



**ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ
ФИРМЕННОЙ СЕТИ МАГАЗИНОВ
ЗДОРОВЫХ ПРОДУКТОВ
«УГЛЕЧЕ ПОЛЕ. ОРГАНИК МАРКЕТ»**





ВОЛКОВА ТАТЬЯНА

- Активный участник рабочих групп Комитета Государственной Думы по аграрным вопросам и Министерства сельского хозяйства РФ по разработке законодательства об органической продукции
- Являлась руководителем ООО «Органик эксперт» - первого в России аккредитованного органа по сертификации органического производства
- В настоящее время – Генеральный директор сети магазинов «Углече Поле. Органик маркет»



КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННОЙ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ОРГАНИЧЕСКОГО БРЕНДА «УГЛЕЧЕ ПОЛЕ»



- Полный ассортимент продукции бренда – более 250 наименований молочной и мясной продукции
- Большинство позиций мясной продукции можно приобрести только в магазинах собственной розничной сети
- Собираем полную корзину органической продукции
- Персонализация – знаем покупателей по именам



«МЯСО И МЯСНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ», «МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ», «СЫРЫ» – КАТЕГОРИИ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ «УГЛЕЧЕ ПОЛЕ», ЗА КОТОРЫМИ ПОКУПАТЕЛИ ПРИХОДЯТ СПЕЦИАЛЬНО

1

**МЯСО И МЯСНЫЕ
ПОЛУФАБРИКАТЫ**



Каре из
баранины



Стейк Рибай



Стейк
Филе-миньон

2

**МОЛОЧНЫЕ
ПРОДУКТЫ**



Масло сливочное
Традиционное
82,5%



Творог 9%



Сметана 15%

3

СЫРЫ



Сыр
Российский

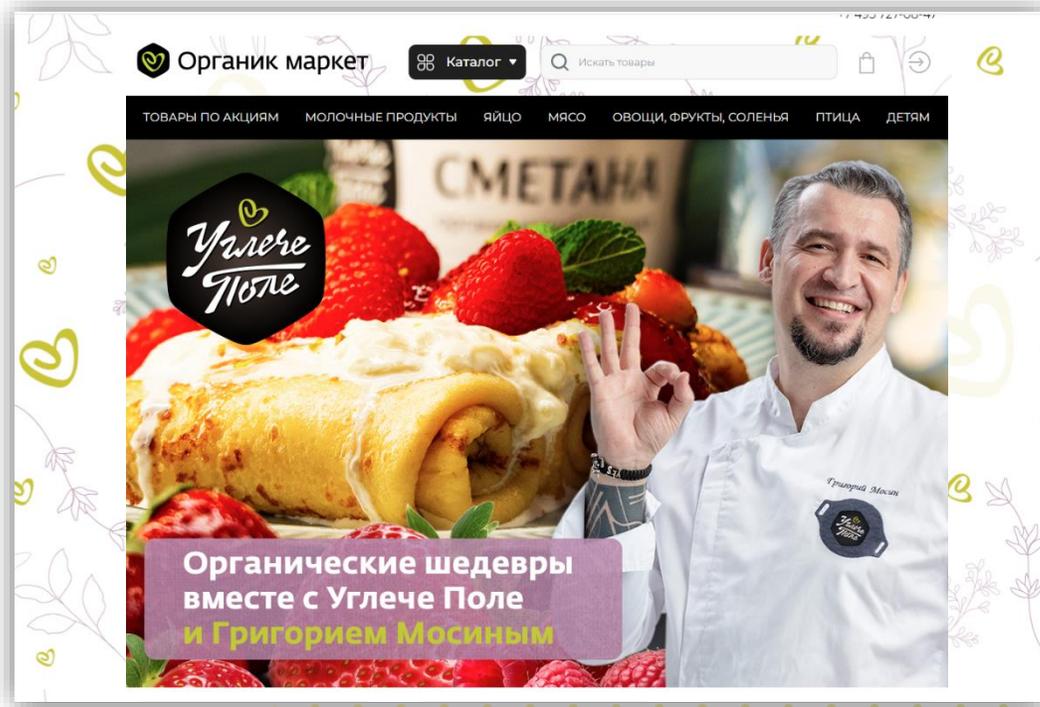


Сыр
Костромской



Сыр
Халлуми

ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН «ОРГАНИК МАРКЕТ» - ВИРТУАЛЬНАЯ ВИТРИНА БРЕНДА «УГЛЕЧЕ ПОЛЕ»



- Цифровизация – отдельное направление развития
- Смежные промо страницы, как реклама бренда
- Покупатели интернет-магазина имеют преимущество перед покупателями розничных магазинов в покупке дефицитных позиций



БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ФИРМЕННОЙ РОЗНИЦЫ «УГЛЕЧЕ ПОЛЕ. ОРГАНИК МАРКЕТ»



- Небольшое количество магазинов
- Сложно конкурировать с сетями по времени доставки товара покупателям
- Кадровый дефицит





СПАСИБО!

