

Инструменты развития СТМ в экосистеме «Почта России»

Спикер: Головизнин Илья

18 сентября 2024 года



Команда СТМ



Головизнин Илья

Руководитель Департамента по ассортименту, категорийному менеджменту. Ценообразованию и товародвижению.



Филиппова Екатерина

Руководитель направления по развитию СТМ



Шахова Нателла

Руководитель направления по организации закупок СТМ Non-food



Ширвари Олег

Руководитель направления по дизайну СТМ



Мушкарина Наталья

Руководитель направления
Отдел маркетинговых коммуникаций

Миссия и стратегия развития

Наилучшим образом соединяя цифровой и физический миры, мы повышаем доступность информации, товаров и услуг, способствуя достижению национальных целей развития Российской Федерации и помогая каждому жить в современном мире и меняться вместе с ним.

Наша задача: Быть всегда рядом

01

Наша география

38 тыс.

Отделений по всей
стране

02

Наши клиенты

14,3 млн

Пенсионерам
доставляется пенсия

03

Наши отделения

73 %

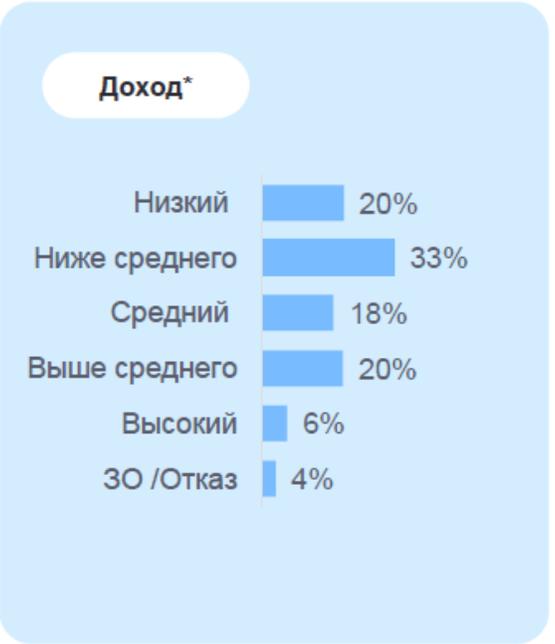
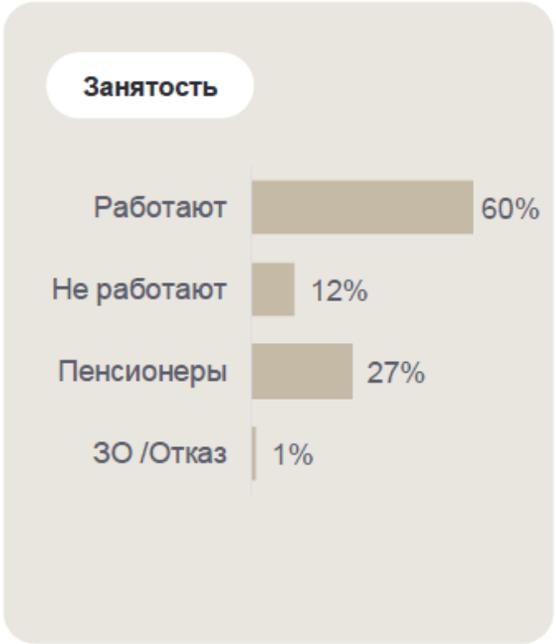
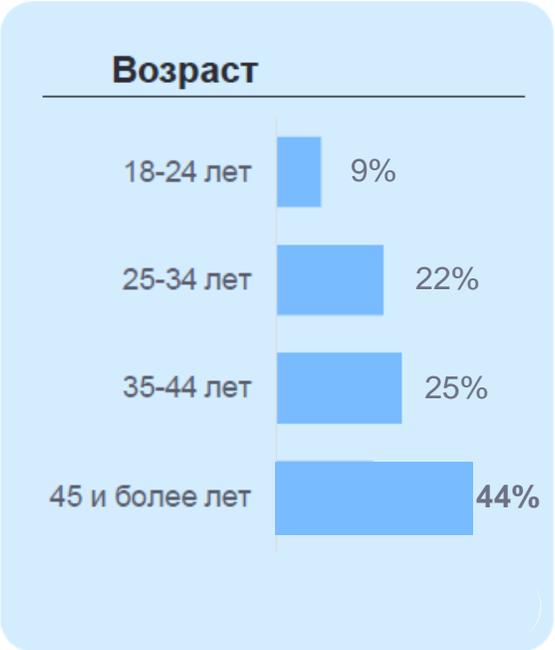
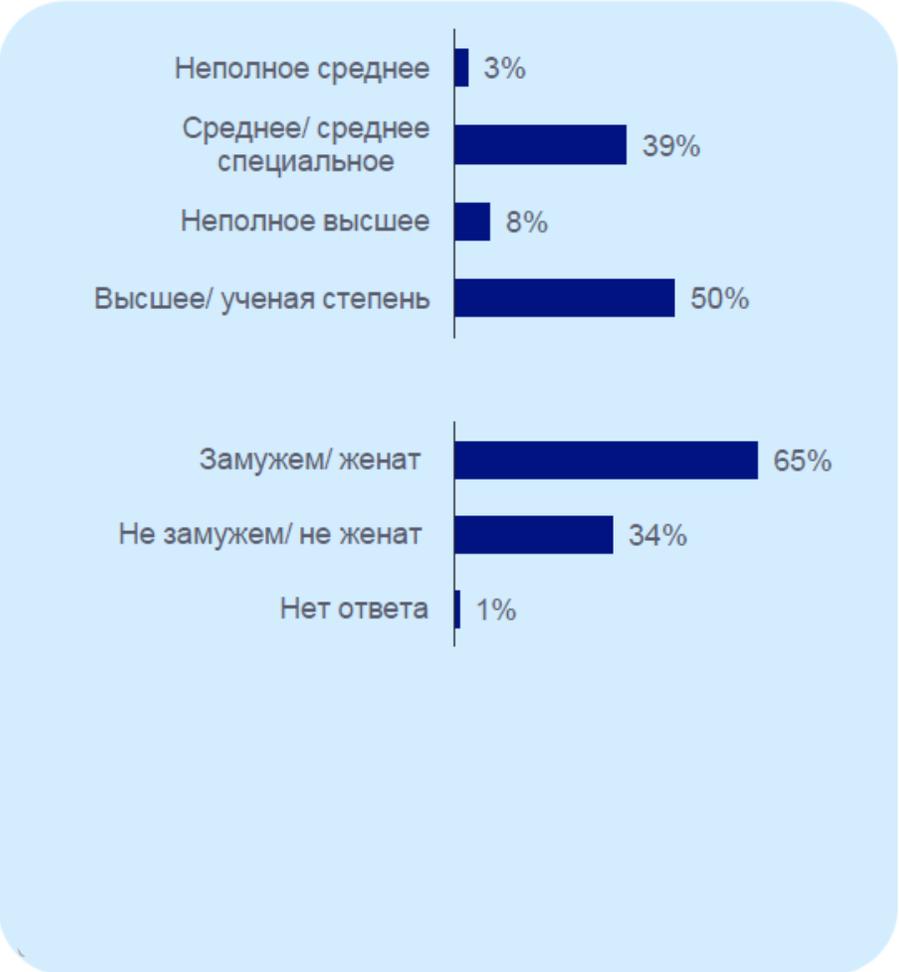
Сельские отделения

