

# Как свежие фрукты и овощи превратить в «место-назначения»

---

магазинов food-retail

# Будем знакомы, Наталья Чичук



// **Эксперт, бизнес-консультант** по созданию и развитию современного ритейла

// **Специализация:** создание новых и трансформация существующих retail-форматов через ритейл-концепцию, магазиностроение, технологии продаж, категорийные, розничные и технологические процессы в соответствии с трендами и best-practice решений

// **Спикер и модератор** отраслевых конференций Retail.ru, FoodExpo, WorldFood, PeterFood, Неделя российского ритейла, Собственного производства и Готовой еды

// **18 лет управления** основными бизнес-процессами в ритейле и производстве

// **14 лет опыта** улучшения существующих и создания новых retail-форматов, развития собственного производства



# //Фрукты и овощи – ключевая категория для свежего пополнения в большинстве retail-форматов

Параметры формата	Специалисты в еде		Convenience	Fresh stores – Магазин у дома	Supermarket - Супермаркет			Hypermarkets - гипермаркет
	Точка еды	ToGo	Mini		Medium   средний	Large   большой	Superstor	
Местоположение	Центр, Спал, ТЦ/ТРЦ/БЦ, остановка...		Сп. мкр, Центр, Торг зоны	Спальный мкрн	Спальный мкр, Центр ТЦ/ТРЦ, выезд, торговые зоны			
Случай покупки	Еда сразу на месте	Еда на ходу/на месте	Свежее пополнение + функция еда на месте или на ходу	Свежее пополнение fresh top-up Функция еды на месте/на ходу	<ol style="list-style-type: none"> <li>ToGo функция - еда с собой/на месте</li> <li>Fresh top-up пополнение корзины свежих продуктов (36 часов&lt;)</li> <li>Stock-up пополнение запасов - (72 часа &lt;)</li> <li>Quick purchase of ready-made solutions - быстрая покупка готовых решений</li> </ol>			<ol style="list-style-type: none"> <li>Bulk-UP — покупка прозапас (месяц &gt;)</li> <li>Stock-up - пополнение запасов - (неделя &lt;)</li> <li>Fresh top-up пополнение корзины свежих продуктов</li> <li>Ресторан, перекус при СП и ToGo</li> <li>Buying gifts – подарки</li> </ol>
Ассортимент	4 часа		36 часов		72 часа/неделя			месяц

← Еда на сейчас Еда на потом →



## //Значимый вклад фруктов и овощей в создании «свежего удобства»

- Свежие продукты являются основным двигателем роста продаж в продуктовом ритейле
- В форматах магазинов у дома, convenience, супермаркет, superstore, дискаунтер, специализированных магазинах – **ценность «удобства свежей покупки»**
- Свежесть продуктов для food-форматов может быть отправной точкой позиционирования и значимой частью ценностного предложения//CVP. Генератор свежести - ФРОВ
- Визуальный мерчандайзинг добавляет стоимость магазину и полке ФРОВ, в котором могут сочетаться высокотехнологичная упаковка и привлекательный внешний вид
- Технологии будут побуждать покупателей ещё чаще выбирать свежие продукты, в т.ч ФРОВ
- Сегодня шоппинг стал для покупателей самым удобным, чем когда-либо прежде, поскольку технологии становятся средством влияния на всех аспектах пути к покупке

