



**КАТАЛОГ ПО  
МЕРЧАНДАЙЗИНГУ  
2025 (Q4)**



# СИМВОЛЫ И ИХ ЗНАЧЕНИЯ



## ВЕРНУТЬСЯ В НАЧАЛО КАТАЛОГА

КЛИКНИТЕ НА ЭТОТ СИМВОЛ, ЕСЛИ ВАМ  
ПОНАДОБИТСЯ ВЕРНУТЬСЯ В НАЧАЛО КАТАЛОГА



## ВЕРНУТЬСЯ В ПРЕДЫДУЩЕЕ МЕНЮ

КЛИКНИТЕ НА ЭТОТ СИМВОЛ, ЕСЛИ ВАМ  
ПОНАДОБИТСЯ ВЕРНУТЬСЯ В ПРЕДЫДУЩЕЕ МЕНЮ



## ВЫБОР НУЖНОГО ПУНКТА

ВЫБЕРИТЕ НЕОХОДИМЫЙ ВАМ ПУНКТ И КЛИКНИТЕ  
НА НЕГО, ЧТОБЫ ПЕРЕЙТИ К МАТЕРИАЛУ



# МЕНЮ:

ОБУЧЕНИЕ

КАТАЛОГ СОС

СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ



# ОБУЧЕНИЕ:

БЕЗОПАСНОСТЬ

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

КАЧЕСТВО

POSM

ВСЕ КАТЕГОРИИ

МОРОЖЕНОЕ



# МЕРЧАНДАЙЗИНГ:

ТЕОРИЯ

СЛОВАРЬ

СТАНДАРТЫ

ШАГИ ВИЗИТА

ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

КРОСС-КАТЕГОРИЙНАЯ ВЫКЛАДКА

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ



# ПОСМ:

ВИДЫ

РАЗМЕЩЕНИЕ



# ВСЕ КАТЕГОРИИ:

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



# КАТАЛОГ СОС:

ДЕЗОДОРАНТЫ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ

УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА

УХОД ЗА ТЕЛОМ

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ (МЫЛО)

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ (ГЕЛИ ДЛЯ ДУША)

УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

УХОД ЗА ДОМОМ

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ (ПРИПРАВЫ)

МОРОЖЕНОЕ



# ВЫКЛАДКА:

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ

ДЕЗОДОРАНТЫ

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ (МЫЛО)

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ (ГЕЛИ ДЛЯ ДУША)

СРЕДСТВА ДЛЯ БРИТЬЯ

УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА

УХОД ЗА ТЕЛОМ

УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

СРЕДСТВА УХОДА ДЛЯ ДЕТЕЙ

УХОД ЗА ДОМОМ

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

ПРИКАССА



# УХОД ЗА ВОЛОСАМИ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

TIMOTEI

ДАВ

ТРЕСЕММЕ

КЛИАР

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (МУЖСКИЕ БРЕНДЫ)

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ

ШАМПУНИ В МАГАЗИНАХ У ДОМА

СРЕДСТВА ДЛЯ УКЛАДКИ



# ЧИСТАЯ ЛИНИЯ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# ТІМОТЕІ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# ДАВ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# ТРЕСЕММЕ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# КЛИАР:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# СРЕДСТВА ДЛЯ УКЛАДКИ

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В



# ДЕЗОДОРАНТЫ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

РЕКСОНА

ДАВ

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (МУЖСКИЕ БРЕНДЫ)

АКС

РЕКСОНА MEN

ДАВ MEN

ДЕЗОДОРАНТЫ В МАГАЗИНАХ У ДОМА



# РЕКСОНА:

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СВЕРХУ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СНИЗУ)



# ДАВ:

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СВЕРХУ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СНИЗУ)



# АКС:

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СВЕРХУ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СНИЗУ)



# РЕКСОНА МЕН:

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СВЕРХУ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СНИЗУ)



# ДАВ МЕН:

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СВЕРХУ)

ВЫКЛАДКА В ГМ И Н&В (СПРЕИ СНИЗУ)



# ЖИДКОЕ И КУСКОВОЕ МЫЛО:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

ДАВ

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

САМАУ

БАРХАТНЫЕ РУЧКИ



# ГЕЛИ ДЛЯ ДУША:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

ДАВ

САМАУ

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (МУЖСКИЕ БРЕНДЫ)

АКС

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

РЕКСОНА MEN

ГЕЛИ ДЛЯ ДУША В МАГАЗИНАХ У ДОМА



# СРЕДСТВА ДЛЯ БРИТЬЯ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ

ДАВ, АКС



# УХОД ЗА ЛИЦОМ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ И ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

PURE LINE

ДАВ

СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

МАСКИ



# ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# ЧИСТАЯ ЛИНИЯ:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ



# УХОД ЗА ТЕЛОМ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ЖЕНСКИЕ БРЕНДЫ)

БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

МУЖСКИЕ КРЕМЫ БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ,  
СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

ДАВ

ДАВ, ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ



# УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ВСЕ БРЕНДЫ)

ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

TISWELL

УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА ДЛЯ ДЕТЕЙ



# ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ:

ВЫКЛАДКА В Н&В И ГМ

ВЫКЛАДКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



# СРЕДСТВА УХОДА ДЛЯ ДЕТЕЙ

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ВСЕ БРЕНДЫ)

ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ И HAPPY MOMENTS



# УХОД ЗА ДОМОМ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ВСЕ БРЕНДЫ)

СИФ

ГЛОРИКС И ДОМЕСТОС

ДОМЕСТОС И ГЛОРИКС МЕД

АНТИСЕПТИКИ

ДОМЕСТОС (БЛОКИ)

ARLUNI (ОСВЕЖИТЕЛИ ВОЗДУХА)



# СИФ:

СИФ (СРЕДСТВА ДЛЯ ДОМА)

СИФ (СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ)



# ДОМЕСТОС И ГЛОРИКС МЕД:

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В ГМ

ВЫКЛАДКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



# ДОМЕСТОС БЛОКИ ДЛЯ УНИТАЗА:

ВЫКЛАДКА В ГМ

ВЫКЛАДКА В СУПЕРМАРКЕТАХ

ВЫКЛАДКА В Н&В

ВЫКЛАДКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



# ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ:

ВЫКЛАДКА КАТЕГОРИИ (ВСЕ БРЕНДЫ)

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ (ПРИПРАВЫ)

МОРОЖЕНОЕ



# ПРИКАССА:

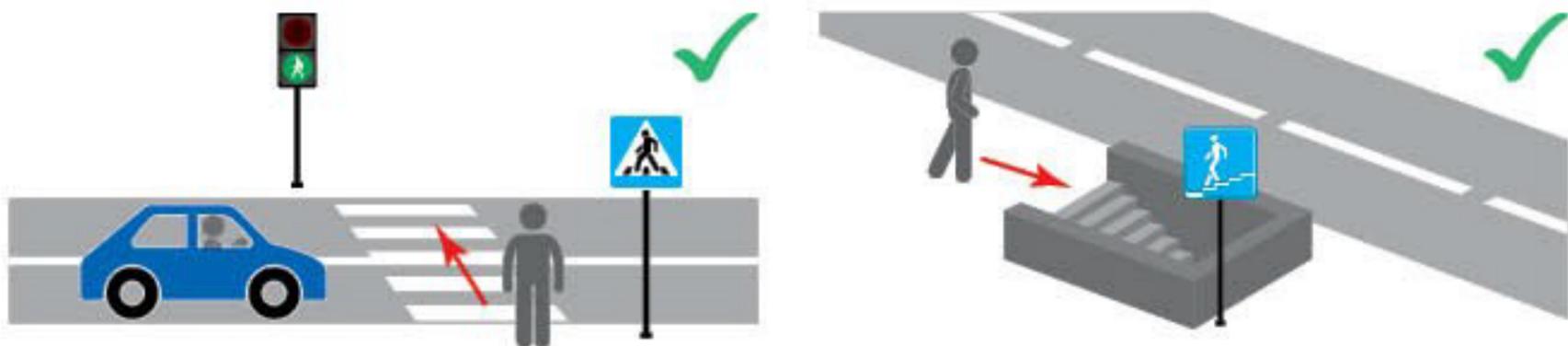
РЯДОМ С ПРОДУКТОВЫМИ ТОВАРАМИ

РЯДОМ НЕ С ПРОДУКТОВЫМИ ТОВАРАМИ

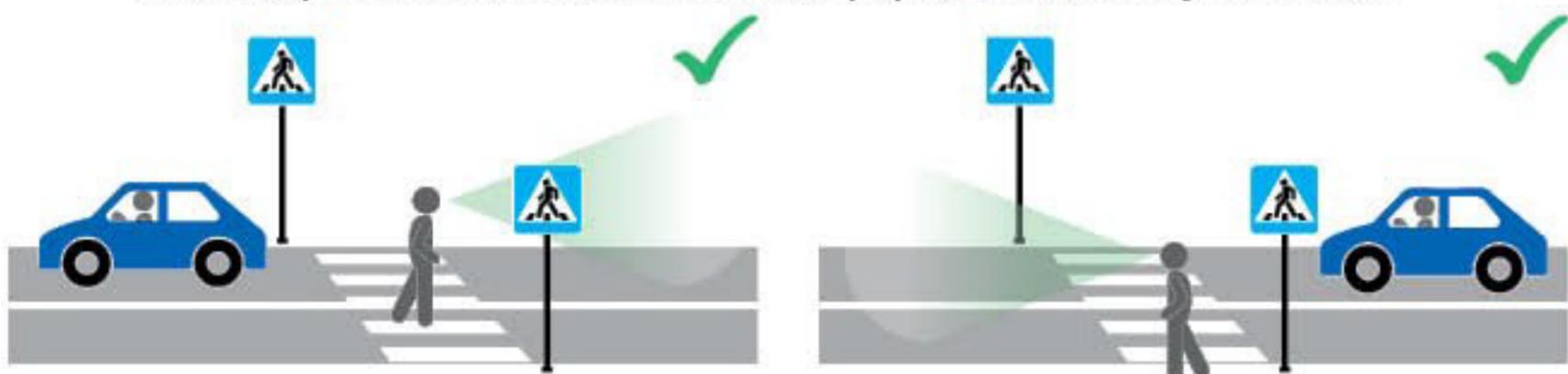


# ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

- При переходе улицы (проезжей части) необходимо пользоваться подземным переходом или переходом, оборудованным светофором.



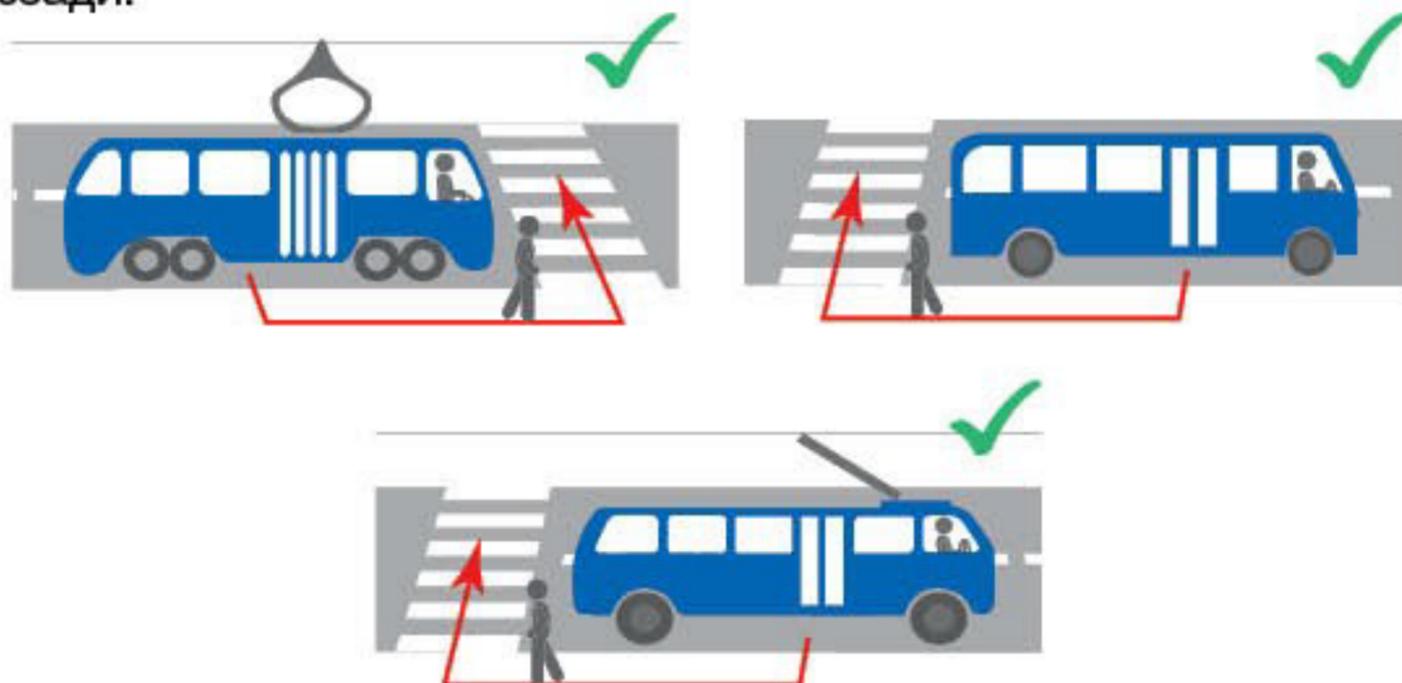
- Прежде чем переходить улицу или дорогу, следует убедиться в безопасности (посмотреть налево, а дойдя до середины – направо). Выходить на проезжую часть улицы (дороги) для ее перехода можно только при зеленом сигнале светофора, светового указателя.



- Ожидать автобус, троллейбус, трамвай разрешается на посадочных площадках (остановках), а там, где их нет, – на тротуаре (обочине дороги).



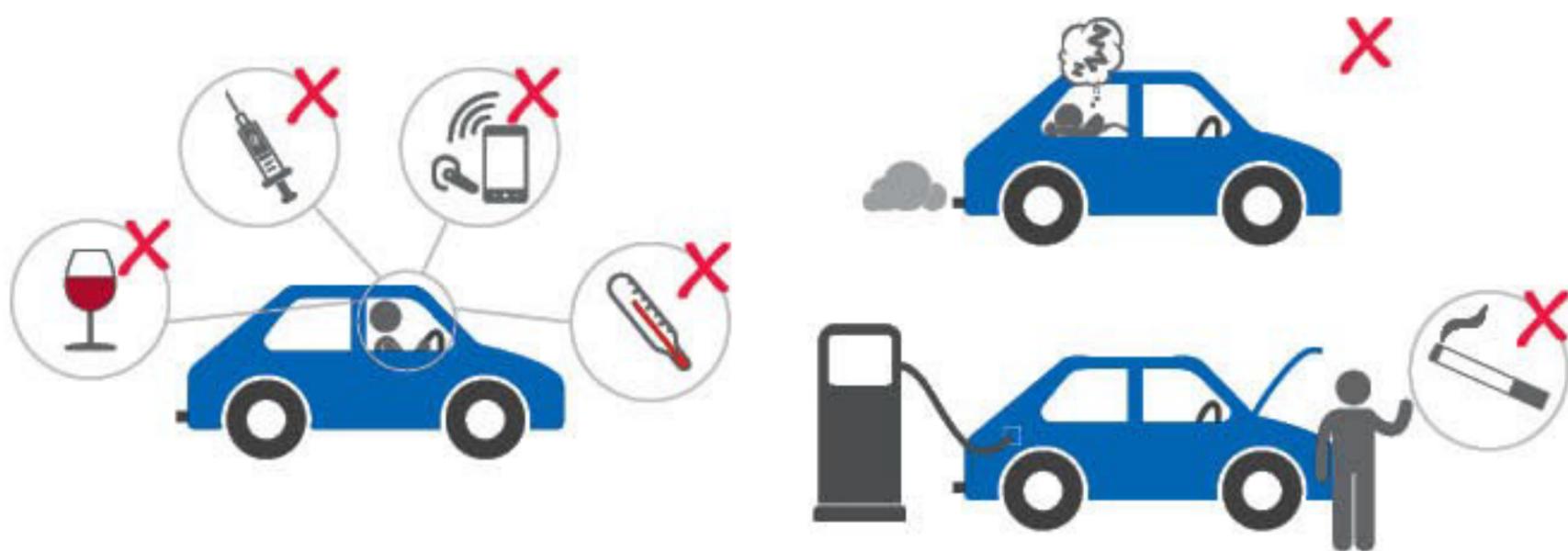
- Трамвай необходимо обходить спереди. Автобус и троллейбус – сзади.



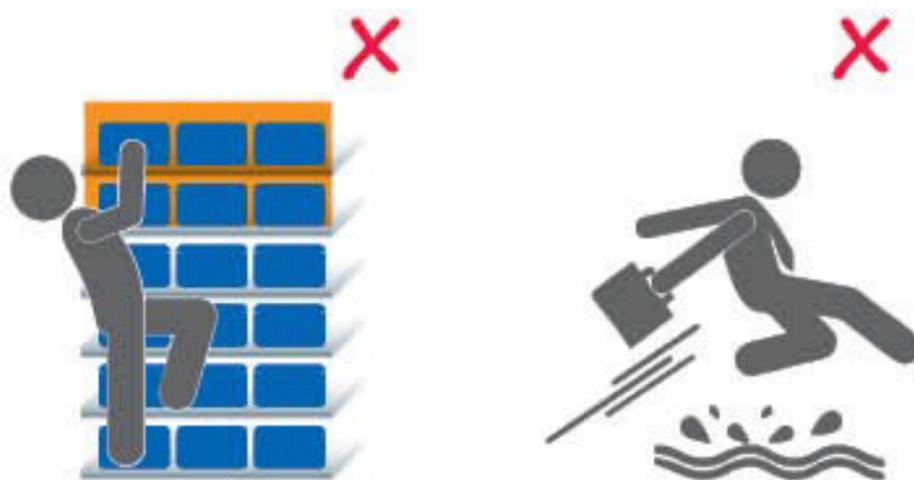
# ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

## ● Сотруднику запрещается:

- управлять автомобилем в состоянии алкогольного опьянения или под воздействием наркотических веществ;
- использовать мобильные телефоны во время вождения (включая использование устройства hands free);
- совершать поездки в болезненном состоянии;
- курить в непосредственной близости от системы питания двигателя и топливных баков;
- отдыхать или спать в машине при работающем двигателе. Отдыхать в машине можно лишь тогда, когда двигатель выключен и автомобиль остановлен стояночным тормозом.