27 %

Городские отделения

Профиль потребителя

Образование и семейное положение



Портфель брендов



Почтовая марка – Качественные товары и продукты российских производителей по доступной цене. Основные товары потребительской корзины

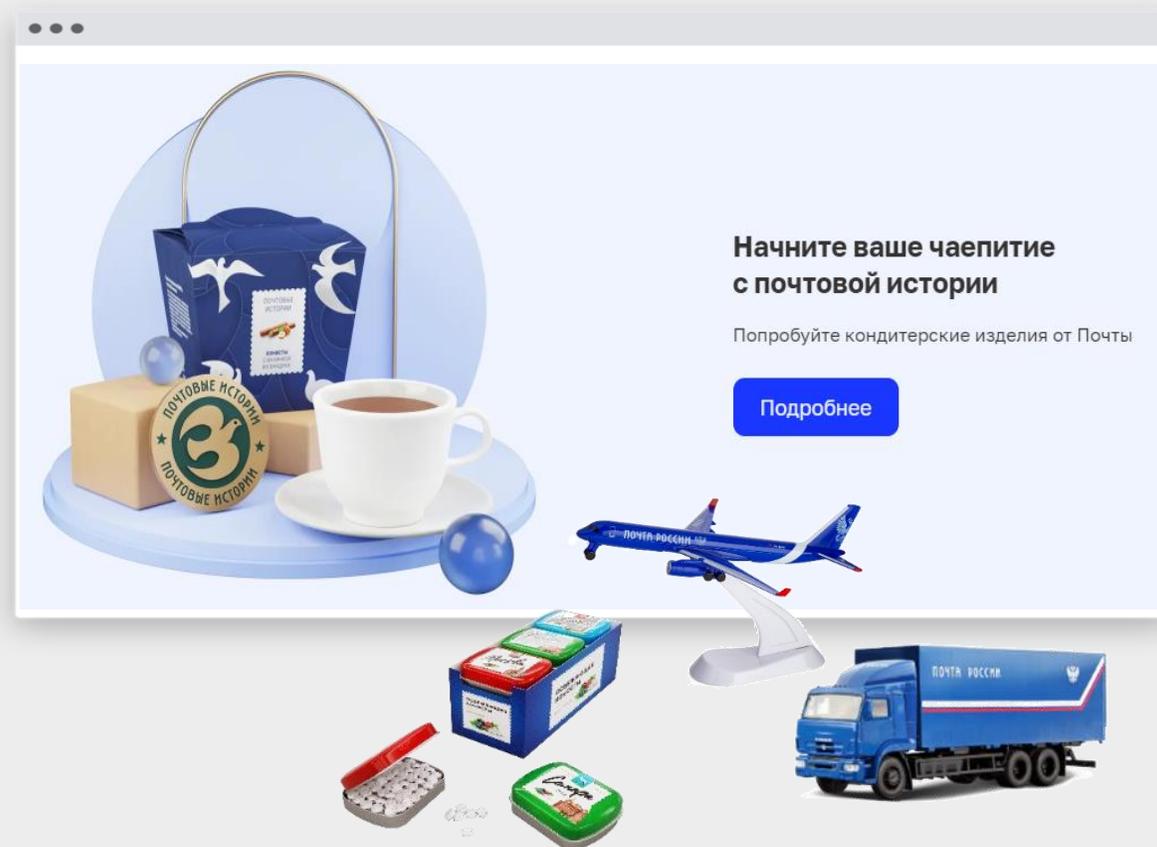


Почтовые истории – для нескучного чаепития. Почта России делится интересными историями и помогает создавать уютную атмосферу. Продукты в подарочной упаковке, подходящие в качестве подарка или сувенира.

**ПОЧТА
РОССИИ**

Сувенирная продукция/Эксклюзивные товары - металлические модели автопарка Почты России, кондитерские изделия в жестяной упаковке коллекция городов России.

Единая концепция бренда Почты России и собственной торговой марки накладывает дополнительную ответственность, так как в глазах потребителя формирует зависимость имиджа Компании от качества продукции СТМ.



Наш выбор позиционирования



Ассортимент

целевые категории – бакалея и консервация, кондитерские изделия, безалкогольные напитки/бытовая химия;
доля СТМ - 30%