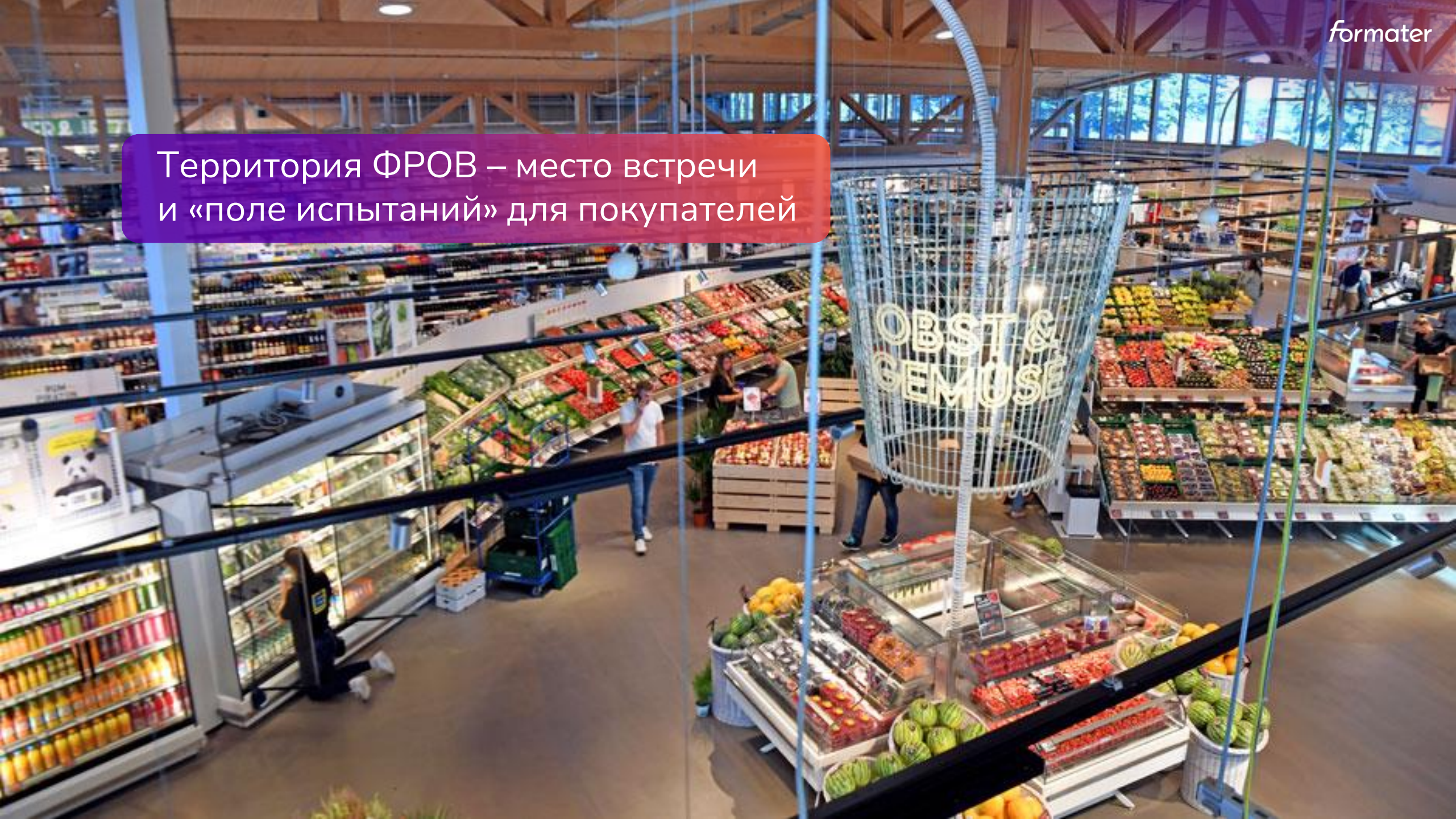




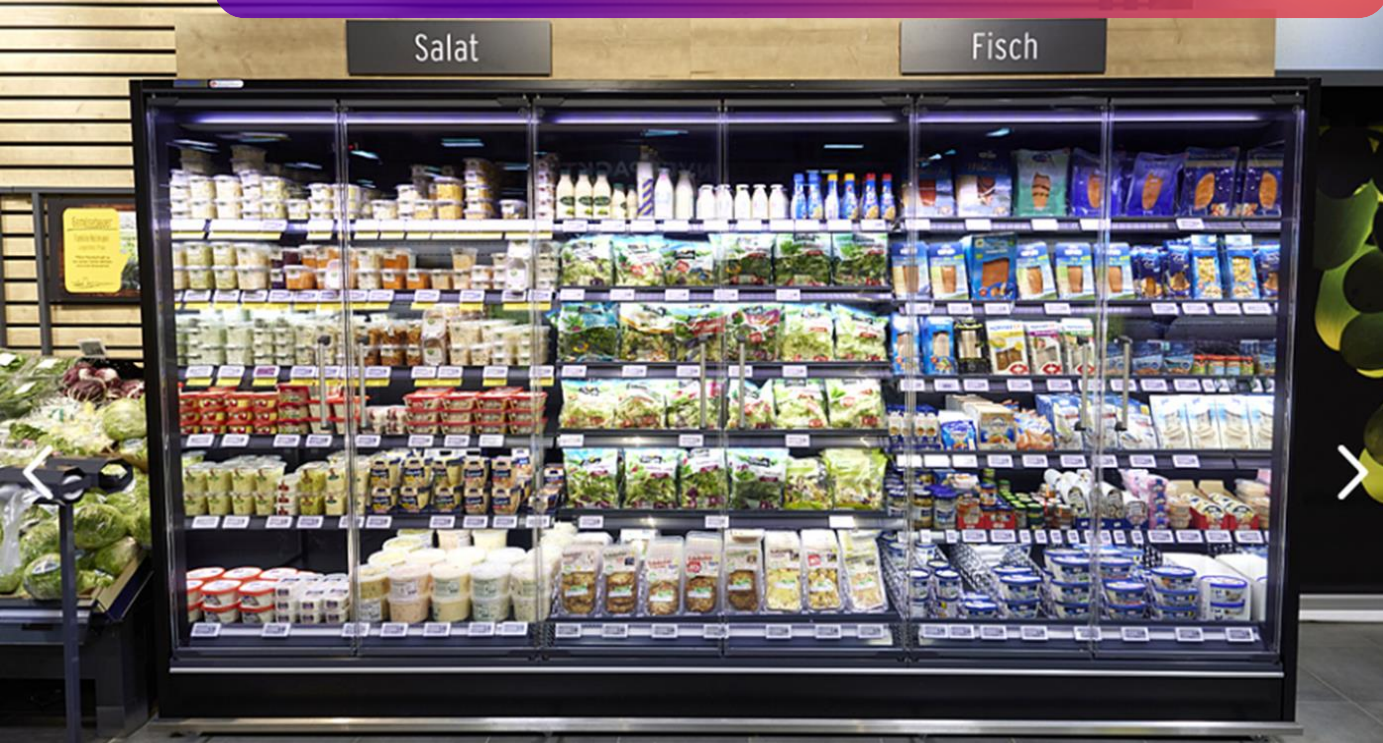




Территория ФРОВ – место встречи  
и «поле испытаний» для покупателей











Ритейлеры увеличивают территорию ФРОВ в магазинах и неизменно организуют её на входе

