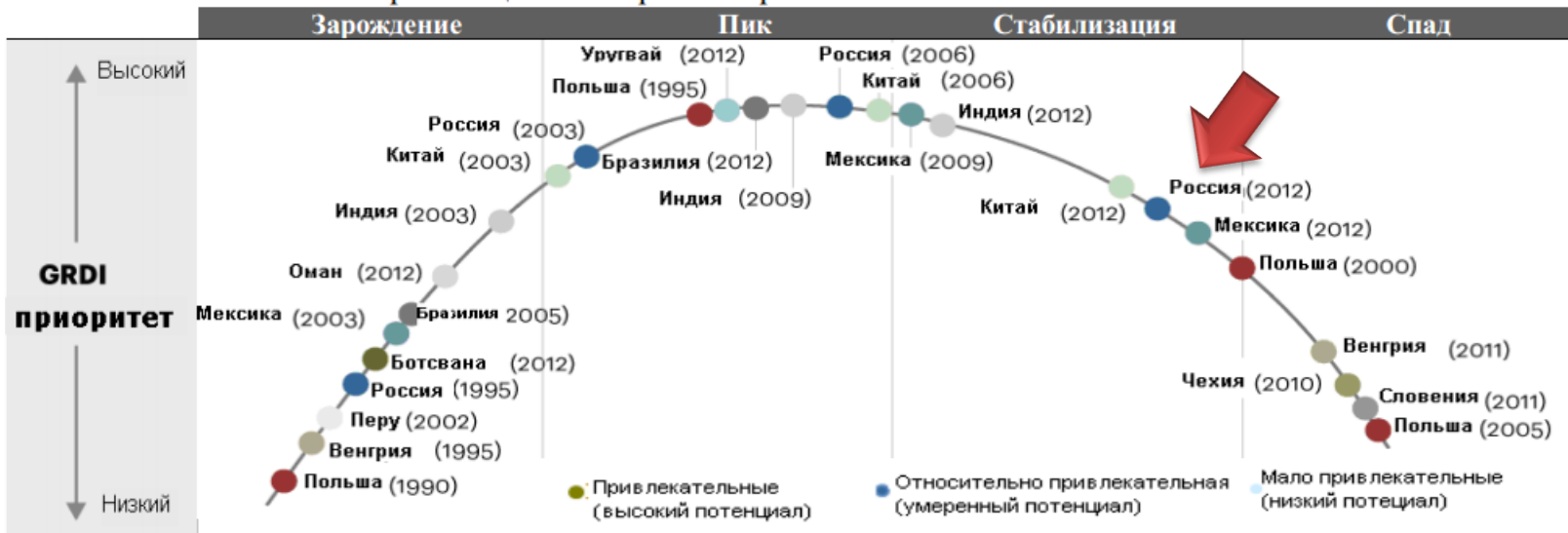
---

«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

## ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ – «СТАБИЛИЗАЦИЯ»

Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI

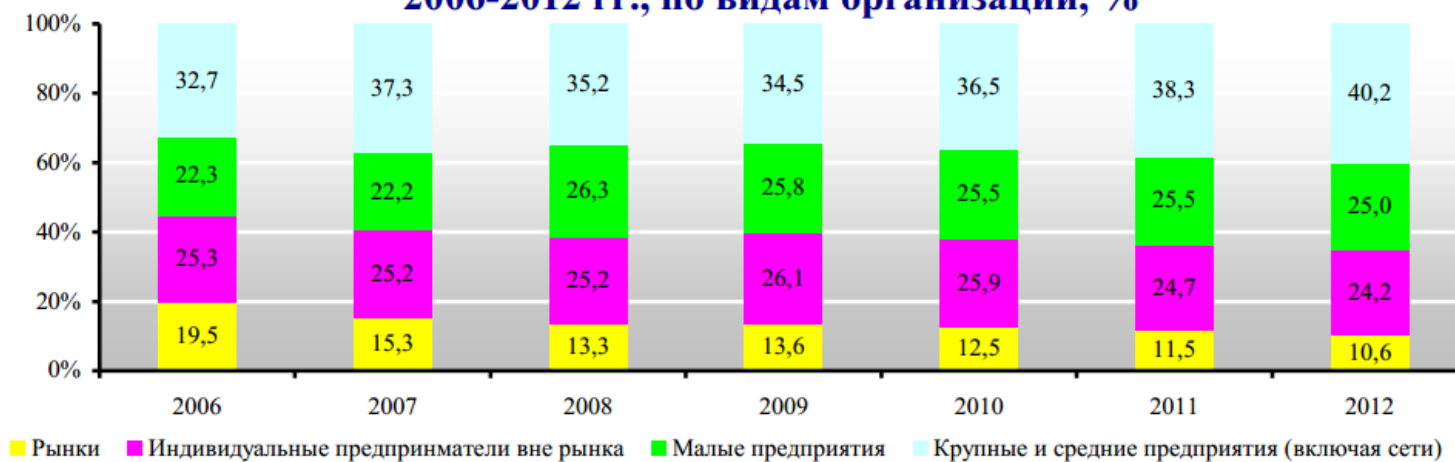


«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

**> 40% - ДОЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Структура формирования оборота розничной торговли в  
2006-2012 гг., по видам организаций, %