Ценообразование

Не менее 5% ценового преимущества над конкурентами в зависимости от категории



Локация

38 тыс. отделений связи
открытая выкладка на стеллажах



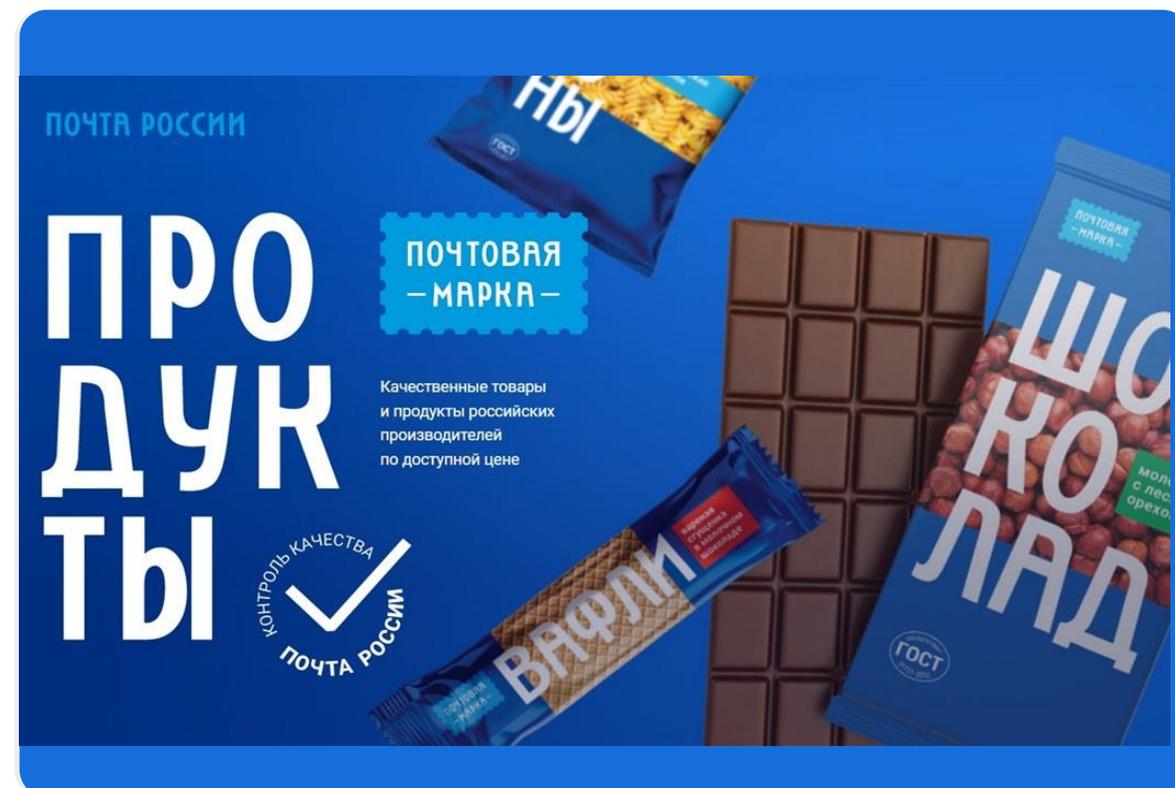
Коммуникации

Реклама в ОПС, online рассылки, продвижение почтальонами, каталоги и РИМ

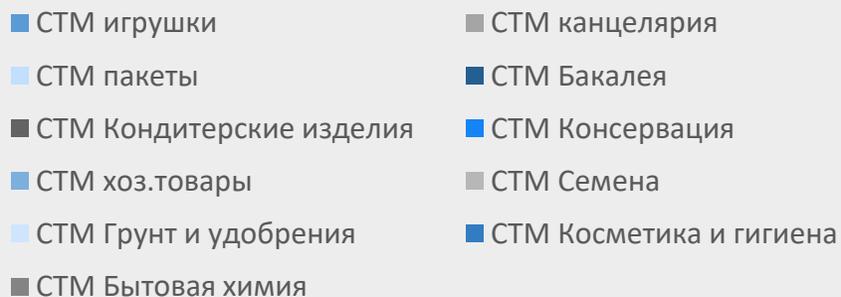


Покупательский опыт

Базовые стандарты сервиса – честные и справедливые цены (без промо)



Итоги 2024



Доля новинок
в выручке 2024г.

24%

по итогам продаж 2024 выручка
новых позиций в общей выручке
STM

Продукты STM

+89%

Доля продуктов STM в общей
выручке продуктов
увеличилась с 9% до 17%

Доля кондитерских изделий STM в релевантном ассортименте

мюсли STM	100%
ваф.конфета STM	25%
Освеж.конфеты STM	68%
глазированные конфеты STM	12%
Конфеты в коробках STM	70%
леденцы STM	84%
шоколад STM	44%
ваф.трубочки STM	83%
крендель STM	95%
палочки STM	93%
печенье с изюмом STM	41%
сэндвич-печенье STM	36%
сухари STM	83%
сушки STM	72%

СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА

Доля СТМ в категориях

- 90% запусков товар СТМ становятся лидерами продаж
- 44% доля шоколад СТМ в категории шоколада
- 59% доля мучной группы СТМ



НАШ КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Продукт

Плейсмент

Почтальоны

Стратегия 3P. Product

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Эксклюзивный ассортимент дает несколько преимуществ:

- Увеличение количества импульсных покупок,
- Увеличение лояльности покупателей,
- Добавленная ценность;
- Создает у покупателей ощущение эксклюзивности и сопричастности, делая конкретные товары очень желанными,
- Почтовая упаковка дает гарантию безопасности почтового отправления.