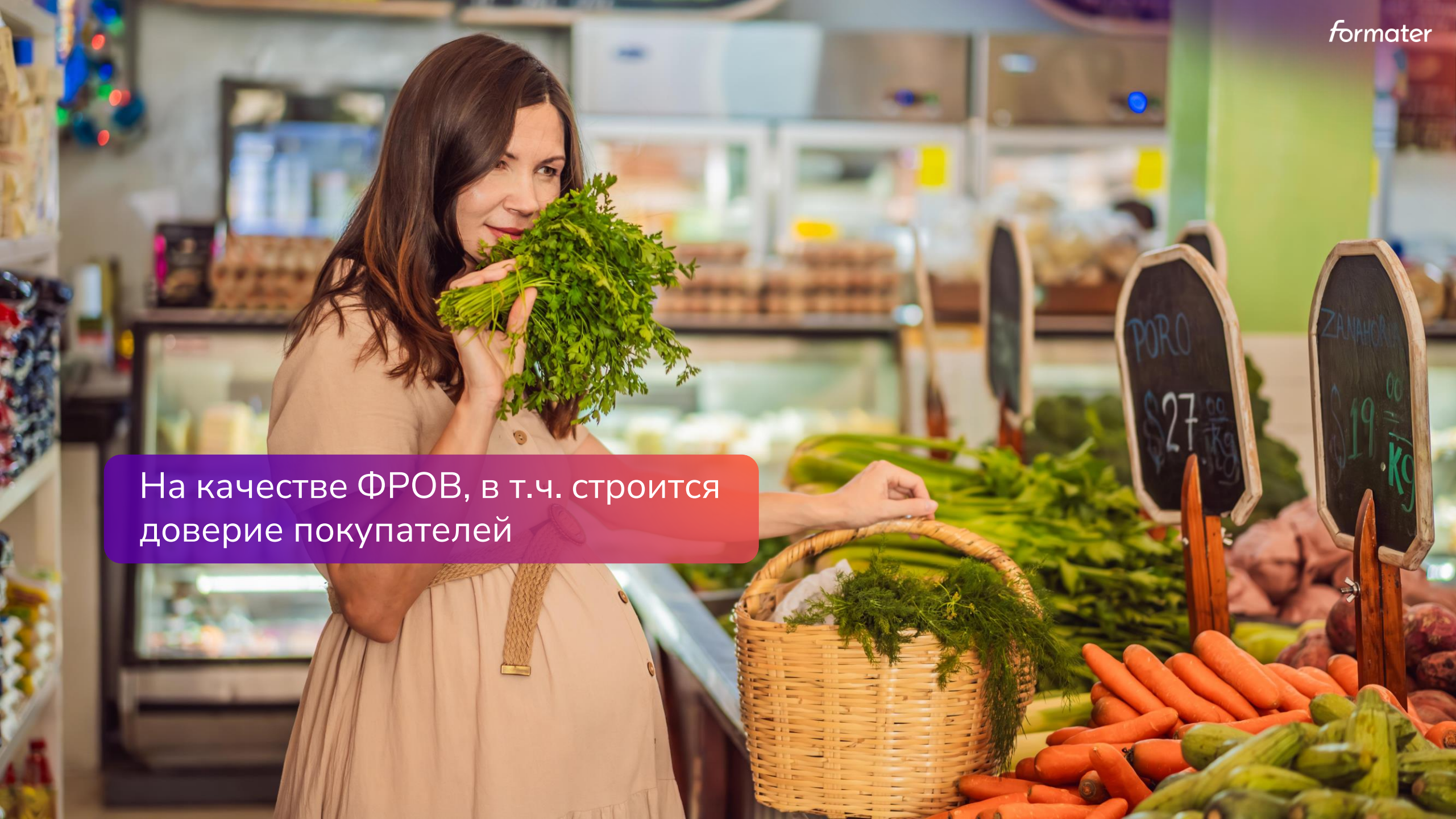


ФРОВ встречает покупателя в магазине,  
вдохновляет свежестью на покупку





На качестве ФРОВ, в т.ч. строится доверие покупателей







formater

## Уровень современного визуального мерчандайзинга в категории ФРОВО супермаркетов

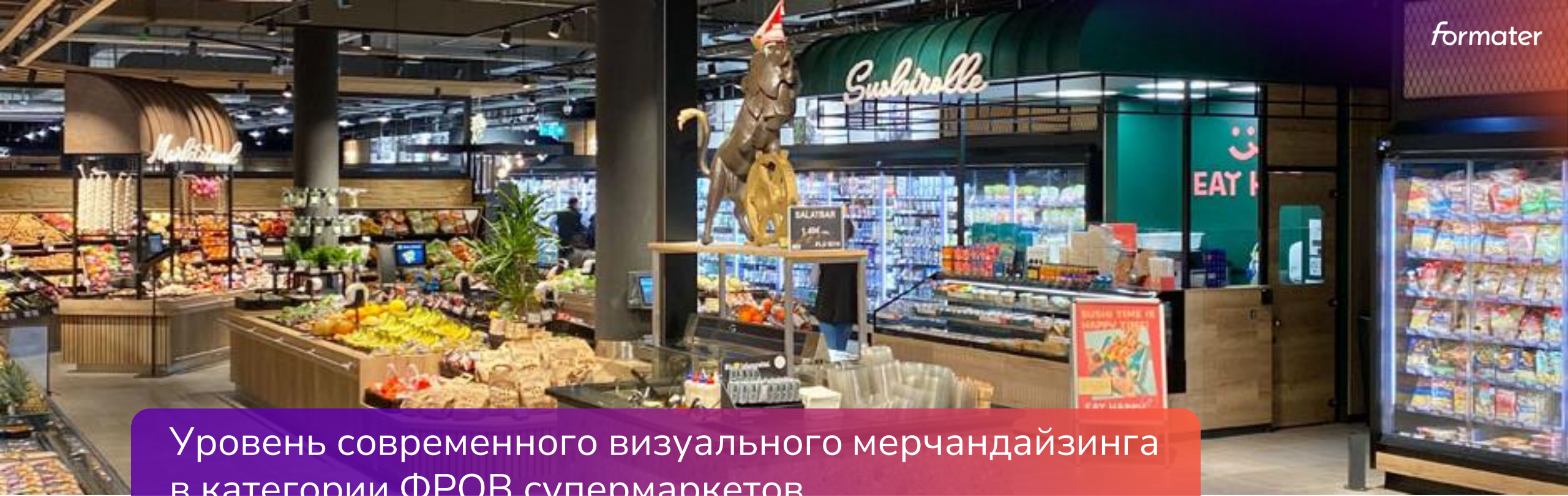






Уровень современного визуального мерчандайзинга  
в категории ФРОВО супермаркетов







Уровень современного визуального мерчандайзинга в категории ФРОВ крупных магазинов – с элементами рынка







Уровень современного визуального мерчандайзинга в категории ФРОВ крупных магазинов – с элементами рынка



