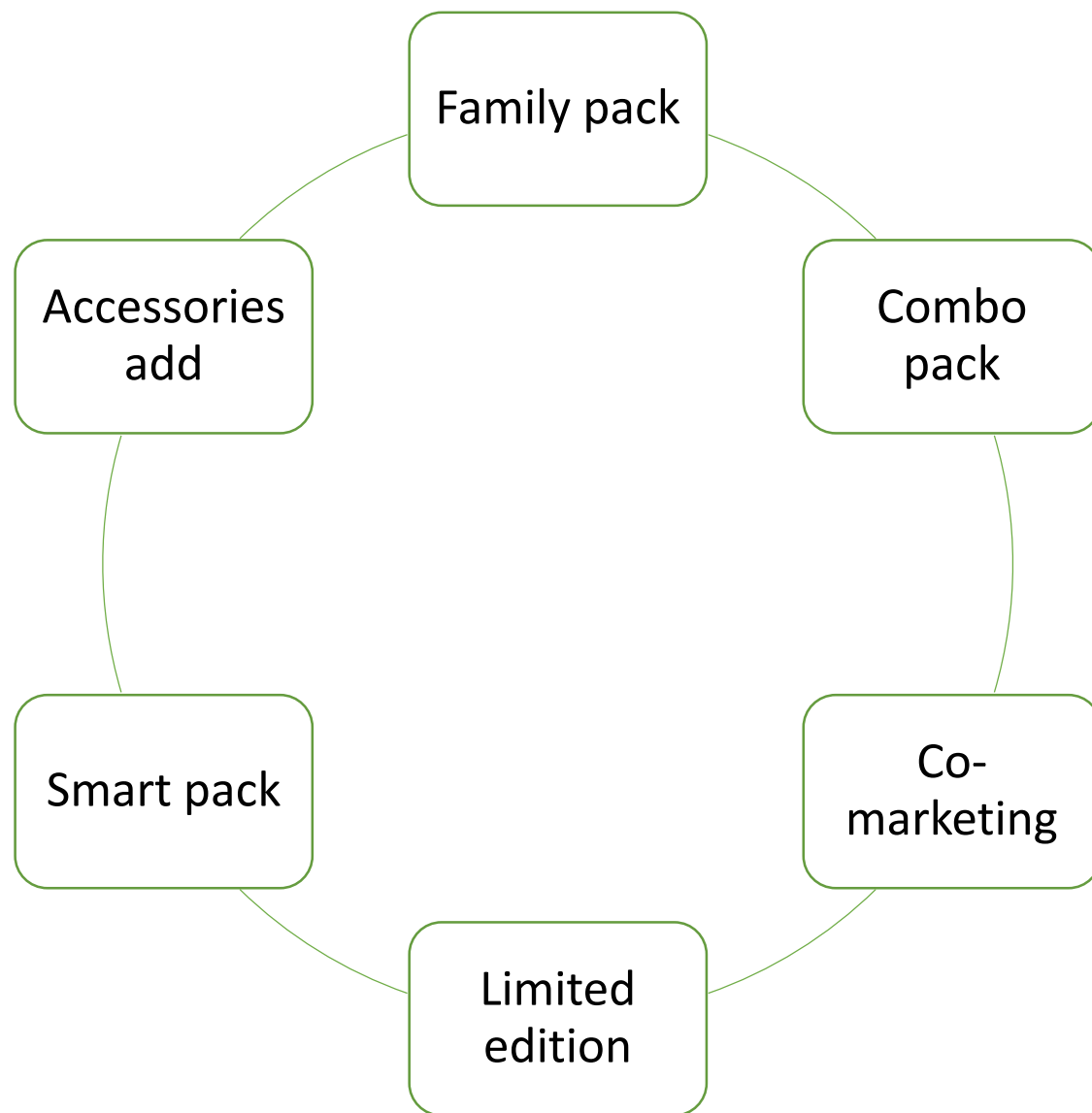




Промо решения производителей продуктов питания

Основные тренды

На рынке США существует несколько главных трендов промо решений в продуктах питания (включая алкоголь)



