



Дистанционный курс  
«Стратегии работы с торговыми сетями»  
17, 18, 24, 25 Апреля 2023 г. с 14:00 до 16:00

ПРАКТИКУМ  
**ЛЕОНОВ**  
ПОСТАВЩИКА

## ДИСТАНЦИОННЫЙ КУРС ПРАКТИКУМ ПОСТАВЩИКА: «СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ»

### КУРС будет вам интересен, если вы:

- Коммерческий директор.
- Директор по работе с ТС.
- Менеджер по работе с федеральными торговыми сетями.
- Сотрудник маркетинга или торгового маркетинга

### Дата онлайн практикумов: 17, 18, 24, 25 АПРЕЛЯ 2023 Г. С 14:00 ДО 16:00

- Формат онлайн (Zoom)
- Открытый формат (участники из разных компаний)

### Структура тренинга:

- 4 онлайн практикума по решению кейсов в группе из 3-4 участников
- 8 часов домашних заданий и тестов
- 4 часа просмотра видео с теорией

### СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

- 1 участник 14.990 рублей (для физических лиц)
- 1 участник 21.990 рублей (для юридических лиц, НДС не облагается)
- 2 участника 18.490 рублей/уч. (для юридических лиц, НДС не облагается)
- 3 участника 15.490 рублей/уч. (для юридических лиц, НДС не облагается)

### КОНТАКТЫ:

Дмитрий Леонов, тел. +7 (916) 600-17-69, E-mail – [dmitry@leonov.consulting](mailto:dmitry@leonov.consulting)

## ПРОГРАММА КУРСА

### 1. КАРТА РЫНКА РОССИИ И КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

- Дифференциация торговых сетей в РФ и драйверы роста розничных форматов.
- Розничные форматы и их потребности.
- Стратегии закупок торговых сетей.
- Стратегии и основные направления роста федеральных торговых сетей.
- Стратегии роста производителей в торговой сети в зависимости от рыночного положения.

**Бизнес-кейс** Стратегия годовых переговоров X5, Магнит, Вкусвилл, Светофор.

### 2. БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И ЦИКЛОГРАММА РАБОТЫ С СЕТЬЮ

- Сегментация поставщиков. Процессы ввода и вывода поставщиков.
- Пересмотр товарных категорий. Консультирование как начало категорийного капитанства.
- Организационная диаграмма сети и функционал ключевых должностей.
- Переговорные процессы и скрипты (роли участников переговоров).
- Каскадирование планов на поставщиков в категории.
- Как каскадировать внутренние процессы сети, правильно создавать сервисы и стать «предпочитаемым поставщиком».

**Бизнес-кейс:** Циклограммы работы с X5, Магнит, Лента и другими ритейлерами.

### 3. КРІ И ПОТРЕБНОСТИ БАЙЕРА

- КРІ сотрудников, участвующих в переговорном процессе.
- КРІ товарных категорий, в зависимости от их категорийной стратегии и розничного формата.
- Как закрыть потребности байера в областях: покупатель, форматная специфика, показатели сети, ассортимент продукции, промо, взаимодействие с поставщиками, логистика, финансы.
- Информационные, переговорные и процессные потребности байера. Как их можно удовлетворить.

**Бизнес-кейс:** Особенности КРІ в X5, Магнит, Вкусвилл, Светофор, онлайн-ритейлера и т.д.

### 4. ПРИОРЕТИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ. МАТРИЦА «ВЗАИМНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ» ТОРГОВОЙ СЕТИ И ПОСТАВЩИКА.

- Как составить матрицу «взаимной привлекательности» поставщика и торговой сети и какие стратегии нужно разработать производителю на ее основе.
- Как выявлять факторы привлекательности вас как поставщика и использовать на переговорах.
- Как правильно идентифицировать и интерпретировать факторы привлекательности торговой сети и использовать для приоретизации инвестиций (коммерческих условий).

**Бизнес-кейс:** Создание матрицы взаимной привлекательности для компании и по-сегментных стратегий работы с торговыми сетями на 4-х примерах.

### 5. СТРАТЕГИЯ ПОСТАВЩИКОВ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК (СТМ) ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

- Зачем КАМ знать стратегию СТМ своего клиента, если вы не производите СТМ?
- Стратегии «квази-брендов», «бренда розничного дома», «дома розничных брендов».
- Стратегии торговых сетей по отношению к поставщикам СТМ.
- Стратегии производителя по совместным СКЮ и эксклюзивным торговым маркам.
- Стратегии поставщика СТМ (стратегия продаж, R&D, маркетинга, финансов и производства).

## 6. ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

- Как сети устанавливают полочную цену в зависимости от корзины (BB1, BB2) KVI и т.д.
- Реакция EDLP и HILO стратегии производителей.
- Переговоры с сетями, когда на полках их конкурентов ваш товар дешевле.
- Стратегии повышения цен в федеральных сетях.

## 7. ПРОМО-СТРАТЕГИЯ ПОСТАВЩИКА

- Работа персонализированной и таргетированной рекламой.
- Конверсии бренд-планов в промо-планы. Учет KPI брендов при работе с media-kit сети.
- Как прибыльно участвовать в программах лояльности и Едадил.
- Создание промо-стратегии.

### Решение бизнес-кейса:

- Сегментирование поставщиком своего товарного портфеля для участия в акциях в торговой сети (по медиа-киту).

## 8. СТРАТЕГИЯ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА ПОСТАВЩИКА

- Стратегии мерчендайзинга: Zero, Cherry-picking, Total war, Shadow Cavalry
- Событийный мерчендайзинг при ценовых промо и при запуске новинок.
- Как создать мерчендайзингом дополнительную информационную ценность для байера.
- Специфика и тонкости мерчендайзинга в локальных и федеральных сетях.

## 9. АССОРТИМЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОСТАВЩИКА

- Стратегия ротации ассортимента.
- Стратегии ввода новинок, сезонности, событийности.
- Разведение ассортимента между сетями, условные СТМ, эксклюзивные СКЮ.

**Бизнес-кейс:** Разработка и применение ассортиментных стратегий к заданному товарному портфелю производителя.

## 10. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ

- Инструменты бюджетирования: факторный анализ, по-клиентное планирование, ежеквартальный пересмотр и коррекция бюджетов, совместное планирование.
- Оптимизация инвестиций в торговые сети. Инструменты оценки инвестиций. Принцип бюджетирования торговых каналов и клиентов.
- Как создать систему KPI и их контроля для оценки работы с сетями.

**Бизнес-кейс:** Принятие решения по распределению инвестиций с X5, Магнит, Лента и др. ТОП10 онлайн и офлайн ритейлерами.

## **11. САМОРАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРА ПО РАБОТЕ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ.**

- Понятие «ключевого клиента». Ключевые компетенции КАМ, необходимые для эффективной работы с приоритетными для поставщика торговыми сетями.
- Выявление компетенции для саморазвития и набор мероприятий, необходимых для их развития.
- Hard и Soft навыки. Важность знания внутренних процессов своего клиента.