



# РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ. ТРЕНДЫ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ

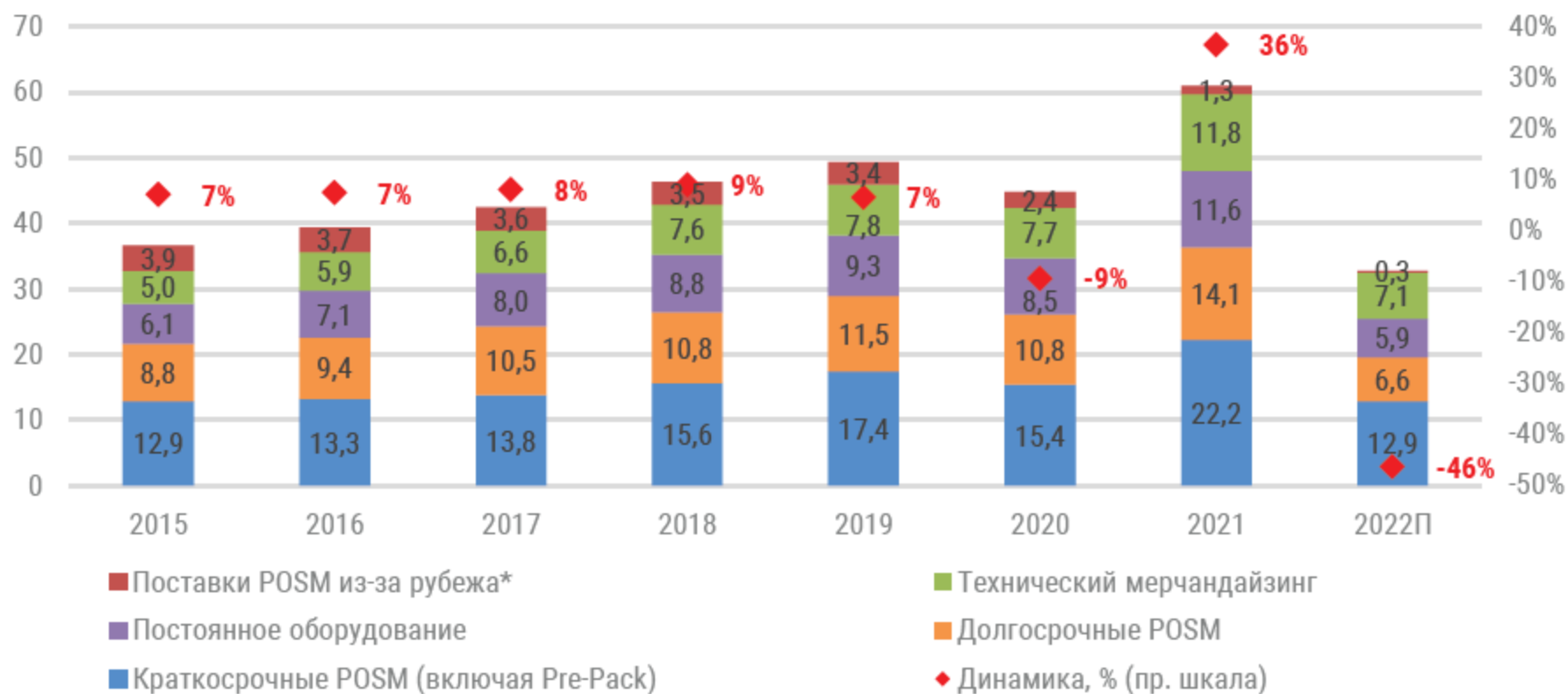
Анна Лебедева

Ассоциация «Маркетинг в ритейле»