## ● При выкладке продукции: не залезать на полки, не наступать на мокрый пол.



## ● При работе в торговой точке следует соблюдать санитарные и гигиенические нормы. Одежда должна быть чистой и опрятной.



# МЕРЫ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ В ОБЛАСТИ ЗДОРОВЬЯ И ГИГИЕНЫ

## ПЕРЕД ПОЕЗДКОЙ

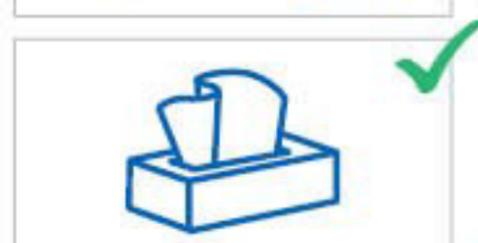
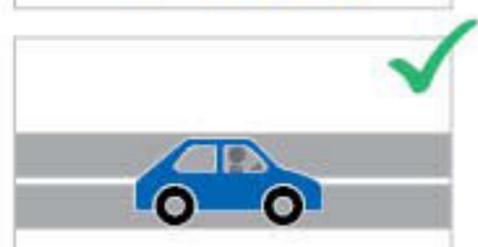
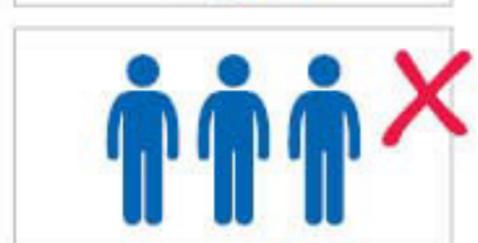
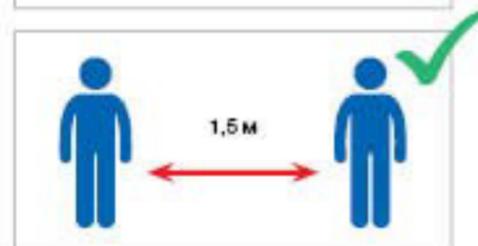
- Если Вы не здоровы, вы не должны выходить на работу. Сообщите об этом своему непосредственному руководителю.
- Если Вы испытываете ощущение озноба или гриппоподобные симптомы необходимо предпринять самостоятельную самоизоляцию в течение 14 дней.



## В РОЗНИЧНОЙ ТОЧКЕ

При всех поездках на общественном транспорте и при работе в магазинах мерчендайзеры должны носить хирургическую маску и перчатки.

- Придерживаться строгого правила социального дистанцирования. Держитесь на расстоянии 2-х метров от людей (как во время пути, так и при посещении розничной точки).
- Используйте «нефизические приветствия» – избегайте ручных контактов.
- Устраните задачи, которые требуют более тесного взаимодействия с людьми. Если в магазине слишком много людей, постарайтесь минимизировать свое присутствие в нем. Находитесь в магазине, когда там меньше всего сотрудников и посетителей.
- Минимизируйте использования общественного транспорта. Максимально используйте служебный транспорт, если это возможно.
- Следуйте правилам гигиены рук, особенно после работы с наличными средствами. Это может включать в себя мытье рук в розничной точке или использование дезинфицирующих средств для рук.
- Уделите максимальное внимание вопросам личной гигиены при употреблении продуктов питания и напитков.
- Дезинфицируйте свой планшет и телефон ежедневно, чтобы сохранить ваше основное оборудование чистым от вирусов.



# ТЕОРИЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГА



## МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Это комплекс мероприятий, направленных на обеспечение наличия и видимости продукта в торговой точке, способствующих увеличению объема продаж и формированию дополнительного положительного импульса для покупки данного продукта конечным потребителем.

## ЦЕЛЬ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

Максимизация объема продаж розничной точки.

## ЗАДАЧИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- Постоянно поддерживать необходимый товарный запас продуктов на полке
- Размещать товары и рекламные материалы на лучших полках/местах
- Формировать долгосрочную лояльность администрации розничной точки



# СЛОВАРЬ МЕРЧАНДАЙЗЕРА

## ВЫКЛАДКА ПРОДУКЦИИ

Размещение продукции по плануграмме. Выкладка продукции является важнейшим элементом мерчандайзинга.



## ЛУЧШАЯ ИЛИ ЗОЛОТАЯ ПОЛКА

Самая эффективная для выкладки товара полка в местах продаж, расположенная на уровне глаз или рук покупателя на высоте 120–160 см от пола.



## МЕРТВАЯ ЗОНА

Зона в категории, которой покупатель уделяет меньше всего внимания.

## ТРАФИК

Направление движения основной массы покупателей.

## SKU

Stock Keeping Unit, дословный перевод с английского – «единица удержания запаса». По сути, это ассортиментная позиция (единица одной товарной группы, марки, сорта в одном типе упаковки одной емкости). Например, Lipton Yellow Label Tea 25 пакетиков и Lipton Yellow Label Tea 100 пакетиков – два разных SKU.



## ФЕЙС

Это единица продукции, видимая покупателю. Таким образом, каждая ассортиментная позиция может занимать несколько фейсингов на месте продаж.



## ОПТИМАЛЬНЫЙ ТОВАРНЫЙ ЗАПАС НА ПОЛКЕ

Количество штук каждого SKU, необходимое для постоянного присутствия данного SKU на полке в период между пополнениями запаса (посещениями торговой точки мерчандайзером/торговым представителем).

## ДОЛЯ ПОЛКИ В КАТЕГОРИИ

Часть полки (в % от общего размера полки), которую занимают продукты ЮниРусь в данной категории. При замере полки включаются все SKU, включая продукцию ЮниРусь.

## ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА

Первичная выкладка/Основное место продаж - Размещение продукта среди схожих товаров других производителей

## ВТОРИЧНАЯ ВЫКЛАДКА

Вторичная выкладка/Дополнительное место продаж - Выкладка продуктов в других категориях (например, приправы Кнорр в отделе овощей) или на нестандартных конструкциях (напольные дисплеи, корзины, паллеты и т.д.)

## СОС

СоС позиции - ключевые позиции в ассортименте ЮниРусь, на которые необходимо при выкладке фокусировать свое внимание в первую очередь. Размещайте СоС в 2 и более фейсинга

## TOP NPD

TOP NPD - Top New Product Deployment. Новинки с наибольшим потенциалом и поддержкой, стратегически приоритетные.



# СТАНДАРТЫ PERFECT STORE

## PRODUCT (ПРОДУКТ)

- В каждой точке должен присутствовать утвержденный Обязательный Ассортимент
- Наличие CoC позиций для категории в канале

## PACK NPD (НОВИНКИ)

- Новинки доступны в магазинах, согласно планированию

## PRICE (ЦЕНА)

- Соблюдаются ценовые рекомендациям

## PROMOTION (ПРОМО АКТИВНОСТИ)

- Реализуются промо мероприятия, способствующие продвижению продукции в магазине

## PLACE (ВЫКЛАДКА)

- Первичная выкладка: расположение продукции на полке, согласно стандартам Компании
- Доля полочного пространства: место на полке, занимаемое брендом/ категорией, соразмерно доле рынка
- Дополнительное размещение: расположение продукции на вторичной выкладке, согласно стандартам Компании

## PROPOSITION (РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ)

- Наличие рекламных материалов, которые ориентированы на покупателя и несут в себе призыв к действию
- Оборудование должно быть правильного типа и размещаться в нужных местах



# ШАГИ ВИЗИТА В ТОРГОВУЮ ТОЧКУ

1

## ПОДГОТОВКА И ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ

- Подготовьте цели по улучшениям в торговой точке, по стандартам «Идеального магазина»
- Проверьте: в наличии комплект документов (если применимо) + форма, бейдж, канцелярский нож, перчатки, рулетка
- Проверьте, чтобы ваш смартфон/планшет был полностью заряжен и в нем были установлены программы TR-Mobile и Цифромерчендайзинг
- Начните визит (сделайте фото фасада)

2

## ВЫКЛАДКА ПРОДУКЦИИ

- Поприветствуйте ЛПР
- Проверьте размещение продукции по всем категориям, которые за вами закреплены: первичная и вторичная выкладка (нет ли перемещения категории или ДМП в другое место после вашего прошлого визита)
- Проверьте, что все ПРОМО-активности, согласованные с сетью – реализованы. Скидка транслируется на полке.
  - Заполните анкеты по PROMO в TR-Mobile и Цифромерчендайзинг
- Выставьте весь доступный товарный запас по каждой категории, которые за вами закреплены на основную полку и на ДМП, соблюдая приоритетность выкладки категорий. Заполнение – во всю глубину полки

### ME FOOD&HPC&IC

1. Мороженное (май-сентябрь)
2. Уход за волосами
3. Дезодоранты
4. Очищение кожи
5. Уход за полостью рта
6. Уход за кожей
7. Уход за домом
8. Мороженное (октябрь-апрель)
9. Приправы

### ME HPC

1. Уход за волосами
2. Дезодоранты
3. Очищение кожи
4. Уход за полостью рта
5. Уход за кожей
6. Уход за домом

### ME FOOD&IC

1. Мороженное (май-сентябрь)
2. Приправы
3. Мороженное (октябрь-апрель)

- Проверьте ценники, они должны располагаться под каждым продуктом. В случае отсутствия или некорректности ценников, распечатайте новые
- Разместите POSM, согласованные с сетью
- Сделайте фотографии в TR-Mobile и Цифромерчендайзинг, по каждой категории, которые за вами закреплены, кроме категории приправ Knorr. Получите отчеты, в которых будут зафиксированы данные по OSA и SOS



# ШАГИ ВИЗИТА В ТОРГОВУЮ ТОЧКУ

3

## УЛУЧШЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ

- Сравните текущую представленность продукции ЮниРусь в магазине со стандартами «Идеального магазина», ориентируясь на приоритеты/фокусы текущего месяца. Поставьте цели по улучшению представленности до стандартов «Идеального магазина»
- Презентуйте ЛПР все возможности по улучшению представленности
- Реализуйте договоренности по улучшению представленности в ходе текущего визита
- Сделайте последние фотографии в TR-Mobile и Цифромерчендайзинг тех категорий, по которым вы улучшили представленность и получите отчеты с финальными данными по OSA и SOS

4

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЗАКАЗ И ЗАВЕРШЕНИЕ ВИЗИТА

- Проанализируйте остатки:
  - виртуальные остатки (в системе числятся остатки по товару, но фактически продукция отсутствует в магазине)  
*обнулите виртуальные остатки*
  - «заблокированные» позиции (закрывается к заказу в системе точки, но доступна к заказам во всей сети)  
*если есть возможность добейтесь снятия «блока»*
- Если товарного запаса недостаточно для полного заполнения основной полки и ДМП, то рассчитайте дополнительный заказ и обсудите его с ЛПР
- Если вы не успели или не смогли реализовать все цели в текущем визите, то запланируйте их реализацию в следующий визит и при необходимости обратитесь за помощью к SV
- Завершите визит (сделайте фото фасада).  
*Важно! Временной интервал между фото и отметкой о завершении визита допускается не более 5 минут*

## ПЕРЕД ТЕМ, КАК ЗАВЕРШИТЬ ВИЗИТ – ПРОВЕРЬТЕ, ЧТО:

1. Весь доступный товарный запас расположен на основной полке и ДМП
2. Ценники располагаются под каждым продуктом. Они актуальны и корректны
3. ПРОМО-активности, согласованные с сетью реализованы (скидка в цене, вторичные выкладки, размещение POSM материалов)



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕЛЕВОЙ ДОЛЕ ПОЛКИ\*

## CONVENIENCE

КАТЕГОРИИ	ДОЛЯ НА ПОЛКЕ
Дезодоранты	50%
Уход и очищение кожи лица	37%
Уход за волосами	21%
Уход за кожей тела	27%
Жидкое мыло	10%
Ополаскиватели для рта	49%
Гели для душа	12%
Зубные пасты	7%
Уход за домом: полы	3%
Уход за домом: мультифункциональные	13%
Уход за домом: кухня	2%
Уход за домом: туалетные блоки	8%
Уход за домом: туалетные гели	48%

\*Используйте гайд по обсуждению доли полки. \*\*Конфиденциально. Коммерческая тайна. Владелец: ООО «Арнест ЮниРусь», Российская Федерация, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13. Не реклама. Распространяется среди ограниченного круга лиц – оптовых покупателей продукции ООО «Арнест ЮниРусь».



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕЛЕВОЙ ДОЛЕ ПОЛКИ\*

## ГИПЕРМАРКЕТЫ

КАТЕГОРИИ	ДОЛЯ НА ПОЛКЕ
Дезодоранты	53%
Уход и очищение кожи лица	24%
Уход за волосами	24%
Уход за кожей тела	23%
Жидкое мыло	14%
Ополаскиватели для рта	42%
Гели для душа	26%
Зубные пасты	9%
Уход за домом: полы	7%
Уход за домом: мультифункциональные	11%
Уход за домом: кухня	9%
Уход за домом: туалетные блоки	10%
Уход за домом: туалетные гели	53%

\*Используйте гайд по обсуждению доли полки. \*\*Конфиденциально. Коммерческая тайна. Владелец: ООО «Арнест ЮниРусь», Российская Федерация, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13. Не реклама. Распространяется среди ограниченного круга лиц – оптовых покупателей продукции ООО «Арнест ЮниРусь».



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕЛЕВОЙ ДОЛЕ ПОЛКИ\*

## СУПЕРМАРКЕТЫ

КАТЕГОРИИ	ДОЛЯ НА ПОЛКЕ
Дезодоранты	47%
Уход и очищение кожи лица	22%
Уход за волосами	23%
Уход за кожей тела	18%
Жидкое мыло	20%
Ополаскиватели для рта	37%
Гели для душа	21%
Зубные пасты	7%
Уход за домом: полы	5%
Уход за домом: мультифункциональные	11%
Уход за домом: кухня	4%
Уход за домом: туалетные блоки	12%
Уход за домом: туалетные гели	50%

\*Используйте гайд по обсуждению доли полки. \*\*Конфиденциально. Коммерческая тайна. Владелец: ООО «Арнест ЮниРусь», Российская Федерация, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13. Не реклама. Распространяется среди ограниченного круга лиц – оптовых покупателей продукции ООО «Арнест ЮниРусь».



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕЛЕВОЙ ДОЛЕ ПОЛКИ\*

H&V

КАТЕГОРИИ	ДОЛЯ НА ПОЛКЕ
Дезодоранты	45%
Уход и очищение кожи лица	19%
Уход за волосами	15%
Уход за кожей тела	22%
Жидкое мыло	10%
Ополаскиватели для рта	32%
Гели для душа	21%
Зубные пасты	8%
Уход за домом: полы	9%
Уход за домом: мультифункциональные	9%
Уход за домом: кухня	4%
Уход за домом: туалетные блоки	12%
Уход за домом: туалетные гели	48%

\*Используйте гайд по обсуждению доли полки. \*\*Конфиденциально. Коммерческая тайна. Владелец: ООО «Арнест ЮниРусь», Российская Федерация, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13. Не реклама. Распространяется среди ограниченного круга лиц – оптовых покупателей продукции ООО «Арнест ЮниРусь».