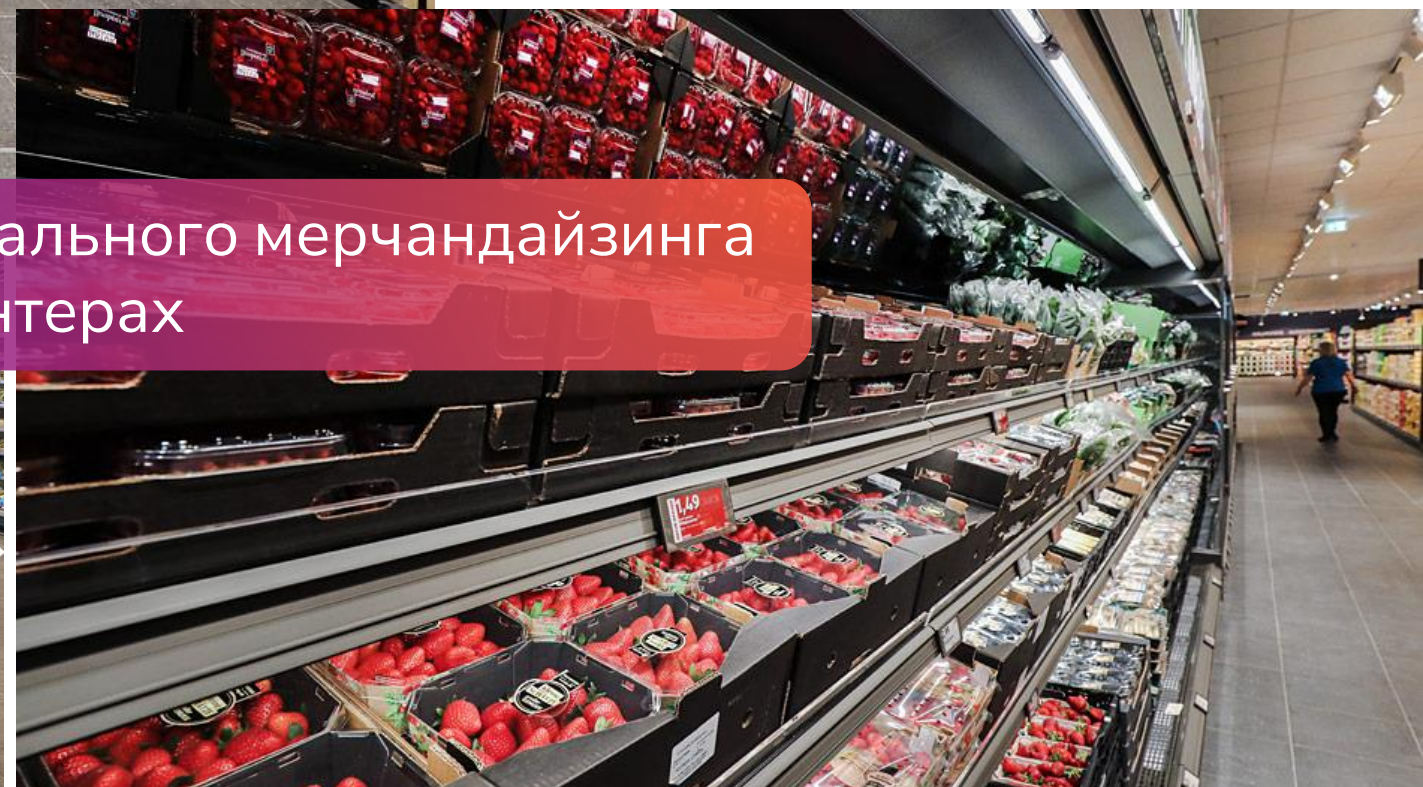




Уровень современного визуального мерчандайзинга в категории ФРОВО в дискаунтерах

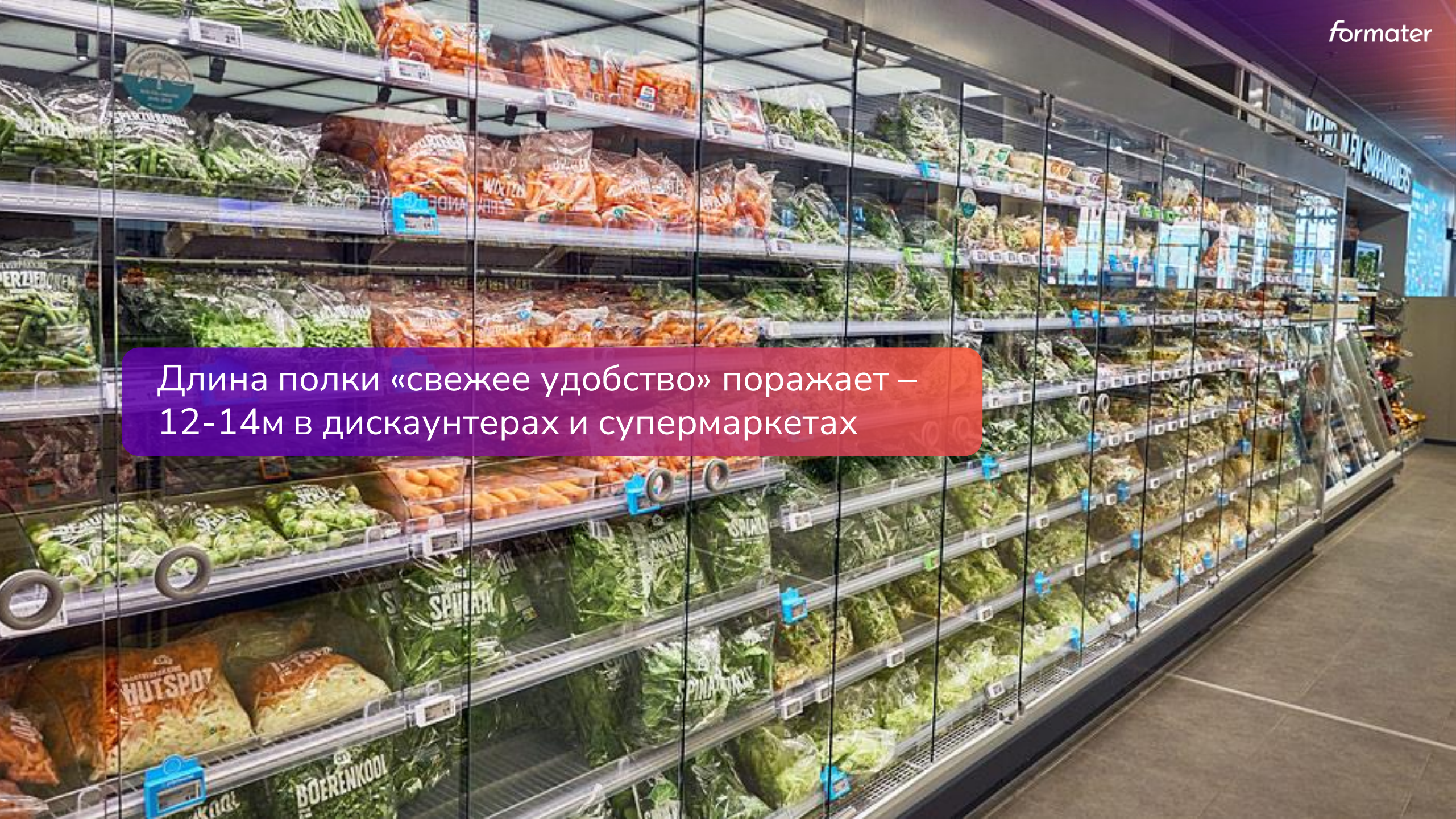






Уровень современного визуального мерчандайзинга в категории ФРОВ в дискаунтерах





Длина полки «свежее удобство» поражает – 12-14м в дискаунтерах и супермаркетах





Центральный остров супермаркета – уже всегда свежие органические продукты от фермеров-специалистов





Для органических фруктов и овощей ритейлеры устанавливают охлаждаемые камеры в торговом зале, для измельченных ФРОВ – охлаждаемую витрину





Для органических фруктов и овощей ритейлеры с профильными форматами на натуральность ставят и «органический» мерчандайзинг







«Неразлучные спутники» отдела ФРОВ:  
свежевыжатые соки, салат-бары







Спутники отдела ФРОВ: свежавыжатые соки и установки для очистки и измельчения фруктов





Спутники отдела ФРОВ: свежавыжатые соки и установки для очистки и измельчения фруктов








Спутники отдела ФРОВ: станция с готовыми овощными наборами для приготовления блюд







Все чаще ритейлеры размещают в отделе ФРОВО стойку с бесплатными фруктами для юных посетителей – акцент на пользу ЗОЖ





Расширенная представленность отдельных позиций ФРОВО, отражает компетентность ритейлера при которой покупатель может выбрать между коктейльными, сливочными, черри, винными и говяжьими помидорами..