ОРГАНИЗАТОРЫ



## Объем рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга России, млрд руб. с учетом НДС



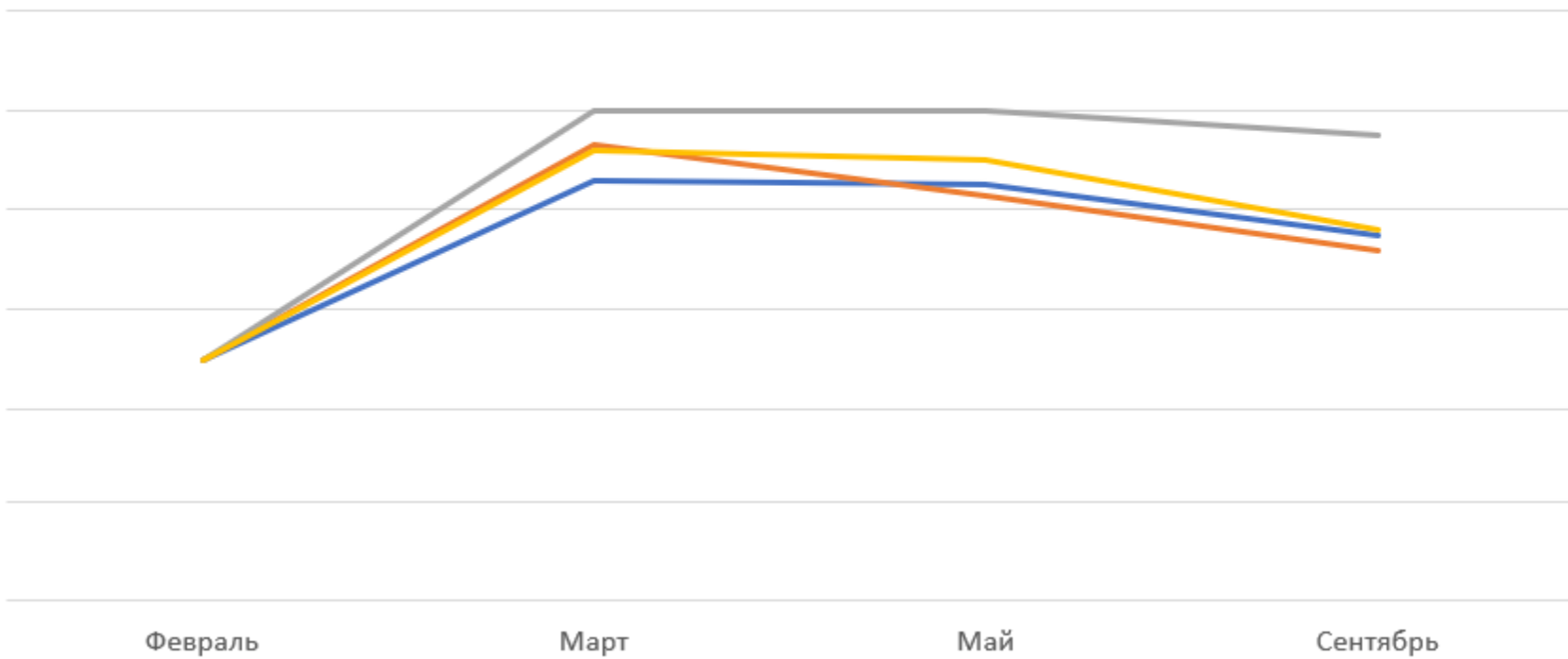
Источник: расчеты INFOLine

ОРГАНИЗАТОРЫ

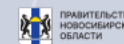


## Производство стоек

— Картон — Металл — Пластик — дерево



ОРГАНИЗАТОРЫ





**71%**

ПОСЕЩАЮТ  
ОФФЛАЙН  
МАГАЗИНЫ КАК  
РАНЬШЕ

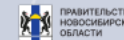
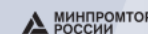
**79%**