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

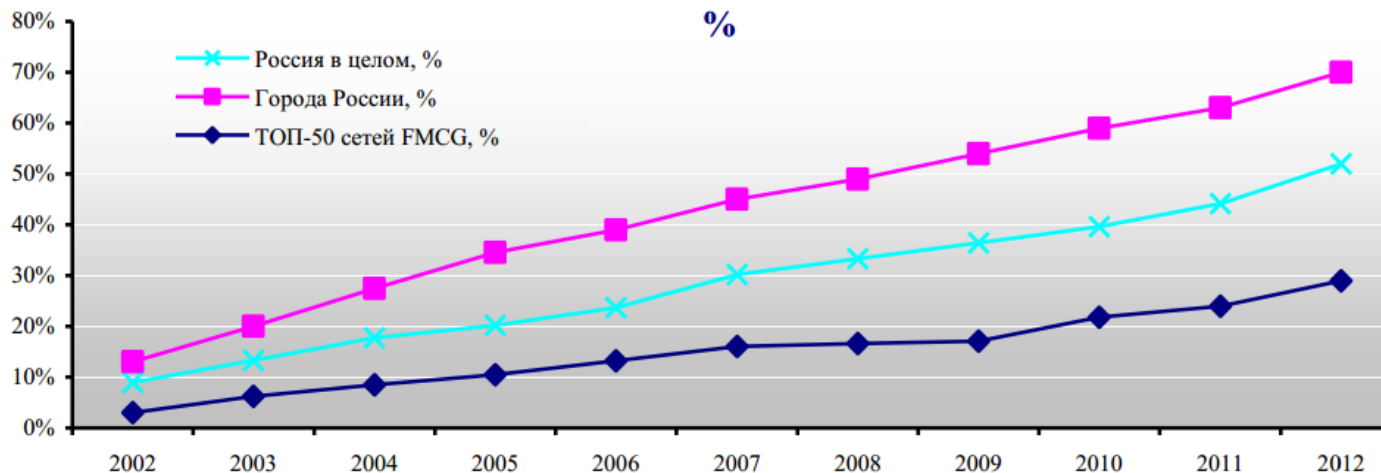
ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА  
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

> 50% - ДОЛЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ

Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2002-2012 гг., %



# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

## ОСНОВНОЙ ТРЕНД – УСИЛЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ



Наиболее динамичный рост площадей характерен для формата гипермаркет (рост за 2002-2012 гг. в 21,7 раза) и дискаунтер (рост за 2002-2012 гг. в 19,4 раза).

VI этап (с 2012 года по н.в.)

Замедление роста экономики и доходов населения, рост процентных ставок по банковским кредитам, сокращение темпов роста потребительского кредитования

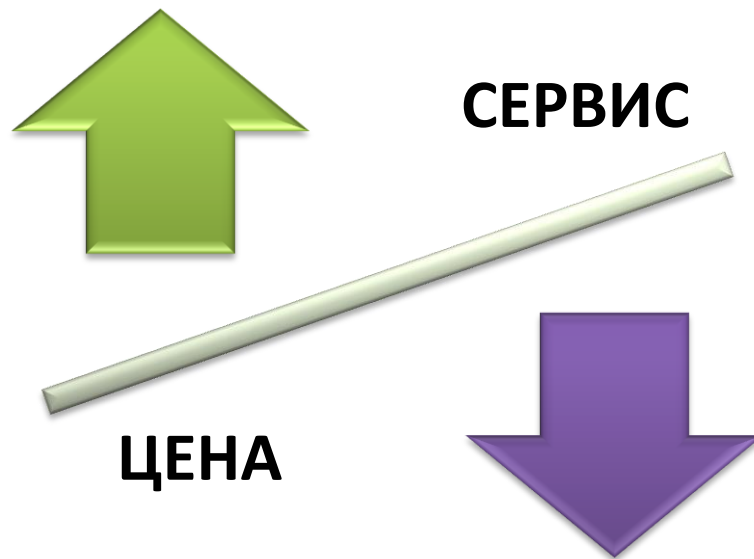
Усиление конкуренции на рынке крупнейших городов, активизация экспансии федеральных ритейлеров в регионы с низким уровнем конкуренции, небольшие города и населенные пункты, ухудшение состояния региональных ритейлеров. Федеральные ритейлеры усиливают фокус на развитии СТМ и прямого импорта.