Тайная сила  
бананов



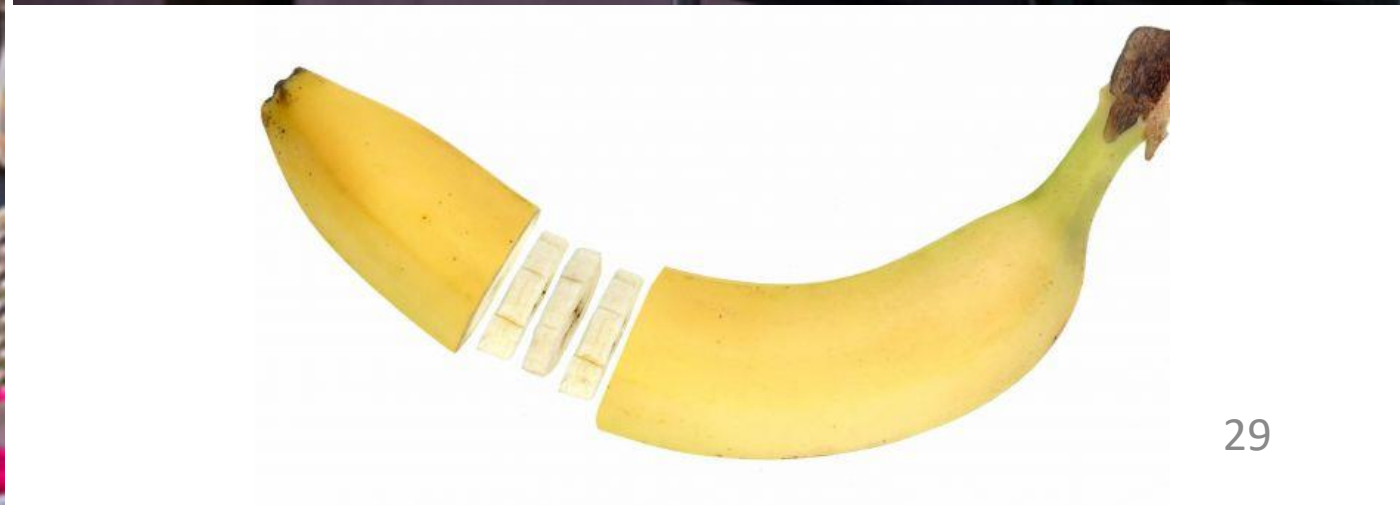




Шоу в месте продаж бананов



Спасите один банан!



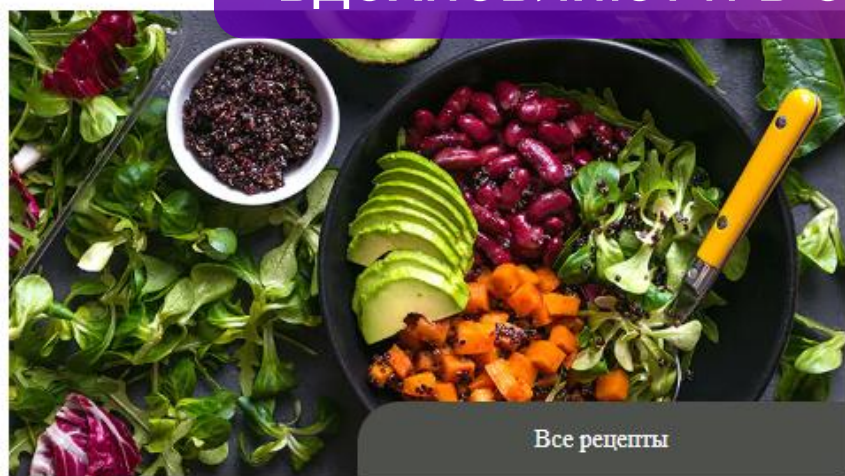




# ГЛОБУС, мир рецептов

«Миры свежих рецептов» с ФРОВ  
вдохновляют и в онлайн-среде

Рецепты > Мир рецептов



Все рецепты



Мои фавориты



Мой еженедельный планировщик



## //Сезонный календарь овощей и фруктов – свежий и вкусный круглый год

- Свежие фрукты, овощи и салаты позволяют нам совершенно по-новому ощутить разнообразие смены времен года
- Если вам нравится находиться на кухне и готовить себе еду, вам не обойтись без свежих ингредиентов
- Двумя аспектами, которые становятся все более важными в этом отношении, являются **региональность и сезонность**
- Но возникает вопрос: **«Когда какие фрукты и овощи в сезоне?»**
- В нашем сезонном календаре мы знакомим вас с наиболее важными региональными фруктами, овощами и салатами на каждый месяц и даем **советы по сезонным покупкам**





# //Посмотрите наш сезонный календарь овощей, фруктов и салатов

GEMÜSE		JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
Äpfel													
Auberginen													
Birnen													
Blumenkohl													
Bohnen													
Brokkoli													
Brombeeren													
Chicorée													
Chinakohl													
Eichblattsalat													
Eisbergsalat													
Endivien													
Erbsen													
Erdbeeren													
Feldsalat													
Fenchel													
Frisee													
Frühlingszwiebeln													
Grünkohl													
Gurken													
Heidelbeeren													
Himbeeren													
Johannisbeeren													
Karotten													
Kartoffeln													
Kirschen													
Kopfsalat													
Kohlrabi													
Krull													
Kürbis													
Lauch													
Lolla Bioanda													



## Сентябрь

Даже в **сентябре** в этой стране еще много урожая. Сливы, салат из дубовых листьев и помидоры — главные блюда этого месяца.