АТМОСФЕРА  
/УДОБСТВО  
МАГАЗИНА  
ЗАСТАВЛЯЕТ  
ПРИХОДИТЬ СНОВА

**61%**

УЗНАВАЕМОСТЬ  
БРЕНДА

ОРГАНИЗАТОРЫ



# ЦЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ POSM

Развитие бренда /новинки

Обучение и информация

Тестирование продукции

Кросс-селл

Напоминание/сезонные активности

ДМП/Мерчандайзинг

Sustainability





# СНОВА В ШКОЛУ

Театрализации в категории

Подвесные POSM и  
полочное оформление

Стойки торговых сетей



# СНОВА В ШКОЛУ





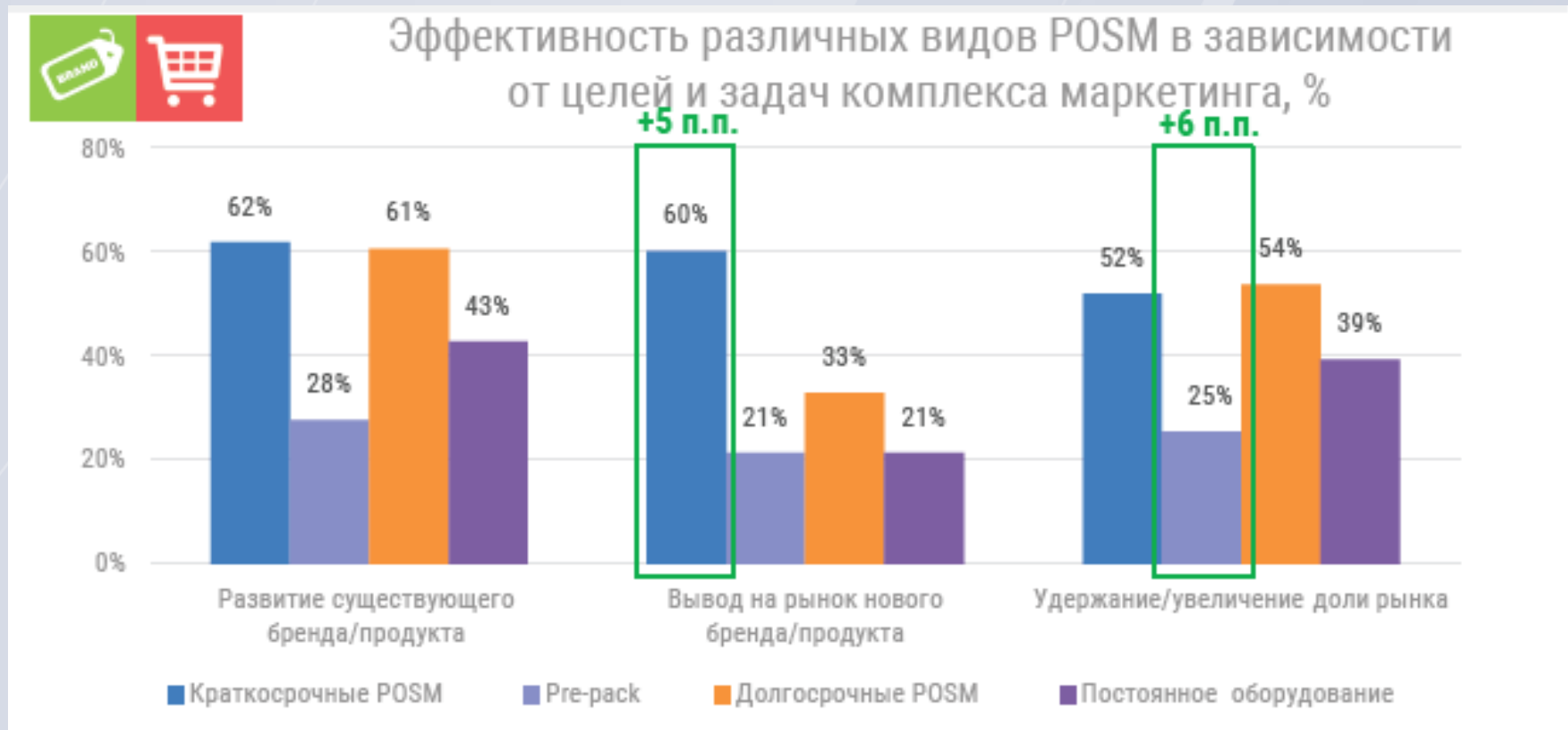
# Эффективность POSM

ОРГАНИЗАТОРЫ





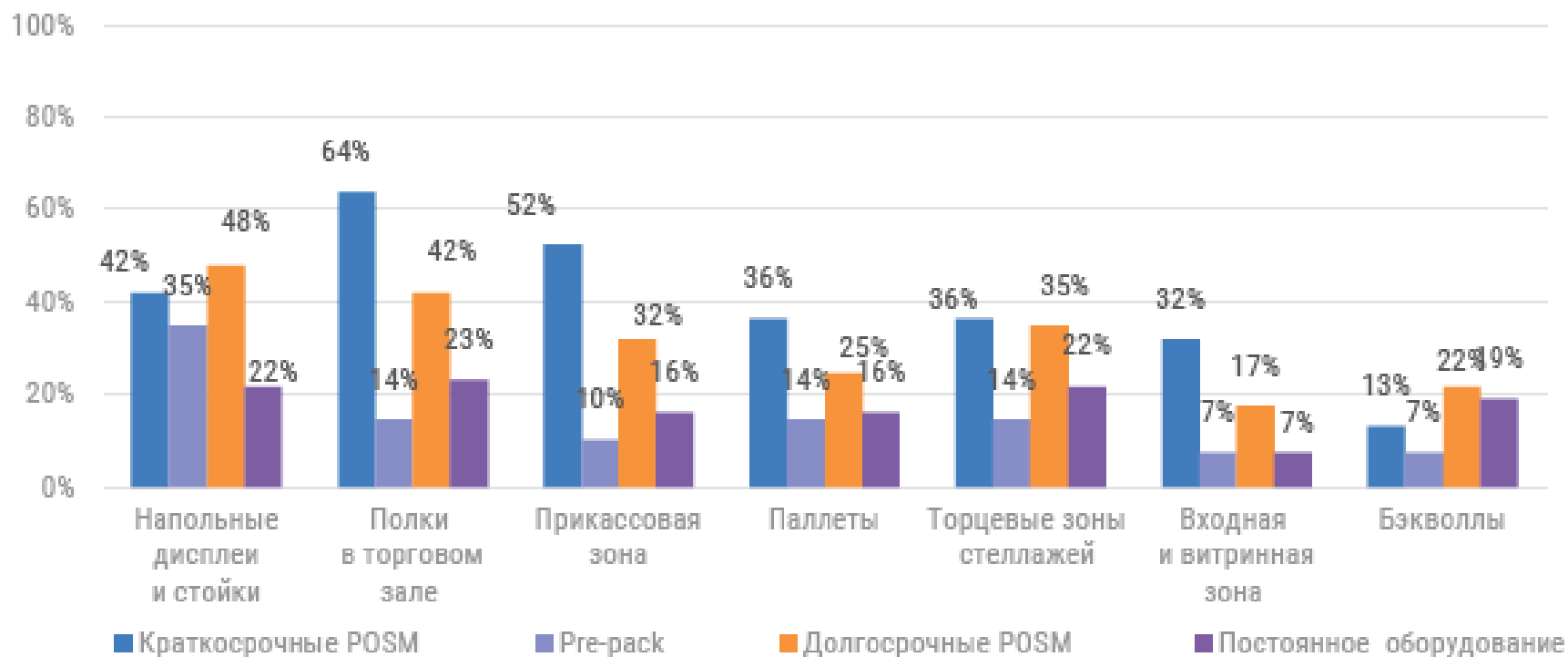
# Эффективность



# Эффективность Продукты



Оценка эффективности различных видов POSM по зонам размещения держателями бюджетов в 2020 г., %



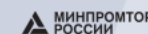
ОРГАНИЗАТОРЫ



# Коммуникация у полки

Шелфтокеры, стопперы, воблеры, топперы

ОРГАНИЗАТОРЫ



# Коммуникация у полки



## ИНДУСТРИЯ В ДЕТАЛЯХ

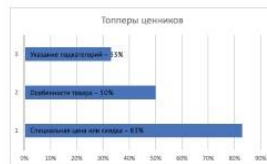
В этой категории отдельно хочется отметить особый тип шelfтокеров в ТC SPAR – это по сути карточки товара или линейки бренда с описанием вкусовых качеств, особенностей производства, отличительных качеств продукта. Они используются как в категории fresh, так и в других категориях, в том числе чтобы подчеркнуть эксклюзивность представленности бренда именно в SPAR.