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ ПРИ КРОСС-КАТЕГОРИЙНОЙ ВЫКЛАДКЕ

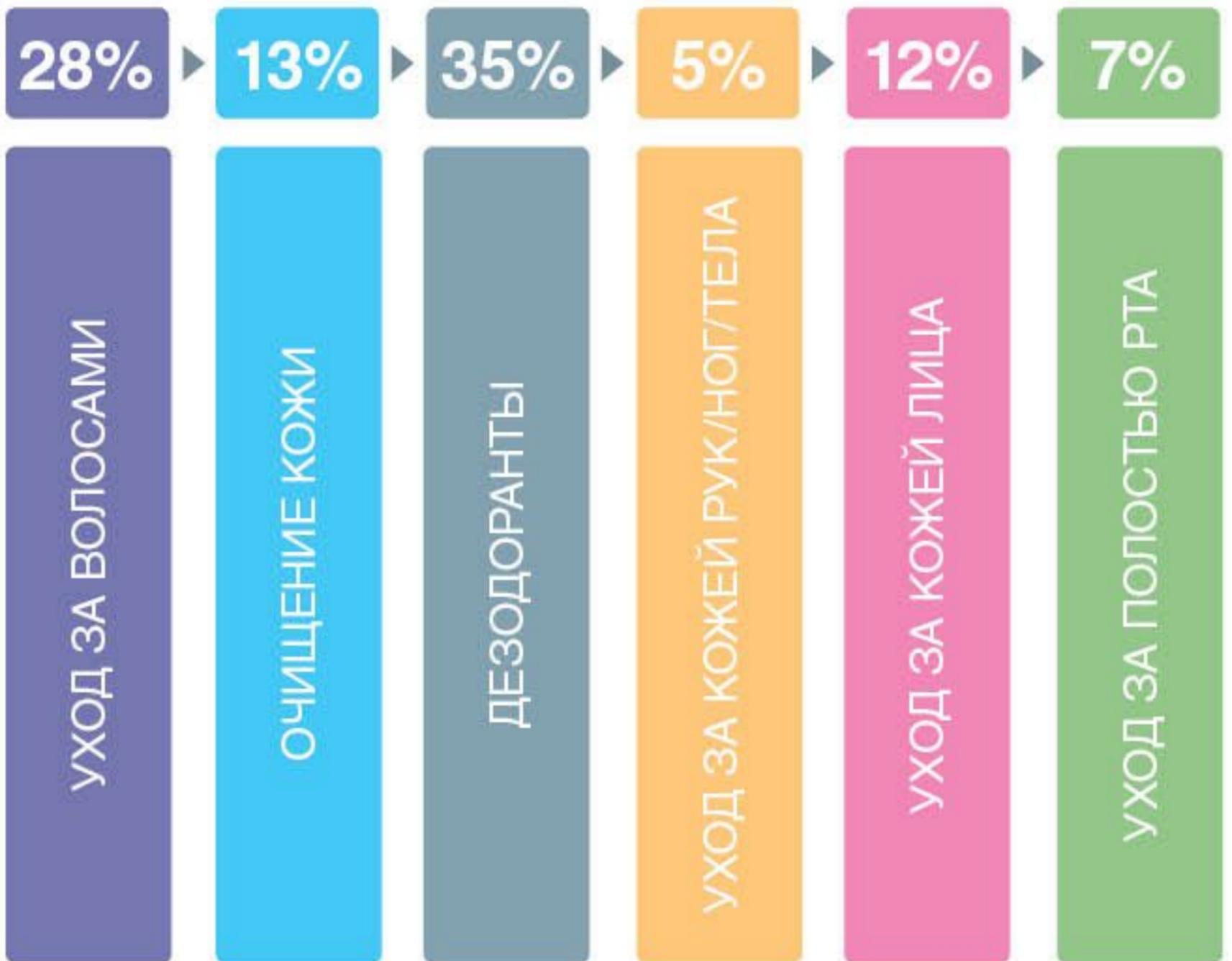
## ПРИНЦИПЫ ВЫКЛАДКИ:

- 1** Последовательность категорий сформирована с учетом потребностей покупателя.
- 2** Необходимо учитывать рекомендованную последовательность (соседство категорий) при кросс-категорийной выкладке на ТТ.
- 3** При отсутствии категории доли полки перераспределяются между собой пропорционально.
- 4** Размещать SKU в рамках бренд-блоков необходимо минимум в 2 фейса.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ В ПОРТФЕЛЕ ЮНИРУСЬ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ ОТДЕЛЬНО  
ОТ ОСТАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ



ОТДЕЛЬНО ОТ УХОДОВЫХ КАТЕГОРИЙ:

## БЫТОВАЯ ХИМИЯ

Туалетные гели – 67%  
Кремы – 8%  
Туалетные блоки – 10%  
Спреи – 7%

Средства для мытья полов – 3%  
Мультифункциональные гели – 3%  
Средства для труб – 2%



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО БРЕНДАМ ВНУТРИ КАТЕГОРИЙ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ ОТДЕЛЬНО  
ОТ ОСТАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ

28%

13%

35%

5%

12%

7%

## 28% УХОД ЗА ВОЛОСАМИ

### Женщины

Клиар – 10%

Тресемме – 24%

Дав – 17%

Чистая линия – 23%

### Мужчины

Клиар – 17%

Дав – 3%

Чистая линия – 6%

## 13% ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ

### ГЕЛИ ДЛЯ ДУША (60%)\*

#### Женщины

Дав – 28%

Самау – 20%

Чистая линия – 5%

#### Мужчины

АКС – 30%

Рексона Мен – 15%

Чистая линия – 2%

### КУСКОВОЕ МЫЛО (30%)

Самау – 85%

Чистая линия – 15%

### ЖИДКОЕ МЫЛО (10%)

Бархатные ручки – 60%

Чистая линия – 18%

Дав – 18%

Самау – 4%

\*\*При отсутствии категории доли полки перераспределяются между собой пропорционально. \*\*\*Например: доля категория на полке – 20%.  
Внутри этой категории показано, какая доля полки (внутри этих 20%) приходится на тот или иной бренд.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО БРЕНДАМ ВНУТРИ КАТЕГОРИЙ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ ОТДЕЛЬНО  
ОТ ОСТАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ

28%

13%

35%

5%

12%

7%

## 35% ДЕЗОДОРАНТЫ

### Женщины

Рексона – 45%

Дав – 15%

### Мужчины

АКС – 20%

Рексона – 15%

Дав – 5%

## 5% УХОД ЗА КОЖЕЙ РУК/НОГ/ТЕЛА

Бархатные ручки – 70%

Чистая Линия – 15%

Сто Рецептов Красоты – 6%

Дав – 9%

## 12% УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА

### УХОД (48%)

Черный жемчуг – 60%

Чистая линия – 40%

### ОЧИЩЕНИЕ (52%)

Чистая линия – 55%

Черный жемчуг – 38%

Дав – 7%

## 7% УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

### Зубные пасты

Лесной бальзам – 40%

Tiswell – 20%

### Ополаскиватели

Лесной бальзам – 30%

Tiswell – 10%

\*\*При отсутствии категории доли полки перераспределяются между собой пропорционально. \*\*\*Например: доля категория на полке – 20%.  
Внутри этой категории показано, какая доля полки (внутри этих 20%) приходится на тот или иной бренд.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ РЯДОМ  
С УХОДОВЫМИ КАТЕГОРИЯМИ



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ РЯДОМ  
С УХОДОВЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

25%

11%

30%

4%

11%

7%

12%

## 25% УХОД ЗА ВОЛОСАМИ

### Женщины

Клиар – 10%

Тресемме – 24%

Дав – 17%

Чистая линия – 23%

### Мужчины

Клиар – 17%

Дав – 3%

Чистая линия – 6%

## 11% ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ

### ГЕЛИ ДЛЯ ДУША (60%)

#### Женщины

Дав – 28%

Самау – 20%

Чистая линия – 5%

#### Мужчины

АКС – 35%

Рексона Мен – 15%

Чистая линия – 2%

### КУСКОВОЕ МЫЛО (30%)

Самау – 85%

Чистая линия – 15%

### ЖИДКОЕ МЫЛО (10%)

Бархатные ручки – 60%

Чистая линия – 18%

Дав – 18%

Самау – 4%

\*\*При отсутствии категории доли полки перераспределяются между собой пропорционально. \*\*\*Например: доля категория на полке – 20%. Внутри этой категории показано, какая доля полки (внутри этих 20%) приходится на тот или иной бренд.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ

ЕСЛИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ СТОИТ РЯДОМ С УХОДОВЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

25%

11%

30%

4%

11%

7%

12%

## 30% ДЕЗОДОРАНТЫ

### Женщины

Рексона – 45%

Дав – 15%

### Мужчины

АКС – 20%

Рексона Men – 15%

Дав Men – 5%

## 4% УХОД ЗА КОЖЕЙ РУК/НОГ/ТЕЛА

Бархатные ручки – 70%

Чистая Линия – 15%

Сто Рецептов Красоты – 6%

Дав – 9%

## 11% УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА

### УХОД (48%)

Черный жемчуг – 60%

Чистая линия – 40%

### ОЧИЩЕНИЕ (52%)

Чистая линия – 55%

Черный жемчуг – 38%

Дав – 7%

## 7% УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

### Зубные пасты

Лесной бальзам – 40%

Tiswell – 20%

### Ополаскиватели

Лесной бальзам – 30%

Tiswell – 10%

## 12% БЫТОВАЯ ХИМИЯ

Туалетные гели – 67%

Кремы – 8%

Туалетные блоки – 10%

Спреи – 7%

Средства для мытья полов – 3%

Мультифункциональные гели – 3%

Средства для труб – 2%

\*\*При отсутствии категории доли полки перераспределяются между собой пропорционально. \*\*\*Например: доля категория на полке – 20%. Внутри этой категории показано, какая доля полки (внутри этих 20%) приходится на тот или иной бренд.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ В ПОРТФЕЛЕ ЮНИРУСЬ

- 1 На схеме – распределение полочного пространства для ТОРЦЕВОГО, НАПОЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ.
- 2 Бытовая Химия должна стоять отдельно от Уходовых категорий.
- 3 Малые упаковки предпочтительно располагать на уровне глаз.

## СХЕМА ДЛЯ ВСЕХ УХОДОВЫХ КАТЕГОРИЙ

ДЕЗОДОРАНТЫ

ДЕЗОДОРАНТЫ

УХОД  
ЗА ПОЛОСТЬЮ  
РТА

УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА

УХОД  
ЗА КОЖЕЙ  
РУК/НОГ/ТЕЛА

ОЧИЩЕНИЕ  
КОЖИ (ГЕЛИ,  
МЫЛО)

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ

ОЧИЩЕНИЕ  
КОЖИ (ГЕЛИ,  
МЫЛО)

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ ПОЛКИ ПО КАТЕГОРИЯМ В ПОРТФЕЛЕ ЮНИРУСЬ

- 1 На схеме – распределение полочного пространства для ТОРЦЕВОГО, НАПОЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ.
- 2 Бытовая Химия должна стоять отдельно от Уходовых категорий.
- 3 Малые упаковки предпочтительно располагать на уровне глаз.

СХЕМА ДЛЯ КАТЕГОРИЙ ДЕЗОДОРАНТЫ,  
ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ, УХОД ЗА ВОЛОСАМИ.

ДЕЗОДОРАНТЫ

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ (ГЕЛИ, МЫЛО)

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



# 3 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛА ИДЕАЛЬНОГО МАГАЗИНА

ПРАВИЛО № 1

ВИДИМОСТЬ ТОВАРА



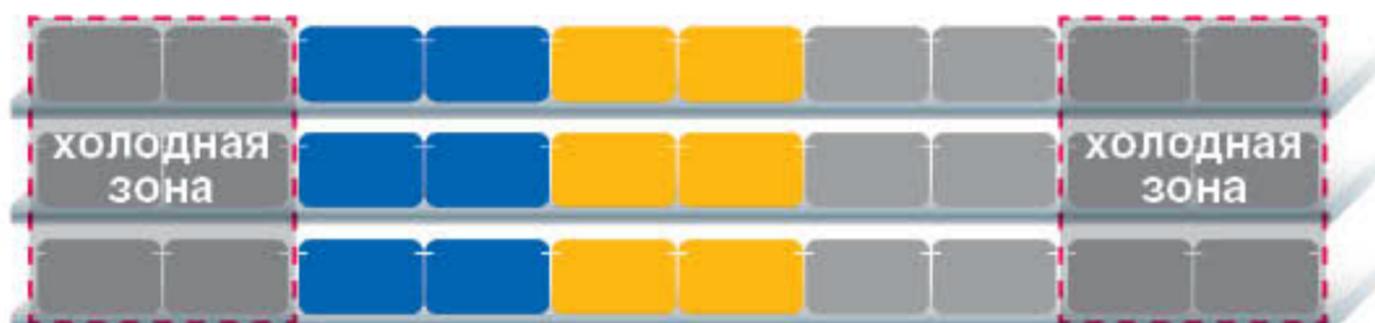
Приоритетное размещение вертикальным блоком.



Размещение горизонтальным блоком строго не на нижних полках стеллажа.



Размещение брендов ЮниРусь рядом с основным конкурентом или лидером в категории.



Не размещать продукцию ЮниРусь в холодной зоне (0,5 м), в случае когда размер категории 3 и более стеллажей.

ЛУЧШАЯ/ЗОЛОТАЯ ПОЛКА  
(120-160 см)

Приоритетная зона полки, т.к. это первое, что видит покупатель, когда смотрит на полку и может с легкостью получить доступ к продукту в этой зоне.

Приоритет:  
выкладка СоС



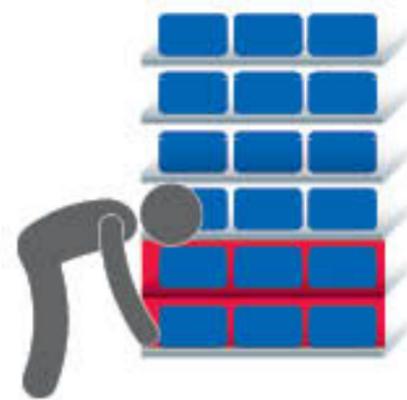
МЕРТВАЯ ЗОНА  
(180–200 см)

Зона дотягивания имеет невысокую ценность, так как доступ покупателя к продукту затруднен.



МЕРТВАЯ ЗОНА  
(ниже 60 см)

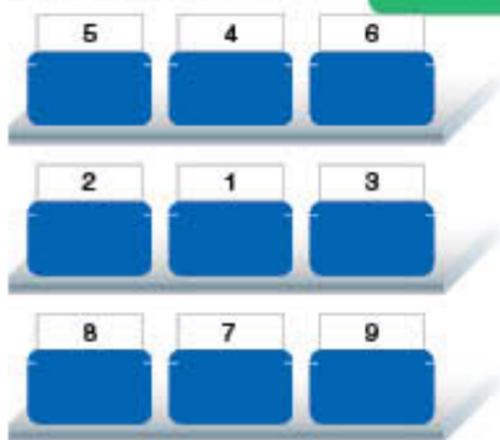
Зона наклона имеет самую низкую ценность для покупателя.



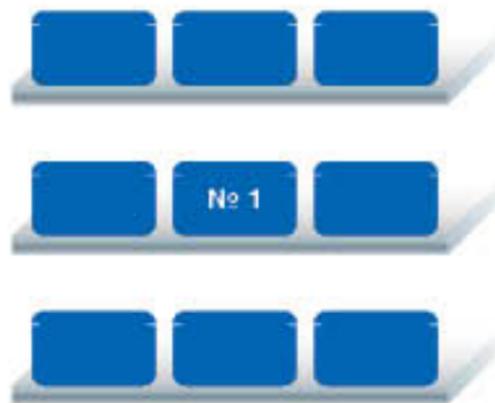
# 3 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛА ИДЕАЛЬНОГО МАГАЗИНА

## ПРАВИЛО № 2

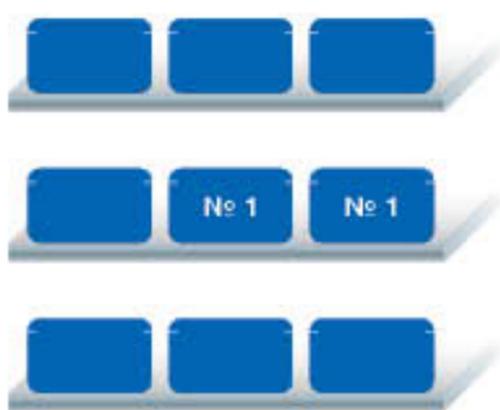
## ПРАВИЛЬНЫЙ АССОРТИМЕНТ



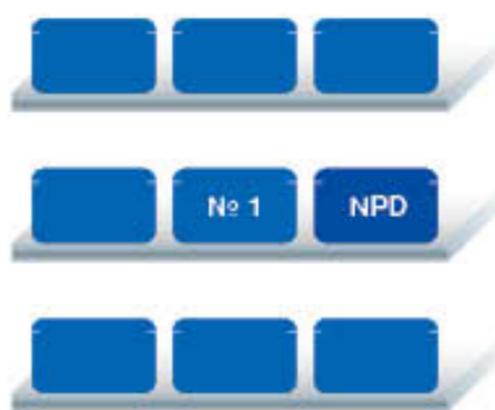
Ассортимент соответствует утвержденной ассортиментной матрице.



Размещение CoC SKU и TOP NPD SKU в центре блока на уровне глаз.



Расширенный фэйсинг для CoC SKU и TOP NPD SKU.



Размещение новинок рядом с CoC SKU и TOP NPD SKU в центре блока на уровне глаз.

## ПРАВИЛО № 3

## СПРАВЕДЛИВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

ДОЛЯ ПОЛКИ И ДОЛЯ АССОРТИМЕНТА ЮНИРУСЬ В КАТЕГОРИИ



ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ЮНИРУСЬ В КАТЕГОРИИ

КАК РАССЧИТАТЬ ДОЛЮ ПОЛКИ?

ДОЛЯ ПОЛКИ ЮНИРУСЬ



КОЛИЧЕСТВО СМ НА ПОЛКЕ, ЗАНИМАЕМЫХ ЮНИРУСЬ В КАТЕГОРИИ  
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО СМ НА ПОЛКЕ В КАТЕГОРИИ



$$\text{Доля полки ЮниРусь} = \frac{X \text{ см} \times 2 \text{ полки}}{Y \text{ см} \times 6 \text{ полок}} \times 100 \%$$

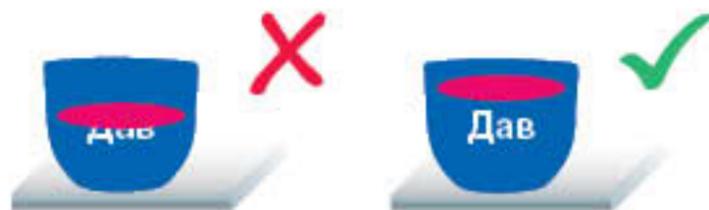


# ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА МЕРЧАНДАЙЗИНГА

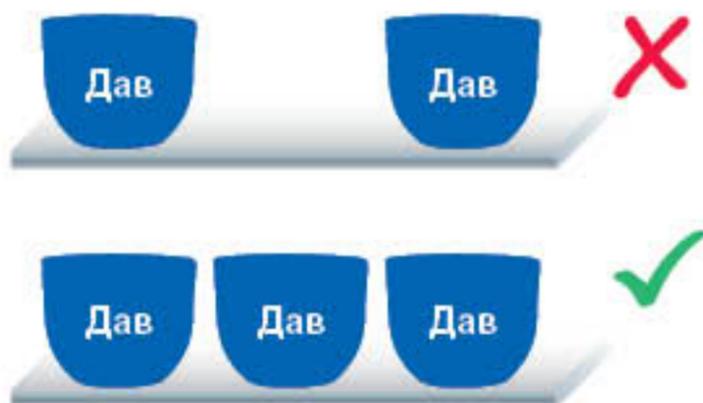
**1** Продукт должен быть размещен **лицевой** стороной к покупателю.