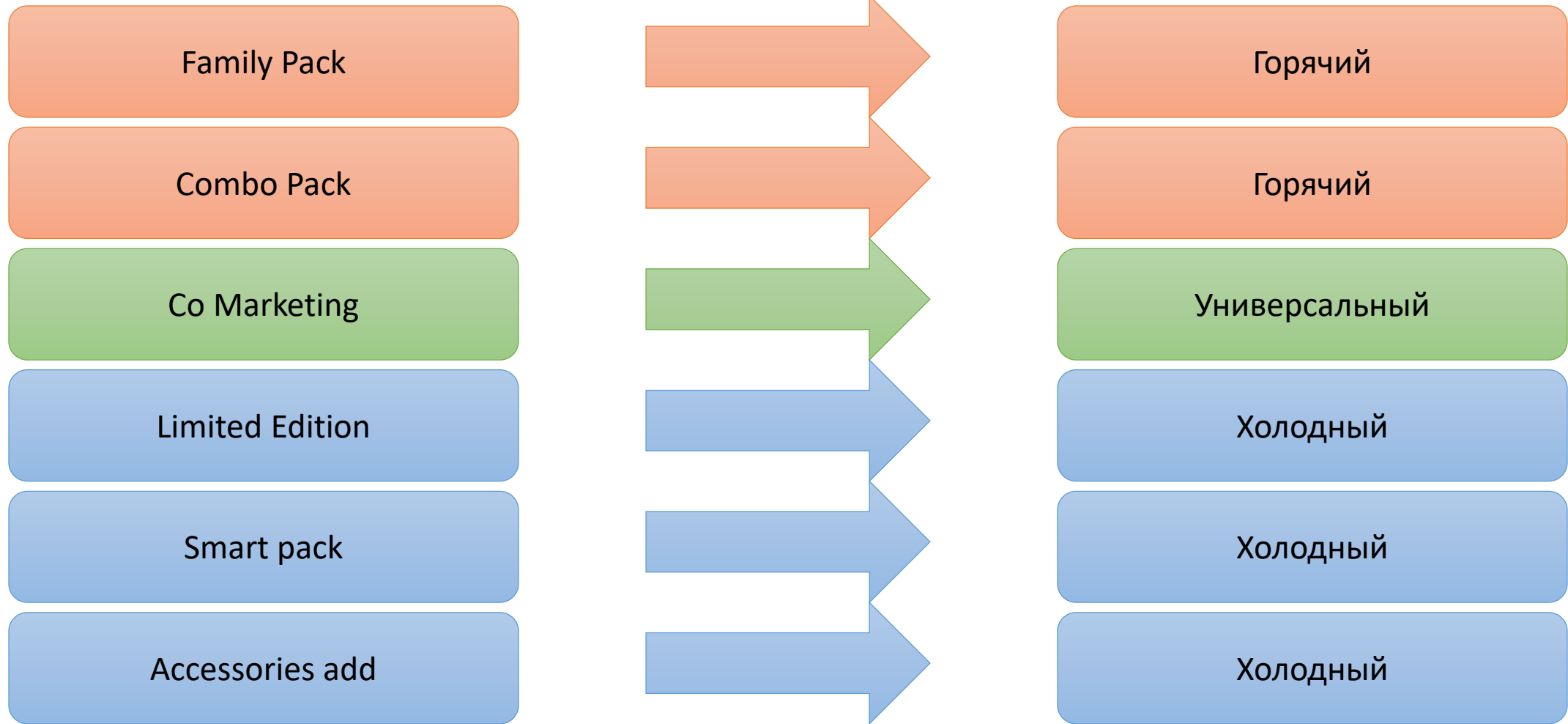
Краткое описание

- **Family pack** – упаковка повышенного объема или скрепленные вместе несколько упаковок стандартного объема с одинаковым товаром. Как правило сверху пакуются в дополнительную промо тару.
- **Combo pack** – несколько упаковок стандартного объема с разным товаром. Пакуются в промо тару
- **Co marketing** – товары двух равноизвестных брендов упакованных в одну промо тару.
- **Limited edition** – ограниченное по сроку торговое предложение приуроченное к событию или поводу. Как правило сопровождается изменениями в самом продукте. Новый вкус, новый цвет, новая рецептура.
- **Smart pack** – радикально измененная структура упаковки при сохранении свойств продукта. Часто в подобных акциях тестируются новые упаковочные решения для массового выпуска
- **Accessories add** – добавление к продукту некого аксессуара необходимого для работы с продуктом. При этом не обязательно что бы этот аксессуар имел длительный жизненный цикл. Например щипцы для варочных пакетов.

Стратегии использования

- **Постоянная позиция** – если промо позиция начинает генерировать самостоятельные высокие продажи, она переходит в разряд постоянных SKU. Такое развитие событий наиболее удачное и при разработке промо следует иметь ввиду данный фактор
- **Единовременное решение**– один тип промо распространяется по всей географии продаж. Актуально для крупных брендов, задача которых только в поддержании интереса к себе. Кроме того значительно дешевле в масштабах например рынка страны
- **Тестовые рынки**– на базе наработанной статистики о промо продажах в каждой локации определяется свой промотовар, тот который обеспечивает максимальные продажи
- **Каскад**– последовательный вывод на рынок нескольких промо решений в течении короткого периода времени. Довольно дорогой метод и осмысленен только при активном внедрении на новый рынок. Из-за дороговизны используется не часто.

Не забывайте про сезонность



Family Pack: Несколько стандартных упаковок одного типа, объединенных в одно торговое предложение



Еще несколько примеров



Combo Pack: несколько стандартных упаковок разных типов объединенных в одно торговое предложение



Co-marketing: продажа двух равнозначных брендов в одном торговом предложении



Limited edition: нестандартный товар с ограниченным по времени предложением



Smart Pack: стандартный продукт в нестандартной упаковке



Accessories add



Smolin & Partners

Оздоровление бизнеса за счет прогрессивных бизнес-инструментов

Основными сферами работы компании являются:

1. Retail
2. Real Estate
3. Financial products
4. Build & Construction
5. Electronics
6. FMCG
7. Food Market

Дмитрий Смолин:

web: www.dmitrysmolinmarketing.com

Email: smolind@list.ru

Skype: [smolin_Dmitry](https://www.skype.com/people/smolin_Dmitry)

Tel: +79153330857