## ТОППЕРЫ ЦЕННИКОВ

При посещении торговых точек во всех сетях, за исключением Дикси и Суперленды, мы отметили большое количество различных топперов (выделителей) ценников.

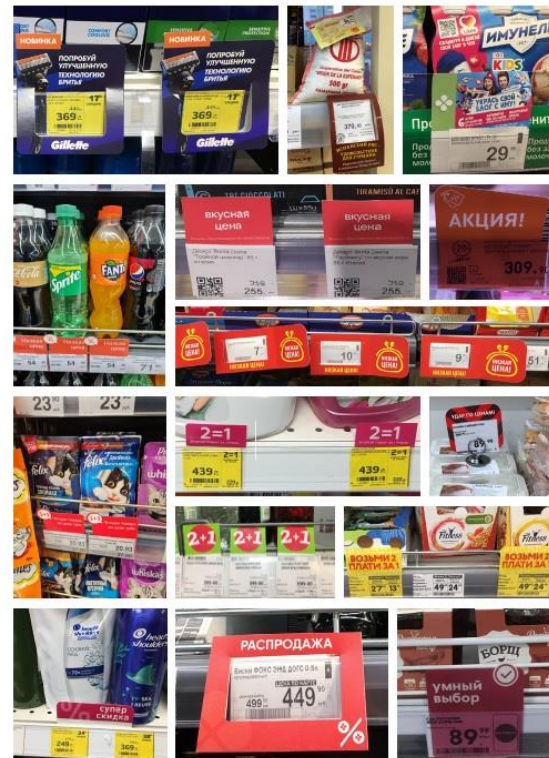
83% ритейлеров используют топперы для указания на специальную цену или скидку, 50% – акцент на товар и его особенности, 33% – на указание подкатегории. Только в двух случаях – в ТC Перекресток и в ТC Подружка – мы увидели кобрендинговый топпер с информацией о механике промо акции.



Информация о скидках и специальных ценах в основном размещается на топперах в 3х цветах – желтый, красный и оранжевый, реже – на зеленом цвете. Для сообщения о специальной цене по карте лояльности чаще используется зеленый цвет. А вот сам текст сообщений имеет большое количество вариантов:

Низкая цена	4+1	Скидка
Супер цена	3+1	Супер скидка
Лучшая цена	2+1	Распродажа
Вкусная цена	2 по цене 1 (2=1)	Выгодные недели
Удар по ценам	1+1 = 3	Выгодно
Акция	...%	Умный выбор Успей купить

## КОММУНИКАЦИЯ У ПОЛКИ



# Коммуникация у полки



# Ошибки



# Ошибки



# Ошибки







# СПАСИБО!

[pr@popairussia.com](mailto:pr@popairussia.com)



ОРГАНИЗАТОРЫ