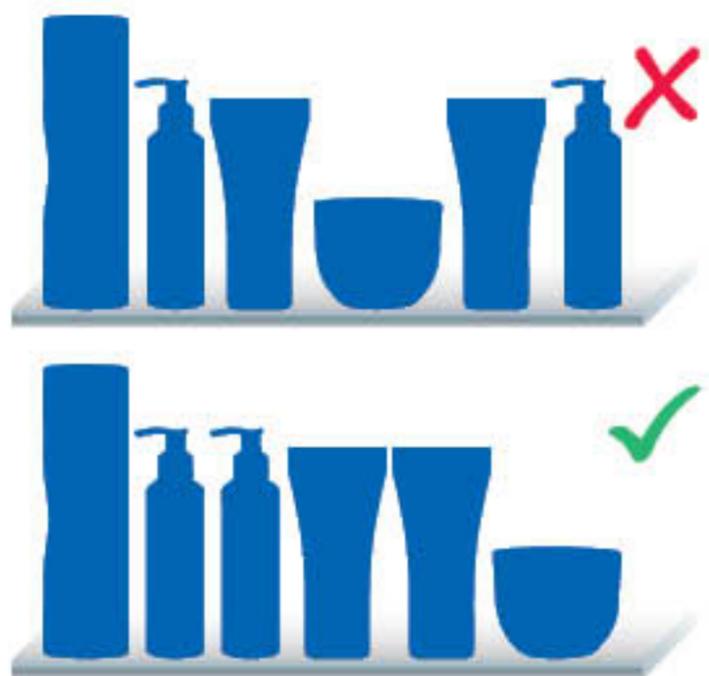
**2** Не допускается **закрывать** логотип брендов ЮниРусь ценником или промостикером.



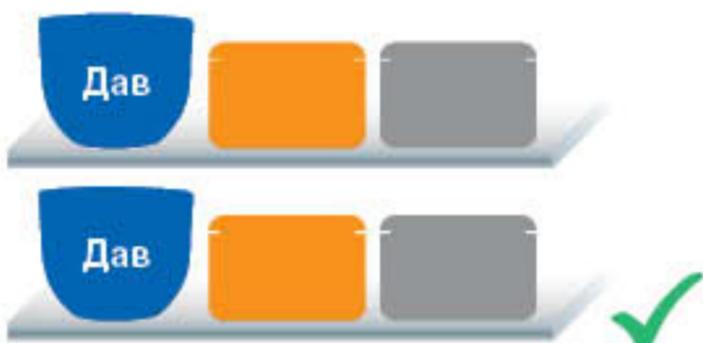
**3** Товарный запас на полке должен **своевременно пополняться**. Отсутствие товара на полке не допускается.



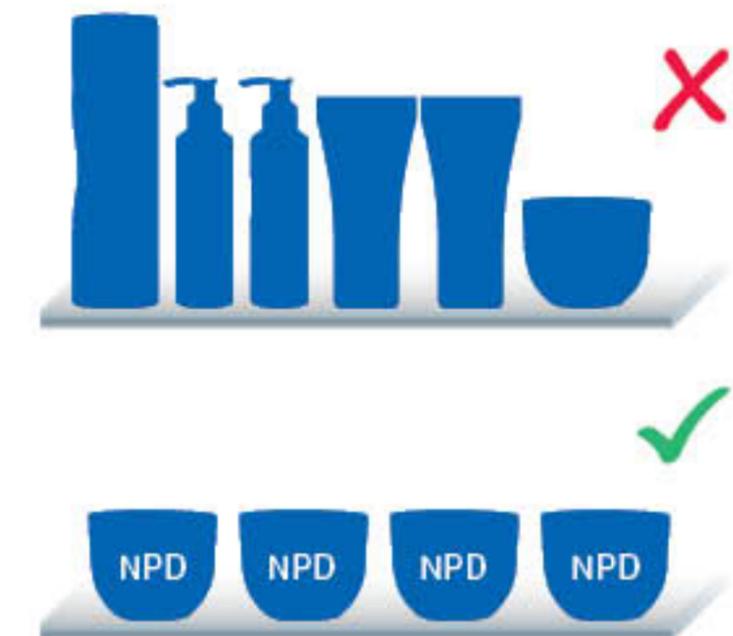
**4** Выкладка внутри блока должна быть по **брендам и саббрендам**. Например: внутри бренда Черный Жемчуг саббренд ВЮ-программа выкладывается отдельным блоком.



**5** Продукт на полке должен располагаться в соответствии с **рекомендуемой планограммой**.

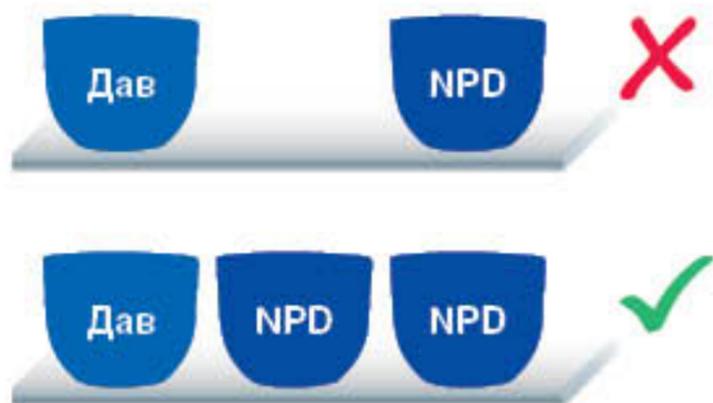


**6** CoC SKU и TOP NPD SKU должны выделяться на полке **увеличенным фейсингом**.



# ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА МЕРЧАНДАЙЗИНГА

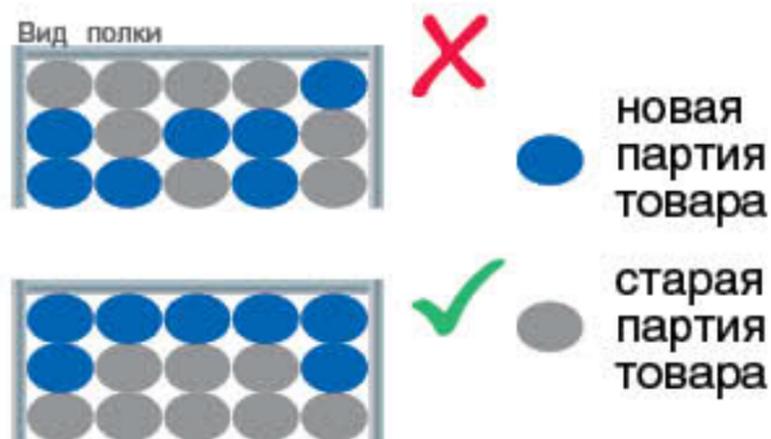
**7** В случае временного отсутствия SKU в ТТ необходимо сохранять его место, дублируя CoC SKU, TOP NPD SKU и другие новинки.



**8** Размещение продуктов на полке – в зависимости от размера упаковки и ценового диапазона.



**9** Необходимо отслеживать срок годности продукта. Продукт с меньшим сроком годности размещается впереди. Правило FIFO.



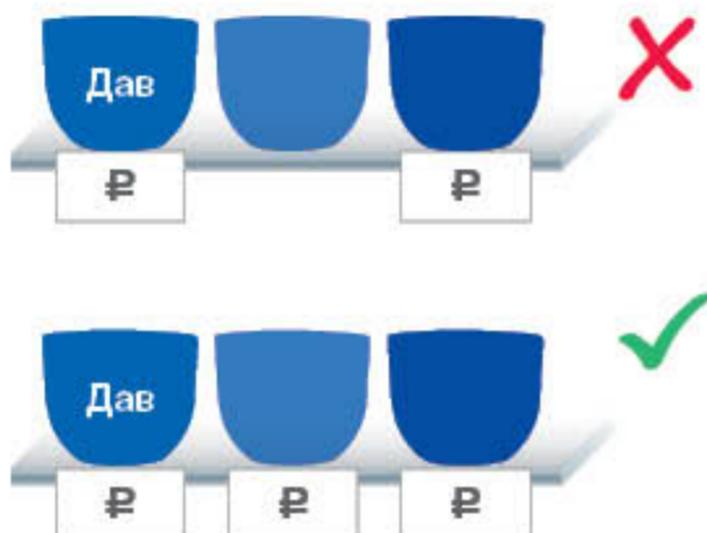
**10** Продукт всегда размещается на полке ближе к торцу полки – так, чтобы он был ближе к покупателю.



**11** Рекламные материалы следует размещать в разумном количестве, чтобы не закрывать продукт и не перегружать полку.



**12** Ценники должны размещаться под каждым SKU, быть актуальными и всегда видными покупателю.



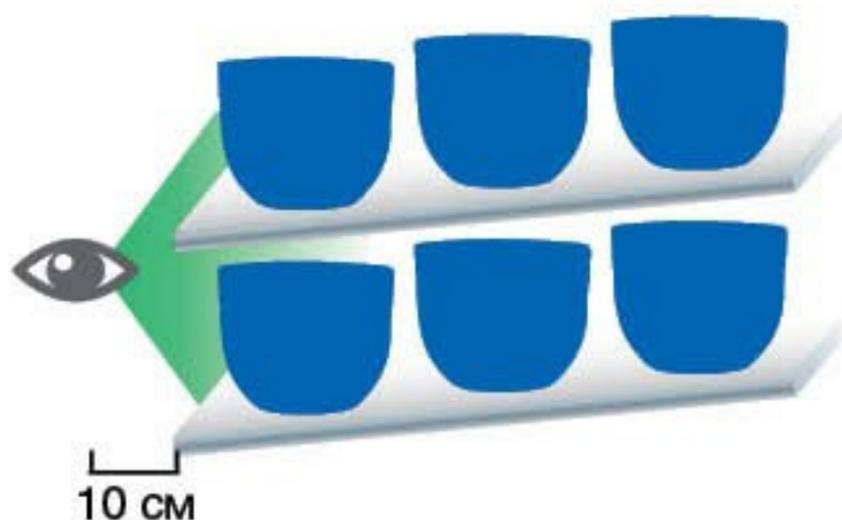
# УРОВНИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

ПРОДУКТ ПОЛНОСТЬЮ СООТВЕТСТВУЕТ СТАНДАРТУ

Уровень качества, к которому необходимо стремиться – дефекты не видны даже при близком рассмотрении



ЗЕЛЕНЫЙ

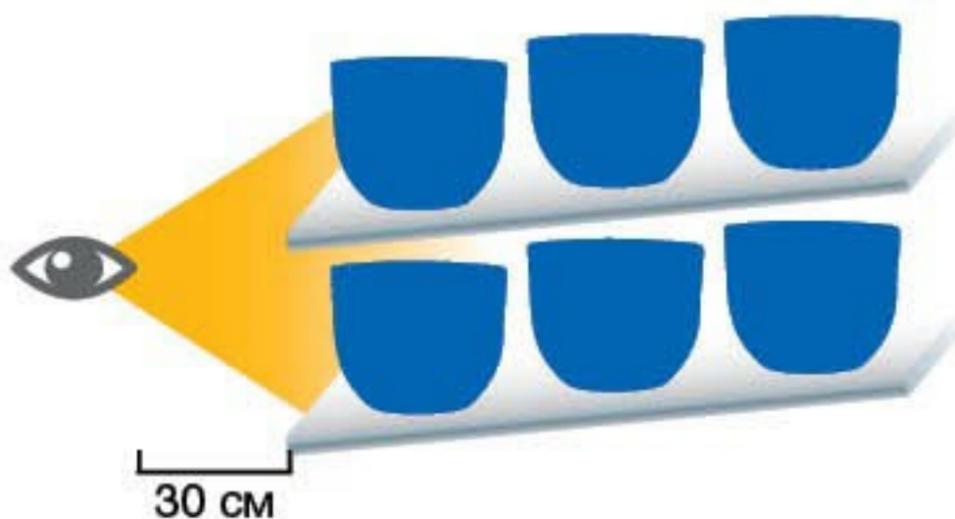


ПРОДУКТ НЕ В ПОЛНОЙ МЕРЕ СООТВЕТСТВУЕТ СТАНДАРТУ

Дефект виден с расстояния на половину вытянутой руки



ЖЕЛТЫЙ

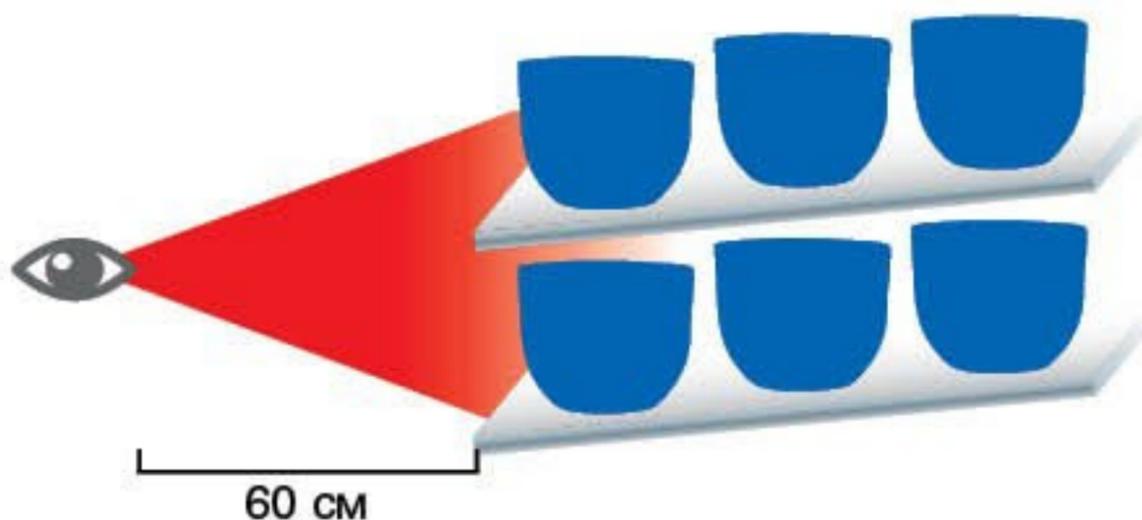


ПРОДУКТ НЕ СООТВЕТСТВУЕТ СТАНДАРТУ

Дефект виден с расстояния на половину вытянутой руки



КРАСНЫЙ



# УРОВНИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

- Внешний вид упаковки не должен иметь дефектов по качеству
- Продукт на полке правильно расположен
- Оперативное информирование о проблемах с качеством продукции

## НЕДОПУСТИМЫЕ ДЕФЕКТЫ НА ПОЛКЕ

### НЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ БРАК (ЛОГИСТИЧЕСКИЙ)

Такие дефекты возникают при неаккуратном обращении с товаром в торговой точке, в том числе вызванные поведением покупателей. Это единичные случаи, которые не носят массовый характер.

- Мятая или рваная упаковка
- Царапины
- Порезы
- Трещины
- Вытекание или высыпание продукта
- Грязь на упаковке
- Намокание
- Наледь
- Механически нарушена целостность упаковки



### ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ БРАК

Такие дефекты могут возникнуть при производстве и оказаться массовыми!

- Крышка / колпак:** протекает, поврежден, отсутствует, некорректно сориентирован
- Этикетка:** отсутствует, некорректный текст, слабо / криво приклеена
- Пузыри, морщины:** плохое качество печати
- Кодировка:** отсутствует / некорректная упаковка - пустая, упаковка - протечка / росыпь, упаковка - недовес / перевес / недолив
- Упаковка:** неверное количество шт. в упаковке, посторонний предмет
- Швы:** открыты / не спаяны
- Пленка:** повреждена / неровная / отсутствует
- Цвет продукта / осадок / расслоение**  
Другой подобный брак производства



## ПРОДУКТ-КЛОН

- ЧТО ЭТО ТАКОЕ?**  
Продукт-клон внешне похож на продукт ЮниРусь настолько, что их можно перепутать, хотя название у него будет другое

- ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ ОБНАРУЖИЛИ?**
  - ✓ Сделать фото лицевой и оборотной стороны этикетки
  - ✓ Записать название торговой точки
  - ✓ В мобильном модуле TR заполнить Анкету о продукте-клоне



# УРОВНИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

## ПРАВИЛА РАБОТЫ С НЕКАЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ В ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ

### КУДА СООБЩАТЬ О ПРОИЗВОДСТВЕННОМ БРАКЕ:

- В мобильном модуле TR заполнить Анкету по производственному браку.

### КУДА СООБЩАТЬ О ЛОГИСТИЧЕСКОМ БРАКЕ:

- В Анкете не нужно, действовать согласно Правилам работы с некачественной продукцией в торговой точке.

### КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ СООБЩАТЬ?

- Адрес торговой точки, Город, Сеть
- Место обнаружения (полка или короб)
- Характер дефекта (из выпадающего списка)
- Количество дефектной продукции (шт.)
- Фото продукта с дефектом
- Номер партии с упаковки, дата производства, для мороженого - время производства
- Комментарии, телефон для связи



Ваши обращения могут реально повлиять на дальнейшее качество продукции!