Источник: данные ИА "INFOLine"

*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

**ФОРМУЛА ВЫЖИВАНИЯ**



*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

## СНИЖЕНИЕ ЦЕНЫ (ИЗДЕРЖЕК)

- *Развитие различных форм самообслуживания покупателей*
- *Автоматизация и полифункциональность сотрудников*
- *Усиления контроля на всех уровнях*
- *Оптимизация логистической цепи (РЦ, график поставок)*
- *Системы мотивации, привязанные к общему результату*
- *Экономия на дополнительном сервисе*
- *Развитие частных торговых марок*
- *Прямые поставки от товаропроизводителей*
- *Центролизация*
- *Экономия за счет эффекта масштаба*

## Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

### ПОВЫШЕНИЯ СЕРВИСА (КАЧЕСТВА)

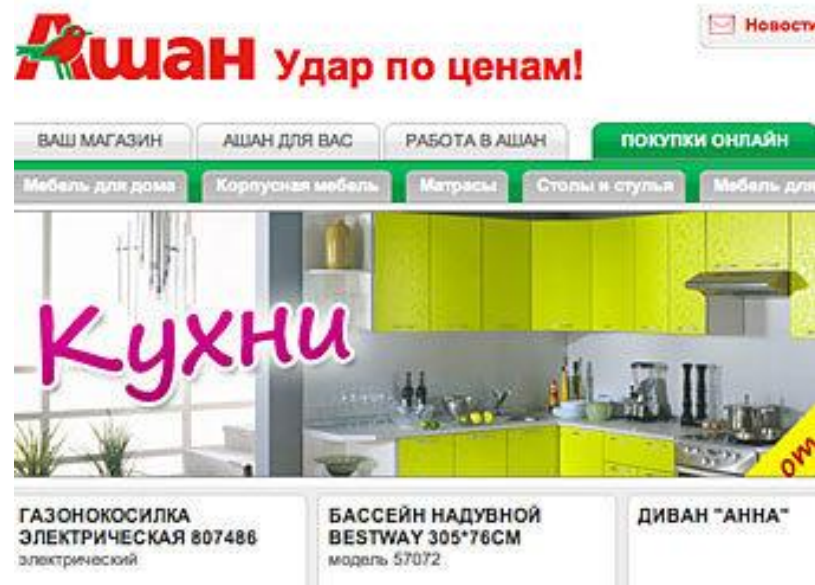
- *Свежесть и дополнительный контроль качества*
- *Эксклюзивный ассортимент*
- *Новинки*
- *Консультации в торговом зале*
- *Внедрение программ лояльности*
- *Доставка*
- *Агрессивная реклама*
- *Персонализация маркетинговых коммуникаций*
- *Постпродажное обслуживание*
- *Комфорт во время совершения покупки*



«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

## Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

«НОВЫЕ» ФОРМАТЫ - ИНТЕРНЕТ



The screenshot shows the Ashan website homepage. At the top, the logo 'Ашан' is displayed in red with a green bird icon, followed by the slogan 'Удар по ценам!' (Price shock!). A 'Новости' (News) button is in the top right corner. Below the header is a navigation bar with buttons for 'ВАШ МАГАЗИН', 'АШАН ДЛЯ ВАС', 'РАБОТА В АШАН', and 'ПОКУПКИ ОНЛАЙН'. A secondary navigation bar lists product categories: 'Мебель для дома', 'Корпусная мебель', 'Матрасы', 'Стол и стулья', and 'Мебель для...'. The main banner features a kitchen with yellow cabinets and the word 'Кухни' in large pink letters. Below the banner are three product listings: 'ГАЗОКОСИЛКА ЭЛЕКТРИЧЕСКАЯ 807486 электрической', 'БАСЕЙН НАДУВНОЙ BESTWAY 305\*76CM модель 57072', and 'ДИВАН "АННА"'.

*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

**«НОВЫЕ» ФОРМАТЫ – ТЕРМИНАЛЫ ОПЛАТЫ**



*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

**«НОВЫЕ» ФОРМАТЫ – ФЕРМЕРСКИЕ ПРОДУКТЫ**



«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

## «НОВЫЕ» ФОРМАТЫ - СВЕЖЕСТЬ



«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

«НОВЫЕ» ФОРМАТЫ – ВИРТУАЛЬНЫЕ ВИТРИНЫ



*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

## СПЕЦИФИКА ОФФЛАЙНА



*«СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОЧЕК ПРОДАЖ НОВЫХ ФОРМАТОВ»*

# Новые форматы и специфика организации продаж оффлайн

**РЕШЕНИЕ – СИНЕРГИЯ ФОРМАТОВ**

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