Почтовые товары



Коллекционные освежающие конфеты



Сувенирная продукция

Стратегия 3P. Product

Эксклюзивное торговое предложение

Коллаборация — удачный повод для расширения ассортимента, привлечь внимание и новую аудиторию, поменять визуальный стиль, решиться на эксперимент. Это отличный генератор контента для соцсетей.

31% покупателей

делают импульсные незапланированные покупки для детей

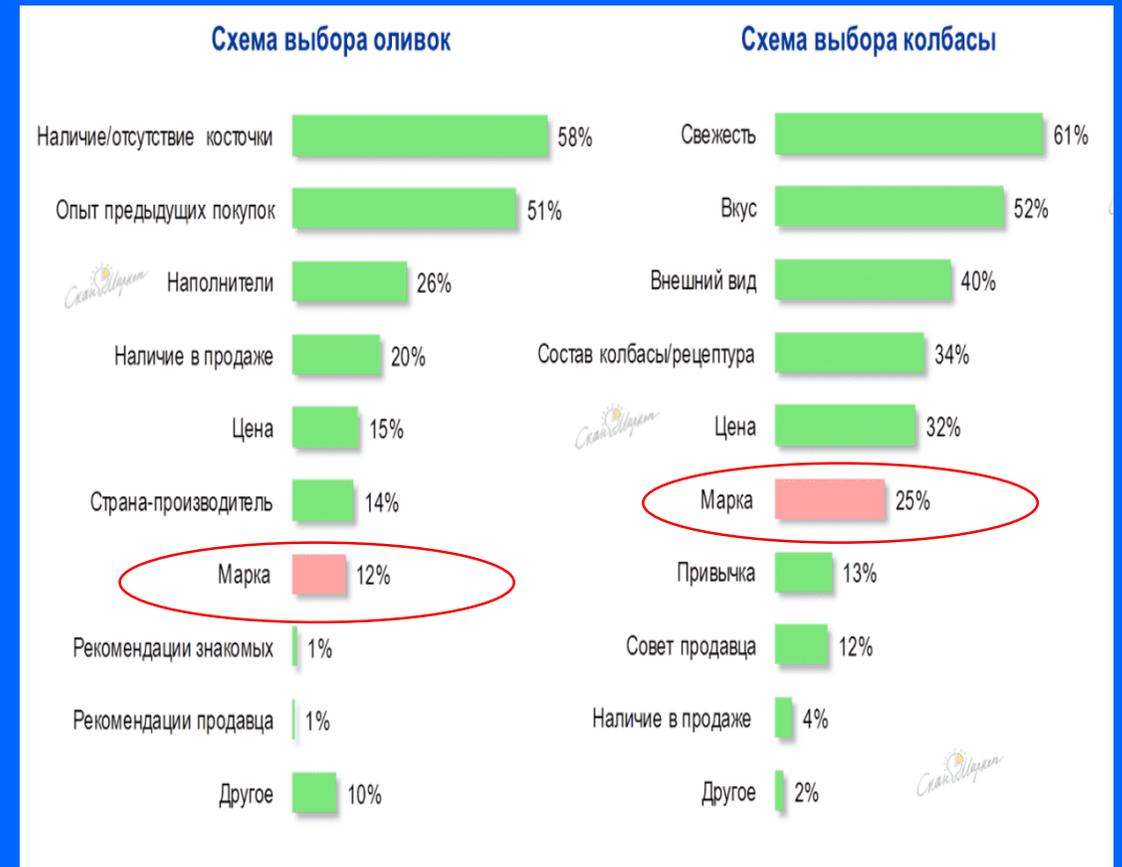
СОЮЗ
МУЛЬТ
ФИЛЬМ



Качество продукции

В условиях роста мирового населения и спроса на продукты питания происходит повышение интенсивности и индустриализация секторов растениеводства и животноводства, что создает как новые возможности, так и новые угрозы для качества и безопасности продуктов питания

Примеры влияния торговой марки в отдельных ТГ при выборе товара



Система управления качеством СТМ



Контроль сертификационных органов



Процедура при несоответствии качества продукции

1. Инициация экспертизы
2. В случае несоответствия Поставщику дается срок на устранение недостатков
3. В случае нарушения сроков устранения недостатков Поставщик выплачивает пени за каждый день просрочки
4. Если в приемлемый срок для Покупателя Поставщик не устранил недостатки, то Покупатель может принять решение о расторжении договора

Стратегия 3Р. Postmen

Лидеры мнений

Почтальоны – это Лидеры мнений внутри социальной группы.