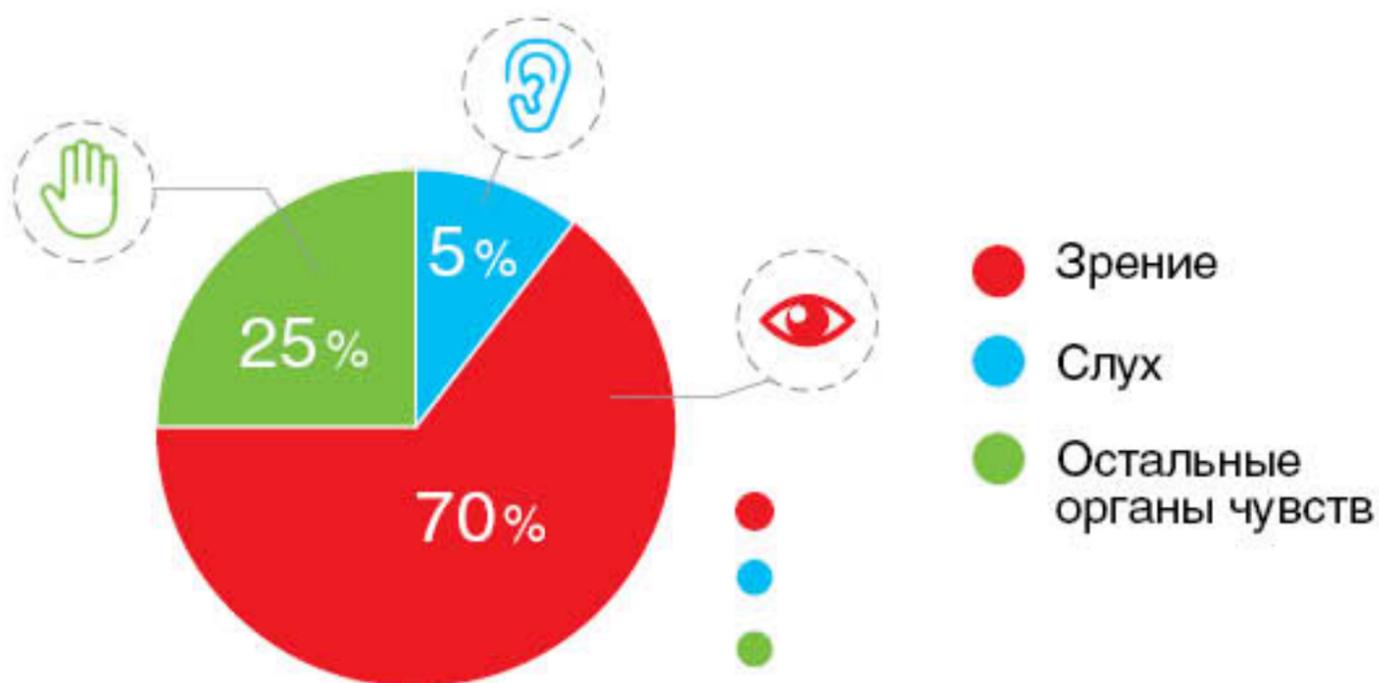
# РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (POSM)

## ЧТО ТАКОЕ POSM

Point Of Sale Materials – это рекламные материалы для оформления мест продаж, основное предназначение которых – выделение продукта из числа конкурентов и стимулирование покупки.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ POSM

Чаще всего POSM используются для привлечения внимания покупателей к продукту, выгодному предложению или цене при помощи визуальной коммуникации. Известно, что 70% информации человек получает от увиденного и только 5% – от услышанного.



80% решений о покупке принимаются именно в торговой точке, поэтому вырастают шансы переключить покупателя с продукции конкурента на нашу продукцию непосредственно в торговой точке. Важно размещать POSM в каждом магазине, где присутствует продукция ЮниРусь.

## СРОКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ POSM

- Годовые – с годовой коммуникацией на бренд/кросс-бренд/категию
- Фокусные – рассчитаны на использование в краткосрочных активностях (1–3 месяца)
- Перманентные – единые конструкции, изготовленные из высокопрочных материалов, с возможностью замены имиджей в зависимости от фокуса месяца. Размещаются на период 1 года и более



# ВИДЫ И НАЗНАЧЕНИЕ POSM

НАИМЕНОВАНИЕ	КАНАЛ	МЕСТО	ФУНКЦИЯ
<b>ШЕЛФТОКЕР (КАРТОННЫЙ ИЛИ ПЛАСТИКОВЫЙ)</b> 	Все	Крепится с основной выкладкой к торцам полок горизонтально	Визуальное выделение продукта на полке, дополнительная коммуникация
<b>СТОППЕР</b> 	MT/KA	Крепится с основной выкладкой продукта перпендикулярно полке	Разграничение выкладки продукции от конкурентов, призван остановить покупателя около товара
<b>ВОБЛЕР</b> 	Все	На полке рядом с продуктом	Привлекает внимание покупателя к конкретному товару, призван информировать об уникальности предложения, призывает покупателей к действию
<b>ПОСТЕР</b> 	MT/TT	Крепится на уровне глаз покупателя в прикассовой зоне или при входе в магазин	Информирование покупателя о новинках, акциях и скидках
<b>РАМКА ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ ЦЕНЫ</b> 	MT/KA	Под основной выкладкой вставляется в ценникодержатель	Фокусирует внимание покупателя на выгодной цене
<b>ВСТАВКА В ЦЕННИКО- ДЕРЖАТЕЛЬ</b> 	MT/KA	Вставляется в ленту-ценникодержатель под основной выкладкой	Сообщает покупателям об акциях
<b>ШЕЛФОРГАНАЙЗЕР (ТРЕЙ)</b> 	MT/KA	В ценникодержатель	Организация полочного пространства, группировка и демонстрация продукта в течение всего года



# ВИДЫ И НАЗНАЧЕНИЕ POSM

НАИМЕНОВАНИЕ	КАНАЛ	МЕСТО	ФУНКЦИЯ
<b>ГРАВИТАЦИОННЫЙ ДИСПЛЕЙ</b> 	MT/КА	Крепится к стеллажам и любому торговому оборудованию кросс-категории, в прикассовой зоне	Обеспечивает движение товара под действием силы тяжести, возможность размещения в условиях дефицита пространства для выкладки, увеличение офф-тейков
<b>ТЕСТЕР-ХОЛДЕР</b> 	MT/КА	Крепится на первичной полке рядом с основным продуктом	Демонстрация и тестирование продукта
<b>ГЛОРИФАЕР</b> 	MT Парфюмерии	Располагается в демонстрационной зоне: рядом с выкладкой, на верхней полке категории или в прикассовой зоне	В большей степени используется для выделения и демонстрации новинки в местах продаж, призван познакомить покупателя с продуктом, выделить основные достоинства продукта
<b>СТРАЙП-ЛЕНТА</b> 	MT/ТТ	Крепится к стеллажам и любому торговому оборудованию кросс-категории, в прикассовой зоне	Дополнительная выкладка, импульсная покупка
<b>БОНЕТА</b> 	MT	Размещается на полках на уровне глаз	Дополнительная кросс-категорийная выкладка



# ВИДЫ И НАЗНАЧЕНИЕ POSM

НАИМЕНОВАНИЕ	КАНАЛ	МЕСТО	ФУНКЦИЯ
<b>НАПОЛЬНЫЙ ДИСПЛЕЙ</b> ! 	MT/KA	Размещается в торговом зале	Организация дополнительной выкладки для увеличения продаж в торговой точке
<b>ПАЛЕТА</b> ! 	MT/KA	В разделе «Выгодная цена»	Дополнительная выкладка продукции, акцентирование внимания на товарах, участвующих в акциях; стимулирует к импульсной покупке
<b>ДИСПЛЕЙ-ПАРАЗИТ</b> 	Все	Крепится к стеллажам и любому торговому оборудованию кросс-категории, в прикассовой зоне	Обеспечивает дополнительную выкладку товара и стимулирует к импульсной покупке
<b>ТОРЦЕВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ</b> ! 	MT/KA	Размещается в торце гондол категории, перпендикулярно центральной аллее торгового зала	Выделяет вторичную выкладку, привлекает внимание покупателя к промотируемой продукции

! В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КРОСС-КАТЕГОРИЙНОМУ РАЗМЕЩЕНИЮ POSM В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

**КАТЕГОРИЯ** PLACE – ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА ПРОДАЖ ЗА СЧЕТ КРОСС-МЕРЧАНДАЙЗИНГА И СОВМЕСТНОЙ ВЫКЛАДКИ

## «ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ»

- Секция мочалок
- Секция дачных и садовых принадлежностей (особенно большие форматы гелей для душа «Чистая Линия»)
- Секция скрабов для тела (гель-скраб Дав Нежное обновление)
- Секция средств по уходу за руками (кремы) для жидкого мыла «Бархатные ручки»
- Секция средств и аксессуаров для бритья (для линейки Дав men+Care)
- Секция парфюма (для линейки Сапай)
- Секция оборудования для ванной (душевые кабины, шторы для ванны, коврики)

**Средства по очищению кожи (тоники, лосьоны, мицеллярная вода)**

- Секция декоративной косметики
- Секция с ватными дисками, очищающими салфетками для лица

## «УХОД ЗА ТЕЛОМ И ЛИЦОМ»

**Кремы для рук, кремы, лосьоны и кондиционеры для тела («Бархатные ручки», «Чистая Линия», «Сто рецептов красоты», Дав, Happy Moments)**

- Секция средств по уходу за домом, особенно рядом со средствами для мытья посуды
- Секция жидкого и кускового мыла
- Секция гелей для душа (для лосьонов для тела)
- Секция маникюрных принадлежностей (особенно «Комплексный крем для рук и ногтей»)
- Прикассовая зона (мини-версии кремов для рук и лица)



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КРОСС-КАТЕГОРИЙНОМУ РАЗМЕЩЕНИЮ POSM В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

## КАТЕГОРИЯ

## PLACE – ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА ПРОДАЖ ЗА СЧЕТ КРОСС-МЕРЧАНДАЙЗИНГА И СОВМЕСТНОЙ ВЫКЛАДКИ

### «УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА»

- Прикассовая зона
- Секция алкоголя
- Секция кофе

### Туалетные блоки Доместос (доступны также на страйп-лентах)

- Секция средств по уходу за туалетом
- Секция туалетной бумаги
- Секция порошков для стирки
- Секция хозяйственных товаров (ведра, швабры, тряпки)
- Секция сантехники
- Прикассовая зона

### Гели Доместос

- Секция средств по уходу за туалетом
- Секция туалетной бумаги
- Секция хозяйственных товаров (ведра, швабры, тряпки)
- Секция сантехники
- Секция дачных и садовых принадлежностей

### «БЫТОВАЯ ХИМИЯ»

### Средства по уходу за полом Глорикс

- Секция хозяйственных товаров (ведра, швабры, тряпки)
- Секция детских товаров
- Секция товаров для животных
- Секция стройматериалов для пола (плитка, паркет, кафель)

### Средства по уходу за домом Сиф

- Секция хозяйственных товаров (ведра, швабры, тряпки)
- Секция салфеток и бумажных полотенец
- Секция посуды и кухонных принадлежностей
- Секция сантехники
- Секция бытовой техники (плиты, духовки)
- Секция мебели для кухни
- Секция дачных и садовых принадлежностей
- Секция аксессуаров для авто (Сиф для стекол)



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КРОСС-КАТЕГОРИЙНОМУ РАЗМЕЩЕНИЮ POSM В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

КАТЕГОРИЯ

PLACE – ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА ПРОДАЖ  
ЗА СЧЕТ КРОСС-МЕРЧАНДАЙЗИНГА  
И СОВМЕСТНОЙ ВЫКЛАДКИ

«ПРОДУКТЫ  
ПИТАНИЯ»

## Приправы Knorr

- SKU макароны и спагетти в секции макарон
- SKU для гречки и риса в секции круп (рядом с гречкой и рисом соответственно)
- Все SKU для курицы и салата «Цезарь» в секции замороженного и охлажденного мяса (курица)
- Специальные приправы для мяса и маринады в секции замороженного и охлажденного мяса
- SKU картошка в секции свежих овощей (рядом с картошкой)
- SKU салат «Цезарь» в секции зелени и салатных листьев

## Чашки супа Knorr

- Секция снеков (чипсы, соленое печенье, снеки Tus)
- Прикассовая зона



# НАПОЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

## (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ КАРТОННАЯ СТОЙКА)

- 1 Размещаем только ассортимент ЮниРусь.
- 2 Расстановка товара – в соответствии с прописанными SKU.
- 3 Поддерживаем наличие и корректность ценников (должны быть цветными, скидки необходимо выделять ярким цветом).
- 4 Поддерживаем фейсинг согласно планограмме.

## СОСЕДСТВО КАТЕГОРИЙ:

- 1 Категории, дополняющие друг друга, размещаем рядом (например, дезодоранты & гели для душа; шампуни & бальзамы & стайлинг; зубные пасты & ополаскиватели и т.п.).
- 2 Бытовую химию необходимо размещать на отдельной полке. Поддерживаем фейсинг согласно планограмме.

## В СЛУЧАЕ OOS:

На 1-ой полке сверху размещаем либо малогабаритные товары, либо якорные бренды, такие как Рексона в дезодорантах (для увеличения траффика).

Если прописанный продукт закончился на доп. напольной стойке, то можно:

- 1 Задублировать ассортимент с основной полки на доп. оборудовании.
- 2 Заменить товар на другой продукт этой же категории, сохраняя представленность на основной полке.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО НАПОЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ:

Размещаем предпочтительно там, где большой траффик покупателей (например, прикассовая зона), или в кросскатегорийной зоне.



# ПРЕПАК ПОЛОЧНЫЙ/ПОЛОЧНЫЙ ДИСПЛЕЙ

- 1 Передвигать товары в ячейках ближе к переднему краю (ближе к покупателю).
- 2 Поддерживаем товарный запас.
- 3 Поддерживаем наличие и корректность ценников (товары со скидкой необходимо выделять цветом).

## ТРЕВЕЛ ПОЛКА

- 1 Размещаем товары малого объема, которые удобно брать с собой.
- 2 Категории, дополняющие друг друга, размещаем рядом (например, дезодоранты & гели для душа; шампуни & бальзамы & стайлинг; зубные пасты & ополаскиватели и т.п.).
- 3 Поддерживаем товарный запас.
- 4 Поддерживаем наличие и корректность ценников (товары со скидкой необходимо выделять цветом).
- 5 Товары из основной матрицы дублировать на основной и тревел полках.
- 6 В сезон отпусков предпочтительно дублировать ассортимент с тревел-полки на прикассовых зонах.



## ДЕЗОДОРАНТЫ:

### АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

8720633009233	РЕКСОНА АНТИПЕРСПИРАНТ АЭРОЗОЛЬ СУХОСТЬ ПУДРЫ 6X100МЛ
8720633009257	РЕКСОНА MEN АНТИПЕРСПИРАНТ АЭРОЗОЛЬ АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ 6X100МЛ
8720633010802	РЕКСОНА CLN PR АПА ГПЛРГ Б/ЗАП 12X75МЛ
8714100910009	РЕКСОНА MEN CLINICAL PROTECTION АНТИПЕРСПИРАНТ АЭРО ЗАЩИТА И УВЕРЕННОСТЬ 12X75МЛ
8714100910153	РЕКСОНА CLINICAL PROTECTION АНТИПЕРСПИРАНТ АЭРОЗОЛЬ СУХОСТЬ И УВЕРЕННОСТЬ 12X75МЛ

## ГЕЛИ Д/ДУША:

### АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

8720633003538	АКС ГЕЛЬ ДЛЯ ДУША И ШАМПУНЬ 3 В 1 EPIC FRESH 20X100МЛ
4605922007197	ДАВ КР-ГЕЛЬ ГЛУБ ПИТ И УВЛАЖН 20X100МЛ
4605922033745	РЕКСОНА MEN ГЕЛЬ ДЛЯ ДУША ГОРНЫЙ ЛЁД 100 МЛ

## ШАМПУНИ:

### АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

8714100859568	ДАВ СУХОЙ ШАМП 12X75МЛ
8714100859735	ТРЕСЕММЕ СУХОЙ ШАМП ОБЪЕМ 23 12X75МЛ
8717644144336	КЛИАР ШМП ЖЕН ПР ВЫП ВОЛОС ЛЛФ 12X200МЛ
8717644165409	КЛИАР ШМ МУЖ 2В1 АКТИВСПОРТ 12X200МЛ

## УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА:

### АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

4600702068702	ЛБ ПРОФ ЗП КОРА ДУБА-ПИХТ ОТВ/ТР 48X50МЛ
---------------	--



## УХОД ЗА ЛИЦОМ: АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

4600702064889	ЧИСТАЯ ЛИНИЯ ГЛ ГЛ ДЕЙСТ 20X100МЛ
8720633008434	ДАВ КРЕМ-ГЕЛЬ ДЛЯ УМЫВАНИЯ УХАЖИВАЮЩИЙ 12X50МЛ
4600702083521	ЧЛ ЛСН НКК ОТВ ЦЕЛТР ВАСИЛЕК 20X100МЛ
4605922317241	ЧИСТАЯ ЛИНИЯ МИЦЕЛЛЯРНАЯ ВОДА 3В1 18X100МЛ
8720633009660	ЧЖ СС-КРМ ДЛ ЛЦ ДЛ ВС ТИПОВ КЖ 18X40МЛ
8720633009677	ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ БАЗА ПОД МАКИЯЖ 18X40МЛ
8714100829516	ЧЛ ТКАН МАСКА ДЛ ИДЕАЛН КОЖА 15X1ШТ
8714100719558	ЧЖ ТКН МСК Д ЛИЦА И ШЕИ ЛИФТИНГ 15X1ШТ
8720633006768	ЧЖ СЫВОРОТКА-БУСТЕР ДЛ ЛЦ УВЛ 8X30МЛ
8720633006799	ЧЖ СЫВОРОТКА-БУСТЕР ДЛ ЛЦ ВСТ 8X30МЛ
8714100902172	ЧЖ КРЕМ-СКУЛЬП ДЛИЦ ШЕИ ЛИФТАСТ 8X50МЛ
4600702083613	ЧЛ БЛЗМ ДГБ 3В1 ПТНУВЛЖ 24X4Г
4600702083651	ЧЛ БЛЗ ДГБ ПРТ ОБВТРВ БРСНК 24X4Г
4605922335214	ЧЛ БАЛЬЗАМ ДЛЯ ГУБ ФИТОПАНТЕНОЛ 24X4Г
4605922032977	ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ МУЛЬТИСТИК ДЛЯ ВЕК И ГУБ 12МЛ

## УХОД ЗА КОЖЕЙ РУК: АССОРТИМЕНТ ДЛЯ ТРЕВЕЛ ПОЛКИ

8714100703670	БАРХАТНЫЕ РУЧКИ ОСНОВНОЙ УХОД 30X45МЛ
---------------	---------------------------------------



## ЧТО МЫ ЗНАЕМ О КАТЕГОРИИ МОРОЖЕНОЕ?

КАТЕГОРИЯ МОРОЖЕНОГО НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД ВЫГЛЯДИТ ОЧЕНЬ ПРОСТОЙ. НО ОНА ОЧЕНЬ СИЛЬНО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ОСТАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ.

- Мороженое дарит радость, а значит, это эмоциональная категория.
- Для успешных продаж мороженого не подходят только стандартные методы продвижения – скидки, смотки.