## Октябрь

Когда **октябрь** приближает осень, пришло время теплых супов, чая и особенно винограда, эндивия и тыквы.



## ноябрь

Наступает ноябрь, и **год**, и сезон сбора урожая подходят к концу. Еще раз отведайте груши, цикорий и козлотородник.



## Декабрь

В **декабре** мы празднуем Рождество с яблоками, садовой капустой, остроконечной капустой и большим количеством корнеплодов. Вам доступен небольшой, но прекрасный выбор свежих продуктов.



## январь

В **январе** фрукты и салаты еще довольно редки, зато овощей в изобилии. Узнайте больше о грушах, цикории и капусте.



## февраль

Даже в **феврале** в регионе мало сезонных фруктов и салатов, но тем более морозостойких зимних овощей. Звезды: яблоки, салат из баранины и брюссельская капуста.



## //Какие овощи сезонные в октябре?

- В золотой месяц осени в разгар сезона - капуста и корнеплоды
- Каждый любитель найдет здесь свое разнообразие. Еще до наступления зимы фермеры собирают множество овощей, которые можно приобрести в свежем виде в нашем магазине



**Морковь**



**картофель**



**Кольраби**



**тыква**



**баклажан**



**цветная капуста**



**брокколи**



**китайская капуста**



# // Основные области и тактика совместного развития категорий в рамках категорийного проекта

Процесс управления категорией как стратегической бизнес-единицей: определение ассортимента, размещения и выкладки, установление цены и продвижение на основе стратегии

Категория	Базовая стратегия	Ассортимент	Размещение и выкладка	Промо и продвижение	Цена
ФРОВ - важность для ЦА – высокая – то, зачем приходят специально  Лидер в категории по рынку	Генератор трафика, выручки, формирование имиджа	Шире и глубже чем у конкурентов на 20% sku Обновление ассортимента категории-пересборка	Фокусная представленность в торговом пространстве	Интенсивность промо –высокая	Цены в рынке
		Ротация ассортимента с учетом сезонности – календарь ротации	Увеличение доли в выкладке	Развитие механик промо и каналов коммуникаций	Расширение ценовых границ категории
		Ввод новинок – новый продукт, расширение линейки в соответствии с дополнительной ситуацией потребления	Улучшение типа выкладки и визуального мерчандайзинга Направленный свет, дооснащение, составляющие полочного мерчандайзинга	Увеличение доли промо	Балансировка ценовых сегментов, округление



## //Актуальные возможности развития категории ФРОВ:

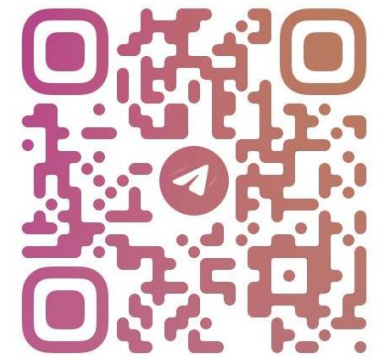
1. Ввод недостающих актуальных sku и сегментов «свежего удобства», в т.ч. при поддержке собственного производства, ассортимента фермерских ФРОВ
2. Расширение ассортимента в компетентных позициях (томат, банан, грибы...) для усиления силы притяжения покупателей и увеличения среднего чека
3. Обновление территории ФРОВ: схема размещения стеллажей и дополнительных мест продаж, дооснащение нестандартным и специальным оборудованием, технологиями «тумана», переход на акцентный свет, POSM и составляющие мерча
4. Разработка сезонного календаря овощей и фруктов и генерация полезного контента о ФРОВ для покупателей, обеспечение своевременной ротации по сезону
5. Актуализация плана развития категории ФРОВ в разрезе основных тактик: ассортимент, цена, промо и продвижение, мерчандайзинг + упаковка
6. Развитие опыта покупок и технологий продаж ФРОВ, превращение в эмоциональный шопинг супермаркетов для создания «места назначения» покупателей в зоне ФРОВ



// Чтобы продолжить общение,  
свяжитесь с нами

**Вместе к уверенным подъёмам  
в ритейле и производстве!**

скачать  
презентацию



@FORMATER

Contact us Formater Consulting LLC

<https://formater.pro/>

Управляющий директор

Наталья Чичук

[n.chichuk@formater.pro](mailto:n.chichuk@formater.pro)

+7926 764 0776