Они оказывают значительное влияние на клиентов за счет того, что пенсионеры их знают и доверяют

Доля продаж почтальонов в выручке 2024г.

37%

по итогам продаж 2024 выручка позиций в общей выручке СТМ



Принцип выкладки СТМ

- Наглядность
- Системность
- Достаточность
- Эффективность

Доля продаж в
прикассовой зоне
в выручке 2024г.

28 %

по итогам продаж 2024 выручка
позиций в общей выручке СТМ

84% покупателей

делают импульсные незапланированные покупки в ритейле



Ресурсы для рекламы

Самолеты, поезда, автомобили, баржи – это самые распространенные виды транспорта, которые использует Почта. Но кроме них почтовики доставляют отправления и на вертолетах, лодках, моторных судах, катерах, снегоходах, паромах, паромах в сопровождении ледоколов.



Номинация в премии дает возможность презентовать продукты СТМ, поделиться достижениями и успехами в СТМ, привлечь внимание аудитории и медиа к бренду, повысить лояльность потребителей и получить признание экспертного сообщества рынка

Признание экспертного сообщества

Участие в номинациях

Retail Tech 2022

Номинация

Самая широкая география

Best for Life Design Awards 2023

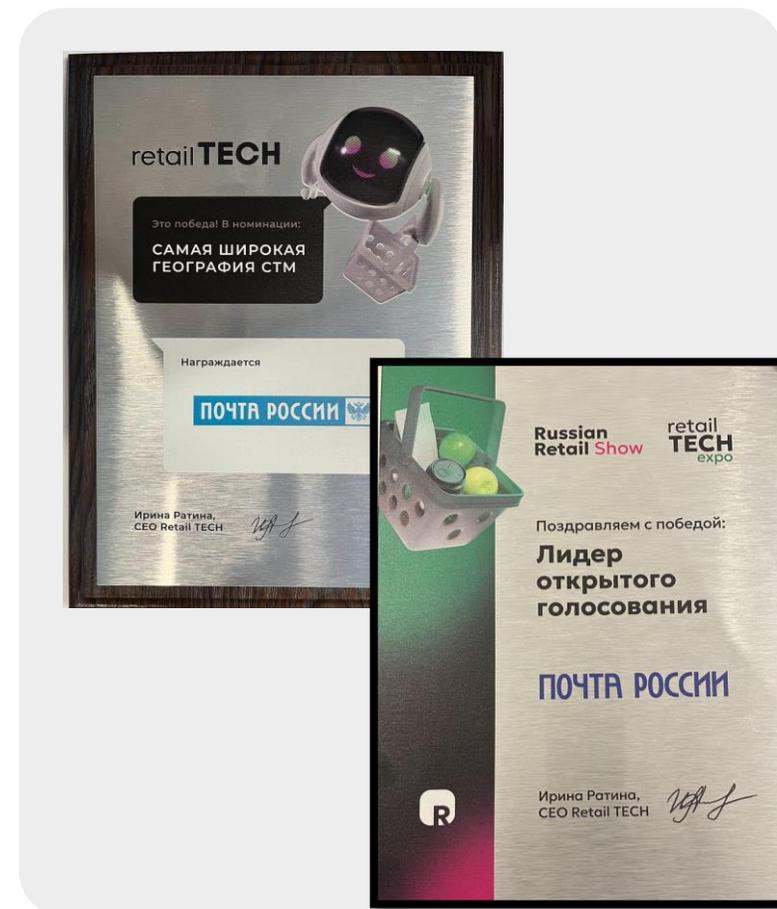
Номинация

Лучший дизайн упаковки

Retail Tech 2023

Номинация

Лидер открытого голосования



Причины успеха

- ❑ Востребованный ассортимент
- ❑ Попадание с ценой для целевых покупателей
- ❑ Качество товаров (большой % повторных покупок)
- ❑ Выкладка в лучших местах
- ❑ Мотивация персонала
- ❑ Сарафанное радио (покупатели делятся со знакомыми)