### МОРОЖЕНОЕ ДЕЛИТСЯ НА 2 СЕГМЕНТА:

- Импульсное (порционное) – порция до 170 гр.
- Семейное (многопорционное) – больше 170 гр, употребляется дома.

### КАКОЕ МОРОЖЕНОЕ ПРОДАВАТЬ, ЗАВИСИТ ОТ СЕЗОНА

- Самая жаркая пора для продажи мороженого – с мая по сентябрь.
- В теплые месяцы года больше продается импульсного мороженого.
- Мороженое для домашнего потребления увеличивает свою долю с ноября по март.



# ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА МОРОЗИЛЬНОЙ КАМЕРЫ

1



Не устанавливайте камеру под прямыми солнечными лучами без навеса

2



Оставляйте пространство не менее 10 см со всех сторон

3



Подключайте камеру напрямую к электрической розетке, не используйте удлинители

4



Не превышайте максимальный уровень загрузки продукта

5



Не храните в камере посторонние продукты

6



Не перекрывайте вентиляционные отверстия



# ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА МОРОЗИЛЬНОЙ КАМЕРЫ

7



Периодически проверяйте температуру в камере

8



Удаляйте излишки льда образующиеся в камере

9



Размораживайте камеру, когда толщина льда превышает 1 см

10



При удалении льда или размораживании, каждый раз отключайте камеру

11



Держите двери камеры закрытыми

12



Не кладите на камеру посторонние предметы



# ШАГИ ВИЗИТА

## 1. ПОДГОТОВКА И ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ

- Подготовка целей по объему и мерчендайзингу
- Подготовка: презентация, основанная на знании потребностей клиента, проверка кредитной истории, другая необходимая информация и материалы

## 2. АНАЛИЗ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ

- Внешняя оценка ТТ и ее положения относительно других ТТ
- Проверка морозильной камеры
- Оценка качества продукта
- Оценка активностей конкурентов
- Приветствие и установление контакта
- Получение дополнительной полезной информации от персонала по ситуации в магазине

## 3. ТОВАРНЫЙ ЗАПАС: ПРОЦЕДУРА OSA

- Проверка товарных запасов в МК, запасниках и пополнение МК
- Определение продукции Out of stock\*
- Расчет оптимального заказа
- Составление предложения по увеличению пространства для продукции
- Расстановка приоритетов исходя из выявленных проблемных зон
- Корректировка целей визита на основании Шагов 2 и 3



## ШАГИ ВИЗИТА

### 4. ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ

- Уточнение нужд и потребностей клиента
- Презентация предложения лицу, принимающему решения
- Преодоление возможных возражений
- Заключение сделки, фиксирование договоренностей

### 5. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

- Выполнение действий по мерчендайзингу и прочих действий в магазине, согласованных в Шаге 4 (выкладка товара, проверка ценников, размещение POSM)
- Работа с МК (очистка, проверка и т.д.)

### 6. АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

- Занесение необходимой информации
- Подготовка дополнительной отчетности по итогам визита (если применимо)

### 7. АНАЛИЗ ВИЗИТА

- Сравнение результатов визита с целями по объему и мерчендайзингу
- Анализ собственных действий
- Постановка целей по объемам и мерчендайзингу на следующий визит



## ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА

Постоянно поддерживать оптимальный торговый запас продукции «Инмарко»

Размещать оборудование Инмарко в лучших местах «Золотой треугольник»

При выкладке продукции строго соблюдать планограммы для канала и типа холодильного оборудования

Соблюдать порядок в морозильном оборудовании Инмарко

Упаковка продуктов должна быть чистая и неповрежденная

Выкладка (первичная, вторичная) с CoC SKU минимум 3 фэйса каждого SKU

В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать не менее 40%

В период промо количество фэйсов SKU, участвующих в акции, увеличивается в 2 раза

Продукцию необходимо выкладывать лицевой стороной (этикеткой) вверх к покупателю

Объемное мороженое форматов ванна, пинта и пластиковый стакан выкладывать строго вертикально



# КОНЦЕПЦИЯ «PERFECT STORE» УЛУЧШЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ

## SMALL STORE+OOH

### PRODUCT



### POSM



### PLANOGRAM

ПЛANOГРАММА ВЫКЛАДКИ МОРОЖЕНОГО «ИНМАРКО», 5 СЕТОК



### PLACE



### PRICE



# КОНЦЕПЦИЯ «PERFECT STORE» УЛУЧШЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ

## MODERN TRADE

### PRODUCT



### SoS



### PLANOGRAM



### PROMO



### PRICE



30 лет  
инмарко

# ВИДЫ РОЗМ

## СКУПИНГ

### ЦЕННИК



### НАКЛЕЙКА



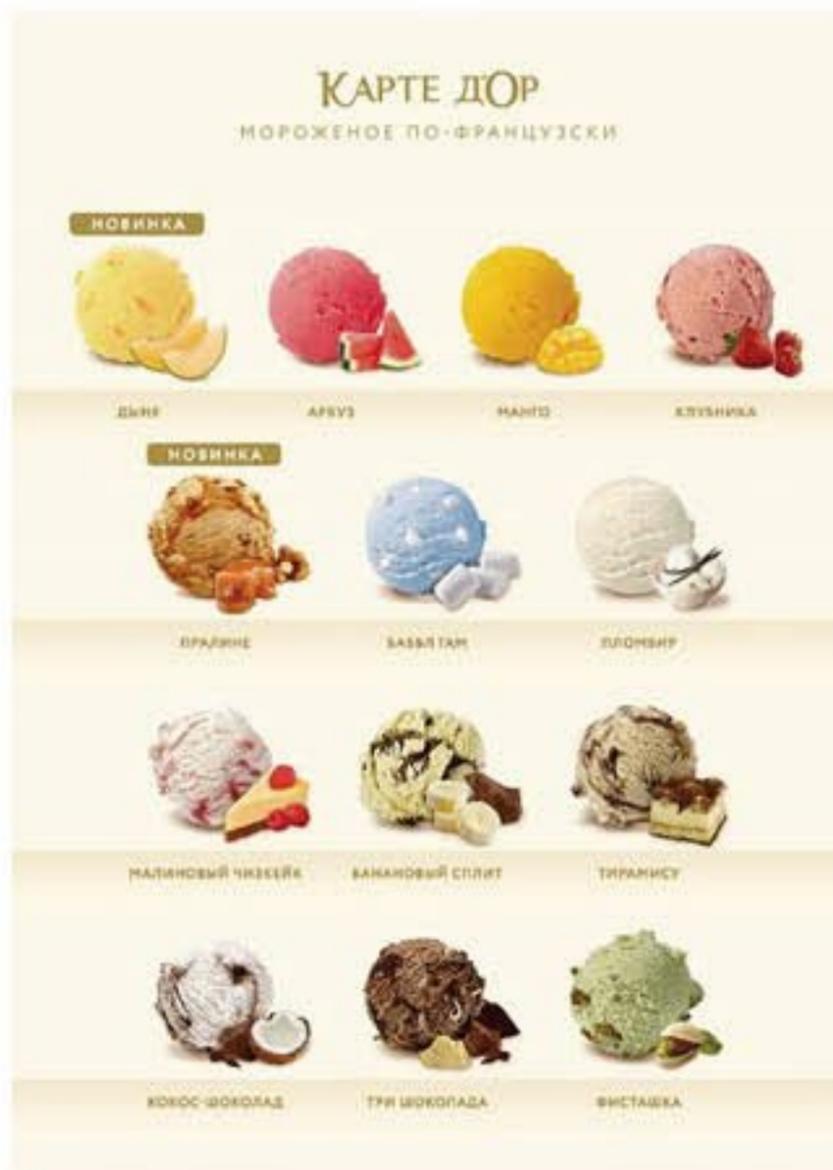
### ПОДРОЖОЧНИК



## ВКУСОПРЕДЕЛИТЕЛИ (13шт)



## ТЕЙБЛ-ТЕНТ+ВКЛАДКА



## ФАРТУК+КЕПКА



ПРИ ПОСЕЩЕНИИ  
ТОРГОВОЙ ТОЧКИ  
УБЕДИТЕСЬ:

МК не расположена вблизи источника тепла, батарей отопления, печей и не находится под прямыми солнечными лучами

Обеспечена свободная циркуляция воздуха вокруг МК: пространство вокруг МК не загромождено коробками и другими предметами. Между вентиляционной решеткой и стеной должен быть зазор не менее 20 см

Температура в МК не должна превышать – 18С.  
Крайне важно проверять температуру в МК при каждом посещении торговой точки!

Термометр в МК находится в зоне видимости

Убедиться, что товар не содержит дефектов, потая, наледи

На МК присутствует наклейка о правилах эксплуатации в торговой точке

В СЛУЧАЕ  
НЕ СОБЛЮДЕНИЯ:

Следует переместить МК в место, удовлетворяющее данным нормам!

Проверить напряжение в сети, убедиться в отсутствии наледи, плотности закрытия крышки МК и корректном положении ручки терморегулятора. Если температура не понизилась до необходимого уровня, следует сообщить о неисправности в УТОП, проконтролировать замену МК на исправную, обеспечить выкладку товара в работающей исправно МК в торговой точке.

Очистить МК от наледи; обеспечить расположение товара в МК  
**не выше красной линии!**

В случае обнаружения брака, его следует убрать на склад для списания, клиент в праве выставить акт поставщику об обнаружении несоответствия по качеству (ТОРГ2)

В случае отсутствия наклейки, необходимо оставить листовку, а также оформить запрос на выдачу необходимой наклейки и проконтролировать стикирование МК в последующий визит торговой точки



**ПРАВИЛО №1 –  
КРАСНАЯ ЛИНИЯ**



**ПРАВИЛО №2 –  
ТЕМПЕРАТУРА**



**ПРАВИЛО №3 –  
НАЛЕДЬ**



Продукция не должна быть выложена в МК выше красной линии.  
Крышка МК должна быть плотно закрыта, когда не используется.



Обязательно наличие исправного термометра в морозильной камере (МК).

Температура в МК должна быть не выше -18С.

Во время Приемки и выкладки мороженого в МК, время нахождения товара в условиях окружающей среды не должно превышать 7 мин при открытых солнечных лучах и 15 мин в закрытом помещении.



## В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ НА СТЕНКАХ МК ОБРАЗОВАЛАСЬ НАЛЕДЬ ИЛИ «ШУБА», ЕЁ НЕОБХОДИМО УБРАТЬ

### Привлечь сотрудников магазина и запустить процесс разморозки МК

- Проинформировать об этом товароведа
- Вытащить из МК всю продукцию, упаковать в её коробки и отнести на склад
- Отключить МК из розетки
- Попросить уборщицу протереть МК, когда она разморозится
- Прийти на следующий день, убедиться, что в МК нет влаги, включить его в розетку и через 15 минут выложить в нее товар

### Почистить стенки МК скребком

- Снять сетки с мороженым, чтобы они не мешали
- Вытащить из МК всю продукцию, которая лежит под сеткой
- Почистить стенки МК скребком (не использовать острые предметы!)
- Собрать в коробку «снег» и отнести в зону для мусора
- На дне МК «снега» быть не должно
- Вернуть продукцию обратно в МК, установить сетки с мороженым на прежнее место

**МК с большой «шубой» и наледью - это несоблюдение температурного режима в камере, что влечет за собой потерю товарного вида мороженого**

- !!** Не реже 1 раза в 30 дней (в зависимости от условий эксплуатации) необходимо очищать моторный отсек от пыли и инородных частиц, накапливающихся в нем.
- !!** Также необходимо регулярно протирать стекло МК для обеспечения видимости товара!



## ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ

### ДЛЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ:

3 четких фото- фронтальная сторона МК с наполнением, штрих-коды, шильд



## CABIN

### ДЛЯ CABIN:

2 четких фото- фронтальная сторона МК с наполнением и на выбор либо штрих-коды, либо шильд



**На МК должны быть приклеены читаемые штрих-коды, шильды, для проведения качественной инвентаризации и Cabin. Если есть необходимость заменить нечитаемые штрих-коды, то подаем заявку УТОП**



## КОМПЛЕКТАЦИЯ СУМКИ ДЛЯ ТП

Кисточка  
Цена: 25 р.  
Арт. 996162



Скребок  
для чистки шубы



Маркер на  
спиртовой основе  
Цена: 51 р.  
Арт. 867249



Салфетка  
из микрофибры  
270гр/м2  
для стекол 35\*35  
Цена: 199 р.  
Арт. 1612790



Ведро  
Цена: 164 р.  
Арт. 1715108



Совок  
Цена: 93,6 р.  
Арт. 955512



Скребок  
металлический  
Цена: 314 р/685 р.  
Арт.  
1607514/1642322



Стеклоочиститель  
Цена: 99,8 р.  
Арт 1455377



# «ЗОЛОТОЙ ТРЕУГОЛЬНИК» ИЛИ ВИДИМОСТЬ МК В ТОЧКЕ

## ФРОНТАЛЬНАЯ ЧАСТЬ МК ДОЛЖНА БЫТЬ ВИДИМА:

- со входа
- на всем протяжении главной аллеи (это проход, соединяющий вход и главные категории с высокой пенетрацией)

## ПРАВИЛЬНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ МК:

1

Размещение МК у кассы  
(не далее 2 м)



2

Размещение МК в следующих  
отделах или на их границах:

- хлеб,
- молочные продукты,
- напитки,
- или в главной аллее.



3

Размещение МК в торец бошеты  
в зоне заморозки



# ГЛОССАРИЙ

## PRODUCT



CoC – Core of the core – наличие ключевого ассортимента с целевой дистрибуцией 100%.  
TOP NPD (новинки) – наличие обязательных новинок в торговых точках. OSA (on-shelf availability) – наличие товара в морозильном оборудовании согласно контракт- листу/MML

## PLACE



Primary placement – место размещения морозильного оборудования в торговой точке («Золотой треугольник»).

## PLANOGRAM



Планограмма – соответствие выкладки планограмме. Состояние – правильный уровень выкладки, отсутствие льда, аккуратность оборудования.

## PRICE



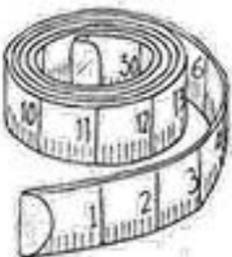
Price Monitoring (мониторинг цен) – цена на полке соответствует рекомендованной цене. Состояние ценника – для каждой позиции есть ценник, акция подсвечена желтым ценником.

## POSM



Point of Sales Materials) – материалы, способствующие продвижению мороженого ЮниРусь в точке продажи.

## SoS



Share of shelf (доля полки) – эксклюзивность продукции, доля мороженого ООО «Арнест ЮниРусь» среди всего мороженого.

## PROMO

**SALE**

Promo – соответствие промо ( в части продукта и цены) в МК согласованному, наличие желтого ценника, расширенной выкладки и достаточного товарного запаса.



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ЖЕНСКИЕ ДЕЗОДОРАНТЫ



8717644585085  
Антиперспирант-аэрозоль Рексона Яркий букет, 150 мл



4605922016991  
Антиперспирант-аэрозоль Рексона Сухость пудры, 150 мл



46149886  
Антиперспирант-карандаш Рексона Сухость пудры, 40 мл



8714100794159  
Антиперспирант-аэрозоль Рексона Нежно и сочно, 150 мл



8593838982621  
Антиперспирант-аэрозоль Рексона Прозрачный кристалл, 150 мл



50096084  
Антиперспирант-ролик Рексона Прозрачный кристалл, 50 мл



## CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ЖЕНСКИЕ ДЕЗОДОРАНТЫ



**4605922017233**

Антиперспирант-аэрозоль  
Дав Нежность пудры,  
150 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

МУЖСКИЕ ДЕЗОДОРАНТЫ



4000388669000

Антиперспирант-аэрозоль  
Рексона MEN Кобальт,  
150 мл



46143617

Антиперспирант-карандаш  
Рексона MEN Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл



46143600

Антиперспирант-ролик  
Рексона MEN Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл



8714100776988

Дезодорант-аэрозоль  
АКС Айс Чилл,  
150 мл



8717644277539

Дезодорант-аэрозоль  
АКС Дарк Темптейшн,  
150 мл



46265531

Дезодорант-карандаш  
АКС Анархия  
50 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



4600702082005

Шампунь для тонких и ослабленных волос «Чистая Линия» Объем и сила с пшеницей и льном, 400 мл



8714100922965

Бальзам-ополаскиватель для тонких и ослабленных волос «Чистая Линия» Объем и сила с пшеницей и льном, 380 мл



4600702036978

Шампунь на отваре целебных трав для всех типов волос «Чистая Линия» Укрепляющий с крапивой, 400 мл



8714100718285

Бальзам-ополаскиватель для всех типов волос «Чистая Линия» Укрепляющий с крапивой, 380 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



8714100917459

Шампунь для создания объема  
TRESemmé  
Восстановление и защита, 650 мл



8714100917442

Шампунь для создания объема  
TRESemmé  
Восстановление и защита, 400 мл



8720633011892

Кондиционер для создания объема  
TRESemmé  
Восстановление и защита, 630 мл



8714100917473

Кондиционер для создания объема  
TRESemmé  
Восстановление и защита, 400 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



8714100917558

Шампунь для создания объема  
TRESemmé Превосходный объем,  
650 мл



8714100917541

Шампунь для создания объема  
TRESemmé Превосходный объем,  
400 мл



8720633011915

Кондиционер для создания объ-  
ема TRESemmé Превосходный  
объем, 630 мл



8714100917572

Кондиционер для создания объема  
TRESemmé Превосходный объем,  
400 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



**4605922012856**

Шампунь против перхоти Клиар  
Защита от выпадения волос, 650 мл



**8717644165768**

Шампунь против перхоти Клиар  
Защита от выпадения волос, 400 мл



**4605922033554**

Шампунь для мужчин против  
перхоти Клиар  
Ледяная свежесть с ментолом,  
650 мл



**8717644144466**

Шампунь для мужчин против  
перхоти Клиар  
Ледяная свежесть с ментолом,  
400 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ВОЛОСАМИ



**4605922007678**

2 в 1: шампунь и бальзам-ополаскиватель для мужчин против перхоти Клиар Актив-спорт, 650 мл



**8717644144626**

2 в 1: шампунь и бальзам-ополаскиватель для мужчин против перхоти Клиар Актив-спорт, 400 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА



4600702086508

Дневной крем для лица «Черный Жемчуг» Самоомоложение от 56 лет, 50 мл



8720182995841

Мультикрем для лица увлажнение, питание, антивозрастной эффект, 46 мл



8714100860991

Дневной крем для лица «Черный Жемчуг» Интенсивное питание, 50 мл



8714100902172

Крем-скульптор для лица и шеи «Черный Жемчуг» Liftactivator, 50 мл



8714100863572

Пенка-мусс для умывания «Черный Жемчуг» Питание, 150 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ОЧИЩЕНИЕ КОЖИ ЛИЦА



**8720182994813**

Лосьон-Тоник  
для нормальной  
и комбинированной  
кожи Василек,  
100 мл



**8714100923047**

Гель для умывания  
Бережное очищение  
для смешанной кожи с  
экстрактом граната,  
160 мл



**4600702062687**

Скраб очищающий  
«Чистая линия»  
абрикосовый,  
50 мл



**4605922315711**

Мицеллярная вода  
«Черный Жемчуг»,  
250 мл



**8714100916520**

Мицеллярная вода  
для лица, век и губ  
«Черный Жемчуг»,  
750 мл



**8714100707913**

Мицеллярная вода 3 в 1  
«Чистая линия»,  
400 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА



**4600702080704**

Дневной крем для  
лица «Чистая линия»  
увлажняющий,  
40 мл



## CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ТЕЛОМ



4600702025972

Крем для рук «Бархатны ручки»  
Питательный, 80 мл



8714100817193

Универсальный крем  
для рук, лица и тела  
для всей семьи экстрапитание, 150 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ЖИДКОЕ МЫЛО



8714100891513

Крем-мыло  
«Бархатные ручки»  
Для меня и моей семьи  
дойпак,  
1000 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ЖЕНСКИЕ ГЕЛИ ДЛЯ ДУША



**8717644026748**

Крем-гель для душа Дав  
Глубокое питание и увлажнение,  
250 мл



**8720633003750**

Крем-гель для душа Дав для  
всей семьи Глубокое питание  
и увлажнение, 610 мл



**4605922009221**

Крем-гель для душа Дав  
Фисташковый крем  
и магнолия, 250 мл



**4605922030867**

Крем-гель для душа Дав  
Фисташковый крем  
и магнолия, 610 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ЖЕНСКИЕ ГЕЛИ ДЛЯ ДУША



4605922005629

Гель для душа CAMAY  
Магическое заклинание,  
750 мл



8720633013384

Гель для душа CAMAY  
Магическое заклинание,  
400 мл



8714100704523

Гель для душа CAMAY  
Магическое заклинание,  
250 мл

КАТЕГОРИЯ

МУЖСКИЕ ГЕЛИ ДЛЯ ДУША



42153184

Гель для душа АКС  
Дарк Темптейшн, 250 мл



8720182999184

Гель для душа АКС  
Дарк Темптейшн, 610 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

УХОД ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА



**4600702068627**

Профилактическая зубная паста  
«Лесной Бальзам»  
с экстрактом ромашки и маслом  
облепихи на отваре трав, 75 мл



**4600702068726**

Профилактическая зубная паста  
«Лесной Бальзам»  
с экстрактом коры дуба и пихты  
на отваре трав, 75 мл



**4600702084566**

Ополаскиватель для десен и зубов  
«Лесной Бальзам» при кровоте-  
чivosti десен с корой дуба и пихтой  
на отваре трав, 400 мл



**4600702099508**

Ополаскиватель для десен и зубов  
«Лесной Бальзам»  
Природная свежесть,  
400 мл



**4600702057256**

Ополаскиватель для десен и зубов  
«Лесной Бальзам» при кровоте-  
чivosti десен с корой дуба и пихтой  
на отваре трав, 250 мл



**4600702097092**

Ополаскиватель для десен и зубов  
«Лесной Бальзам»  
Природная свежесть,  
250 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА ДОМОМ



8714100784235

Средство универсальное  
Доместос Свежесть  
Атлантики,  
1500 мл



8717163094952

Средство универсальное  
Доместос Свежесть  
Атлантики,  
1000 мл



8714100763919

Средство универсальное  
Доместос Свежесть  
Атлантики,  
750 мл



8710908551154

Свежесть океана  
5в1, защита  
от микробов, 55 г



8720182997708

Гибискус и лесные  
ягоды 5в1, блокирует  
неприятные запахи,  
2 x 55 г



8720182998170

Гибискус и лесные  
ягоды 5в1, блокирует  
неприятные запахи,  
3 x 55 г



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА ДОМОМ



**8000630720233**

Средство чистящее  
Легкость чистоты для ванной,  
500 мл



**8000630720226**

Средство чистящее  
Легкость чистоты для кухни,  
500 мл



**8717163044698**

Универсальное средство Актив Лимон,  
чистящий крем для кухни и ванной, 500 мл



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ПРИПРАВЫ И СМЕСИ



8722700343455

Knorr «Чашка супа». «Куриный суп с сухариками», 16 г



8722700343486

Knorr «Чашка супа». «Сырный суп с сухариками», 15,6 г



8714100706046

Knorr «На второе»  
Сухая смесь «Картошка по-деревенски со сливочно-чесночным соусом», 28 г



8712566475056

Knorr «На второе»  
Сухая смесь «Цезарь по-домашнему с хрустящими сухариками», 30 г



8712566064199

Knorr «На второе»  
Сухая смесь «Сочная курица с чесноком и травами», 27 г



# CORE OF THE CORE (СОС ПОЗИЦИИ)

1. Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с СоС SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU СоС.
2. В случае, если в промо активности участвует ассортимент СоС и другой ассортимент, то выкладка СоС SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

КАТЕГОРИЯ

ПРИПРАВЫ И СМЕСИ



4600822901941  
Knorr «На второе»  
Сухая смесь «Куриные  
ножки барбекю», 25 г



4605922329985  
Knorr «На второе»  
Сухая смесь «Спагетти  
болоньезе», 25 г



8714100848616  
Knorr «На второе»  
Курица  
терияки, 28 г



30 лет  
инмарко

# ОБНОВЛЕННЫЙ CORE OF THE CORE ЛЕТНЯЯ МАТРИЦА 2025 7 SKU

1



Золотой Стандарт  
Вафельный стаканчик  
Пломбир

2



Золотой Стандарт  
Вафельный стаканчик  
Черника

3



Золотой Стандарт  
Вафельный стаканчик с глазурью  
Пломбир

4



Золотой Стандарт  
Сэндвич



30 лет  
инмарко

# ОБНОВЛЕННЫЙ CORE OF THE CORE ЛЕТНЯЯ МАТРИЦА 2025 7 SKU

5



Магнат  
Шоколадный  
Трюфель

6



Экзо  
Фреш  
Арбуз-дыня

7



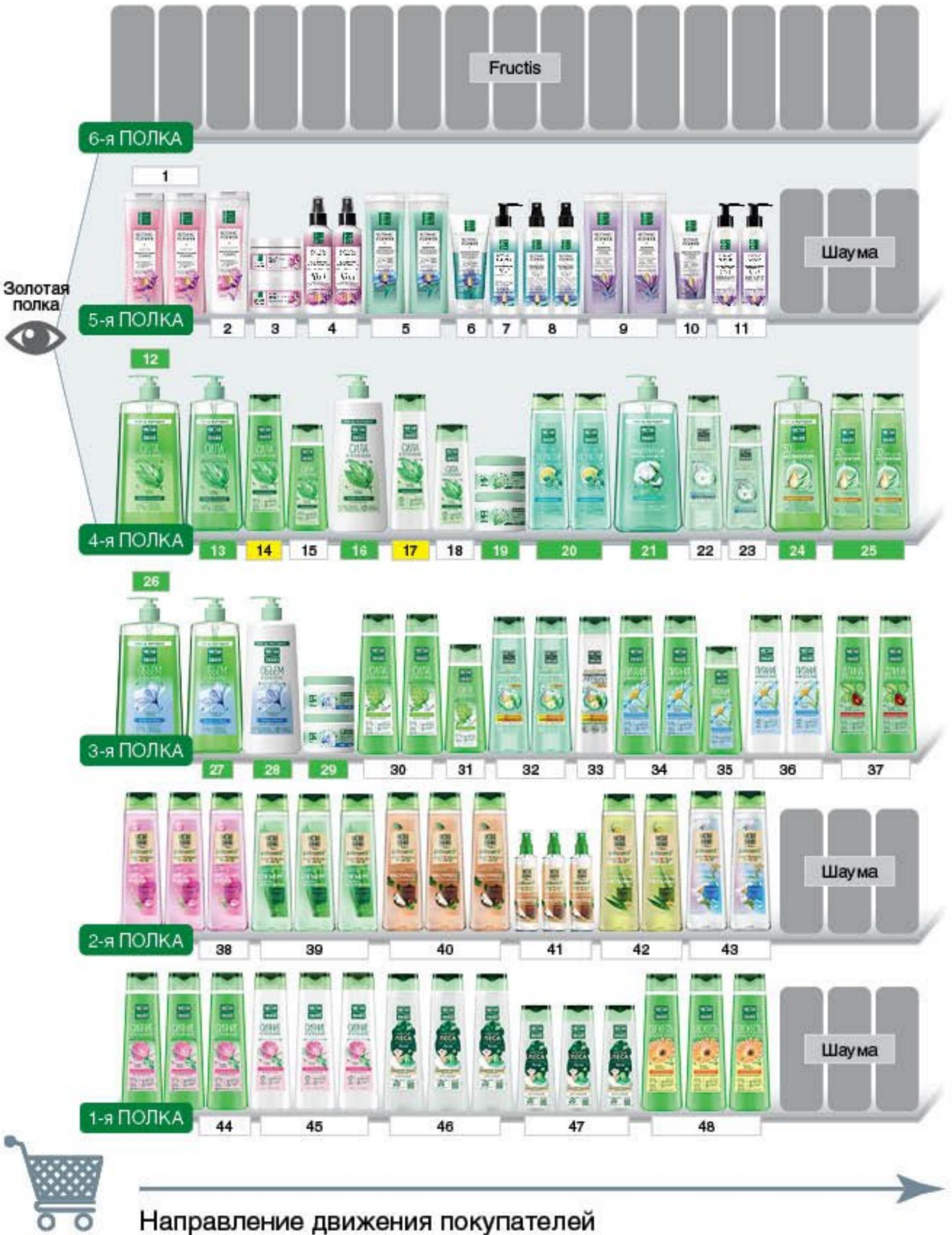
Золотой стандарт  
Весовое, 380 гр  
Пломбир





# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&В



\* 12 Новинка. \*\* 14 Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Чистая Линия и Pure Line должен располагаться в начале категории.
- 4** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам – маска – спрей.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Pure Line от бренда Чистая Линия Шампунь для волос «Реконструкция и защита», 400 мл
- 2 Pure Line от бренда Чистая Линия Кондиционер для волос «Реконструкция и защита», 400 мл
- 3 Pure Line от бренда Чистая Линия Маска-реконструктор для волос «Реконструкция и защита», 300 мл
- 4 Pure Line от бренда Чистая Линия Сыворотка-реконструктор для волос «Реконструкция и защита», 160 мл
- 5 Pure Line от бренда Чистая Линия Шампунь для волос «Ультраукрепление и восстановление», 400 мл
- 6 Pure Line от бренда Чистая Линия Бальзам-маска для волос «Ультраукрепление и восстановление», 200 мл
- 7 Pure Line от бренда Чистая Линия Сыворотка для волос «Ультраукрепление и восстановление», 160 мл
- 8 Pure Line от бренда Чистая Линия Крем-флюид для волос Ультраукрепление и восстановление, 160 мл
- 9 Pure line от бренда Чистая Линия шампунь Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков, 400 мл
- 10 Pure line от бренда Чистая Линия бальзам-маска Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков, 200 мл
- 11 Pure line от бренда Чистая Линия сыворотка для волос 10в1 Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков с биомаслами, без утяжеления, 160 мл

• **12** Новинка. • **14** Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

12	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 1000 мл	New*
13	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 750 мл	New*
14	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 400 мл	CoC**
15	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 250 мл	
16	Post-wash бальзам-ополаскиватель Укрепляющий для всех типов волос Крапива, 730 мл	New*
17	Post-wash бальзам-ополаскиватель Укрепляющий для всех типов волос Крапива, 380 мл	CoC**
18	Post-wash бальзам для всех типов волос Крапива, 230 мл	
19	Маска Крапива, 400 мл	New*
20	Шампунь Унисекс Мята, 400 мл	New*
21	Шампунь Унисекс для частого мытья 2 в 1 Хлопковое молочко, 1000 мл	New*
22	Шампунь Унисекс для частого мытья 2 в 1 Хлопковое молочко, 400 мл	
23	Шампунь Унисекс Мицеллярный мягкий 2 в 1 Хлопковое молочко, 250 мл	
24	Шампунь Унисекс Репейный, 750 мл	New*
25	Шампунь Унисекс Репейный, 400 мл	New*
26	Шампунь Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 1000 мл	New*
27	Шампунь Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 750 мл	New*
28	Post-wash бальзам-ополаскиватель Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 730 мл	New*
29	Маска Пшеница, 400 мл	New*
30	Шампунь Унисекс для всех типов волос 2 в 1 Хмель, 400 мл	
31	Шампунь Унисекс для всех типов волос 2 в 1 Хмель, 250 мл	
32	Шампунь Унисекс мицеллярный фитотерапия 5 в 1, 400 мл	
33	Post-wash бальзам Экспертный уход 5 в 1, 380 мл	
34	Шампунь Унисекс для сухих и поврежденных волос Ромашка, 400 мл	

\* 12 Новинка. \*\* 14 Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 35 Шампунь Унисекс для сухих и поврежденных волос Ромашка, 250 мл
- 36 Post-wash бальзам-ополаскиватель Ромашка, 380 мл
- 37 Шампунь Унисекс против выпадения волос Конский каштан, 400 мл
- 38 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Питание и Уход, 400 мл
- 39 Шампунь Унисекс Natura Ультраувлажнение, 400 мл
- 40 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Экспресс Восстановление Organic Масло Ши, 400 мл
- 41 Post-wash Natura Восстановление и объём с маслом Ши, 160 мл
- 42 Шампунь Унисекс Natura Интенсивное питание, 400 мл
- 43 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Свежесть и Детокс Organic Ромашка, 400 мл
- 44 Шампунь Унисекс для окрашенных волос Клевер, 400 мл
- 45 Post-wash бальзам-ополаскиватель Клевер, 380 мл
- 46 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 400 мл
- 47 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 250 мл
- 48 Шампунь Унисекс для волос склонных к жирности Календула, 400 мл

12

Новинка.

14

Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 35 Шампунь Унисекс для сухих и поврежденных волос Ромашка, 250 мл
- 36 Post-wash бальзам-ополаскиватель Ромашка, 380 мл
- 37 Шампунь Унисекс против выпадения волос Конский каштан, 400 мл
- 38 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Питание и Уход, 400 мл
- 39 Шампунь Унисекс Natura Ультраувлажнение, 400 мл
- 40 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Экспресс Восстановление Organic Масло Ши, 400 мл
- 41 Post-wash Natura Восстановление и объём с маслом Ши, 160 мл
- 42 Шампунь Унисекс Natura Интенсивное питание, 400 мл
- 43 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Свежесть и Детокс Organic Ромашка, 400 мл
- 44 Шампунь Унисекс для окрашенных волос Клевер, 400 мл
- 45 Post-wash бальзам-ополаскиватель Клевер, 380 мл
- 46 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 400 мл
- 47 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 250 мл
- 48 Шампунь Унисекс для волос склонных к жирности Календула, 400 мл

12

Новинка.

14

Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Чистая Линия и Pure Line должен располагаться в начале категории.
- 4** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам – маска – спрей.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Pure Line от бренда Чистая Линия Шампунь для волос «Реконструкция и защита», 400 мл
- 2 Pure Line от бренда Чистая Линия Кондиционер для волос «Реконструкция и защита», 400 мл
- 3 Pure Line от бренда Чистая Линия Маска-реконструктор для волос «Реконструкция и защита», 300 мл
- 4 Pure Line от бренда Чистая Линия Сыворотка-реконструктор для волос «Реконструкция и защита», 160 мл
- 5 Pure Line от бренда Чистая Линия Шампунь для волос «Ультраукрепление и восстановление», 400 мл
- 6 Pure Line от бренда Чистая Линия Бальзам-маска для волос «Ультраукрепление и восстановление», 200 мл
- 7 Pure Line от бренда Чистая Линия Сыворотка для волос «Ультраукрепление и восстановление», 160 мл
- 8 Pure Line от бренда Чистая Линия Крем-флюид для волос Ультраукрепление и восстановление, 160 мл
- 9 Pure line от бренда Чистая Линия шампунь Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков, 400 мл
- 10 Pure line от бренда Чистая Линия бальзам-маска Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков, 200 мл
- 11 Pure line от бренда Чистая Линия сыворотка для волос 10в1 Ультрасвежесть и питание для жирных корней и сухих кончиков с биомаслами, без утяжеления, 160 мл

• **12** Новинка. • **14** Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

12	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 1000 мл	New*
13	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 750 мл	New*
14	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 400 мл	CoC**
15	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 250 мл	
16	Post-wash бальзам-ополаскиватель Укрепляющий для всех типов волос Крапива, 730 мл	New*
17	Post-wash бальзам-ополаскиватель Укрепляющий для всех типов волос Крапива, 380 мл	CoC**
18	Post-wash бальзам для всех типов волос Крапива, 230 мл	
19	Маска Крапива, 400 мл	New*
20	Шампунь Унисекс Мята, 400 мл	New*
21	Шампунь Унисекс для частого мытья 2 в 1 Хлопковое молочко, 1000 мл	New*
22	Шампунь Унисекс для частого мытья 2 в 1 Хлопковое молочко, 400 мл	
23	Шампунь Унисекс Мицеллярный мягкий 2 в 1 Хлопковое молочко, 250 мл	
24	Шампунь Унисекс Репейный, 750 мл	New*
25	Шампунь Унисекс Репейный, 400 мл	New*
26	Шампунь Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 1000 мл	New*
27	Шампунь Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 750 мл	New*
28	Post-wash бальзам-ополаскиватель Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 730 мл	New*
29	Маска Пшеница, 400 мл	New*
30	Шампунь Унисекс для всех типов волос 2 в 1 Хмель, 400 мл	
31	Шампунь Унисекс для всех типов волос 2 в 1 Хмель, 250 мл	
32	Шампунь Унисекс мицеллярный фитотерапия 5 в 1, 400 мл	
33	Post-wash бальзам Экспертный уход 5 в 1, 380 мл	
34	Шампунь Унисекс для сухих и поврежденных волос Ромашка, 400 мл	

\* 12 Новинка. \*\* 14 Core of the Core.



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, PURE LINE

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

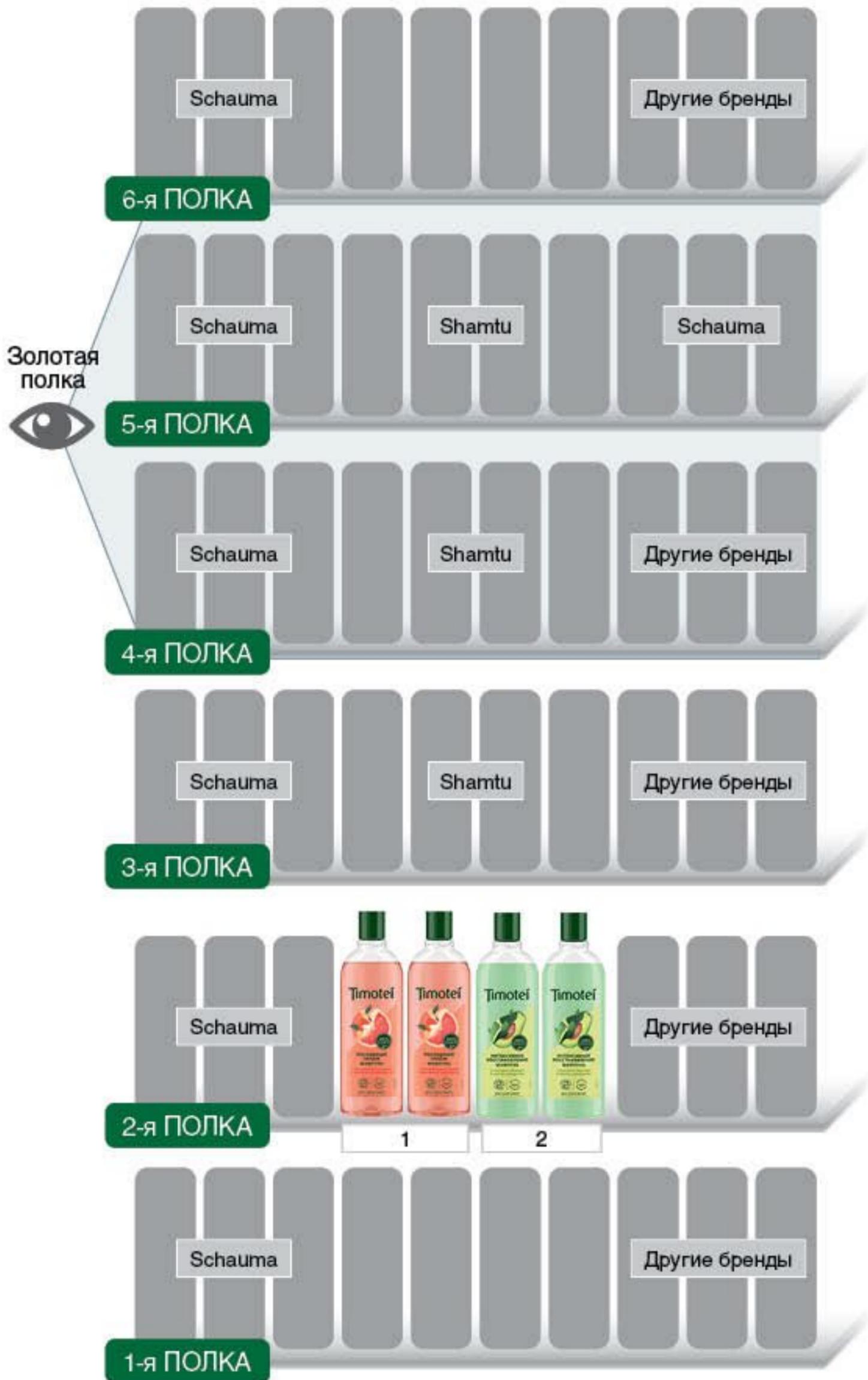
- 35 Шампунь Унисекс для сухих и поврежденных волос Ромашка, 250 мл
- 36 Post-wash бальзам-ополаскиватель Ромашка, 380 мл
- 37 Шампунь Унисекс против выпадения волос Конский каштан, 400 мл
- 38 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Питание и Уход, 400 мл
- 39 Шампунь Унисекс Natura Ультраувлажнение, 400 мл
- 40 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Экспресс Восстановление Organic Масло Ши, 400 мл
- 41 Post-wash Natura Восстановление и объём с маслом Ши, 160 мл
- 42 Шампунь Унисекс Natura Интенсивное питание, 400 мл
- 43 Шампунь Унисекс Natura мицеллярный Свежесть и Детокс Organic Ромашка, 400 мл
- 44 Шампунь Унисекс для окрашенных волос Клевер, 400 мл
- 45 Post-wash бальзам-ополаскиватель Клевер, 380 мл
- 46 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 400 мл
- 47 Шампунь Унисекс для всех типов волос Березовый, 250 мл
- 48 Шампунь Унисекс для волос склонных к жирности Календула, 400 мл

• **12** Новинка. • **14** Core of the Core.



## БРЕНД TIMOTEI

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&amp;В



Направление движения покупателей



# БРЕНД TIMOTEI

## КРІ БРЕНДА

- 1** Бренд-выкладка Timotei должна располагаться вертикально в случае большого полочного пространства в категории и на нижних полках в случае ограниченного пространства.
- 2** Приоритетные линейки должны располагаться на лучших местах:
  - Роскошный объем;
  - Интенсивное восстановление.
- 3** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам.

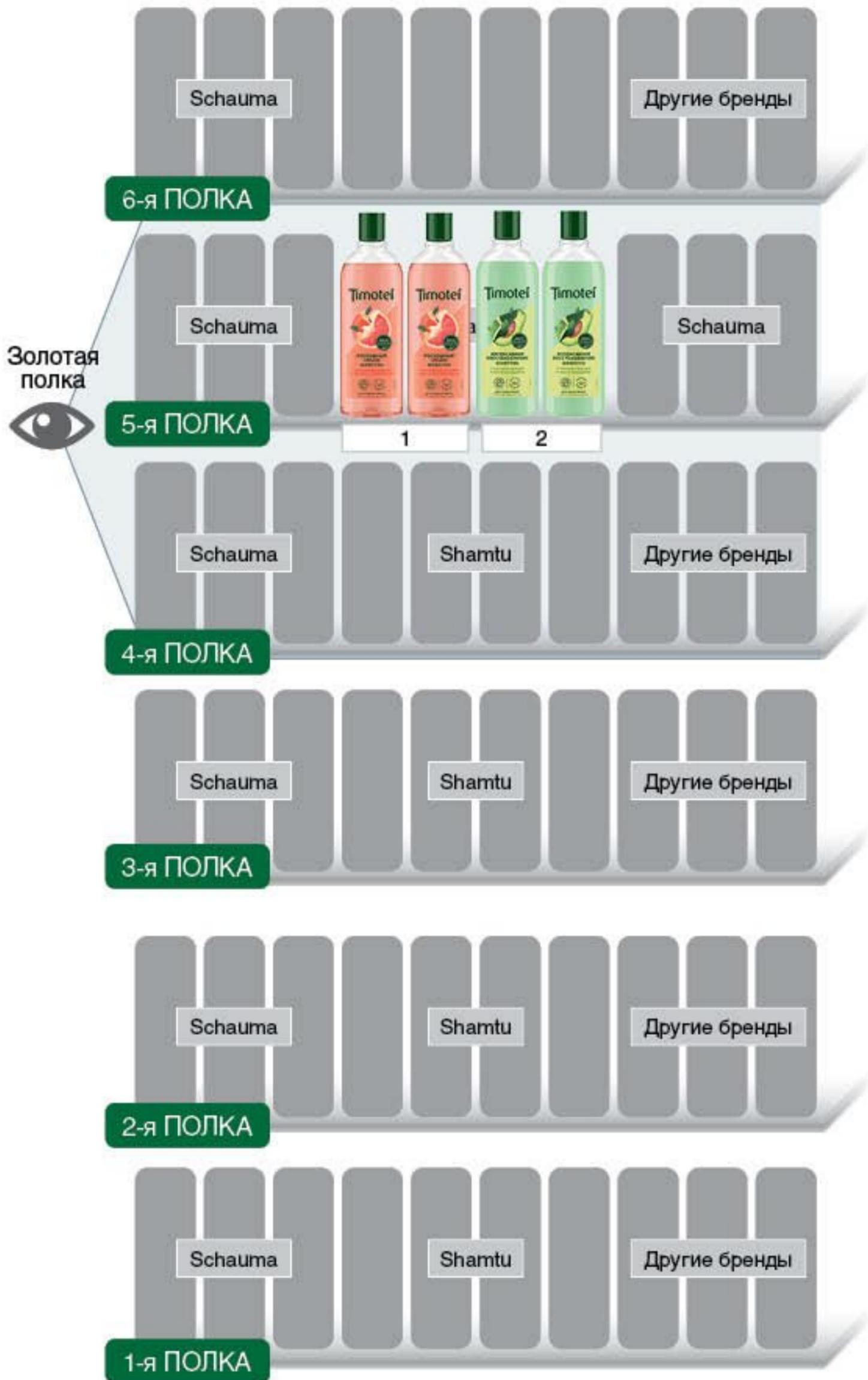
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Шампунь Унисекс Роскошный объем, 400 мл
- 2 Шампунь Унисекс Интенсивное восстановление, 400 мл



## БРЕНД TIMOTEI

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



Направление движения покупателей →



# БРЕНД TIMOTEI

## КРІ БРЕНДА

- 1** Бренд-выкладка Timotei должна располагаться вертикально в случае большого полочного пространства в категории и на нижних полках в случае ограниченного пространства.
- 2** Приоритетные линейки должны располагаться на лучших местах:
  - Роскошный объем;
  - Интенсивное восстановление.
- 3** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Шампунь Унисекс Роскошный объем, 400 мл
- 2 Шампунь Унисекс Интенсивное восстановление, 400 мл



## БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&amp;В



Направление движения покупателей

• 11 Новинка.



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Бренд-блок Дав должен располагаться вертикально рядом с Pantene и Garnier.
- 2 При наличии в торговой точке шампуней или бальзамов разных форматов (например, 380 мл и 250 мл) они выставляются рядом внутри соответствующей линейки.
- 3 Профессиональная линейка на верхней полке при вертикальной выкладке или в конце блока, при горизонтальной выкладке.
- 4 Сухие шампуни в начало бренд блока, по возможности дублировать в сегмент сухих шампуней

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Шампунь сухой Укрепляющий, 250 мл
- 2 Шампунь сухой Без запаха, 250 мл
- 3 Кондиционер 1-минутный Интенсивное восстановление, 180 мл
- 4 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 630 мл
- 5 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановлени, 630 мл
- 6 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановлени, 380 мл
- 7 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 350 мл
- 8 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 250 мл
- 9 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 200 мл
- 10 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление Дойпак, 500 мл

11	Шампунь Унисекс Глубокое увлажнение, 630 мл	New*
12	Бальзам-ополаскиватель Глубокое увлажнение, 630 мл	New*
13	Шампунь Унисекс Глубокое увлажнение, 380 мл	New*
14	Бальзам-ополаскиватель Глубокое увлажнение, 350 мл	New*
15	Маска Глубокое увлажнение, 300 мл	New*
16	Спрей-сыворотка Глубокое увлажнение, 190 мл	New*

11

Новинка.



## БРЕНД ДАВ

### ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В N&V

- 17 Шампунь Унисекс для сухих непослушных волос Питающий уход, 380 мл
- 18 Шампунь Унисекс для ослабленных тонких волос контроль над потерей волос, 380 мл
- 19 Бальзам-ополаскиватель Унисекс для ослабленных тонких волос контроль над потерей волос, 200 мл
- 20 Шампунь Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 630 мл
- 21 Бальзам-ополаскиватель Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 630 мл
- 22 Шампунь Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 380 мл
- 23 Бальзам-ополаскиватель Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 350 мл
- 24 Шампунь Унисекс Объем и восстановление, 380 мл
- 25 Бальзам-ополаскиватель для тонких волос Объем и восстановление, 350 мл
- 26 Шампунь Унисекс Объем и восстановление, 250 мл
- 27 Бальзам-ополаскиватель для тонких волос Объем и восстановление, 200 м
- 28 Шампунь Унисекс Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 380 мл
- 29 Бальзам-ополаскиватель Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 350 мл
- 30 Шампунь Унисекс Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 250 мл
- 31 Бальзам-ополаскиватель Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 200 мл
- 32 Шампунь для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 630 мл
- 33 Бальзам-ополаскиватель для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 630 мл
- 34 Шампунь для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 380 мл
- 35 Бальзам-ополаскиватель для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 350 мл
- 36 Маска для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 300 мл
- 37 Крем-уход для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 280 мл



## БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



11

Новинка.



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Бренд-блок Дав должен располагаться вертикально рядом с Pantene и Garnier.
- 2 Профессиональная линейка на верхней полке при вертикальной выкладке или в конце блока, при горизонтальной выкладке.
- 3 Сухие шампуни в начало бренд блока, по возможности дублировать в сегмент сухих шампуней

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Шампунь сухой Укрепляющий, 250 мл
- 2 Шампунь сухой Без запаха, 250 мл
- 3 Кондиционер 1-минутный Интенсивное восстановление, 180 мл
- 4 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 630 мл
- 5 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 630 мл
- 6 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 380 мл
- 7 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 350 мл
- 8 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 250 мл
- 9 Бальзам-ополаскиватель для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 200 мл
- 10 Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление Дойпак, 500 мл

11	Шампунь Унисекс Глубокое увлажнение, 630 мл	New*
12	Бальзам-ополаскиватель Глубокое увлажнение, 630 мл	New*
13	Шампунь Унисекс Глубокое увлажнение, 380 мл	New*
14	Бальзам-ополаскиватель Глубокое увлажнение, 350 мл	New*
15	Маска Глубокое увлажнение, 300 мл	New*
16	Спрей-сыворотка Глубокое увлажнение, 190 мл	New*

11

Новинка.



# БРЕНД ДАВ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 17 Шампунь Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 630 мл
- 18 Бальзам-ополаскиватель Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 630 мл
- 19 Шампунь Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 380 мл
- 20 Бальзам-ополаскиватель Унисекс Густые и сильные Лаванда и Розмарин, 350 мл
- 21 Шампунь Унисекс Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 380 мл
- 22 Бальзам-ополаскиватель Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 350 мл
- 23 Шампунь Унисекс Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 250 мл
- 24 Бальзам-ополаскиватель Восстановление с куркумой и кокосовым маслом, 200 мл
- 25 Шампунь Унисекс Объем и восстановление, 380 мл
- 26 Бальзам-ополаскиватель для тонких волос Объем и восстановление, 350 мл
- 27 Шампунь Унисекс Объем и восстановление, 250 мл
- 28 Бальзам-ополаскиватель для тонких волос Объем и восстановление, 200 м
- 29 Шампунь Унисекс для сухих непослушных волос Питающий уход, 380 мл
- 30 Шампунь Унисекс для ослабленных тонких волос контроль над потерей волос, 380 мл
- 31 Бальзам-ополаскиватель Унисекс для ослабленных тонких волос контроль над потерей волос, 200 мл
- 32 Шампунь для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 630 мл
- 33 Бальзам-ополаскиватель для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 630 мл
- 34 Шампунь для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 380 мл
- 35 Бальзам-ополаскиватель для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 350 мл
- 36 Маска для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 300 мл
- 37 Крем-уход для сухих волос Глубокое питание и восстановление с ароматом Манго, 280 мл



# БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&В



\* 10 Core of the Core. \*\* 15 TOP NPД.



# БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд Тресемме должен размещаться в начале сегмента «Профессиональный уход», рядом со Syoss.
- 4** Бренд Тресемме должен быть расположен между брендами Elseve и Syoss.
- 5** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам – маска/несмываемый крем/спрей/сыворотка.
- 6** Сухие шампуни в начало бренд блока, по возможности дублировать в сегмент сухих шампуней

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Шампунь Унисекс Botanique Detox детокс, 400 мл
- 2 Post-wash Botanique Detox кондиционер увлажняющий, 400 мл
- 3 Post-wash Botanique Detox, 200 мл
- 4 Шампунь Унисекс Diamond Strength Укрепляющий, 400 мл
- 5 Post-wash Diamond Strength кондиционер Укрепляющий, 400 мл
- 6 Шампунь Унисекс Keratin Smooth разглаживающий, 400 мл
- 7 Post-wash Keratin Smooth кондиционер разглаживающий, 400 мл
- 8 Сухой Шампунь для объема с эффектом стайлинга, 250 мл
- 9 Сухой Шампунь очищающий экстра свежесть, 250 мл
- 10 Шампунь Унисекс Repair&Protect Восстанавливающий, 650 мл CoC\*
- 11 Шампунь Унисекс Repair&Protect для поврежденных волос, 400 мл CoC\*
- 12 Post-wash Repair&Protect кондиционер восстанавливающий, 630 мл

\* 10 Core of the Core. \*\* 15 TOP NPD.



# БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

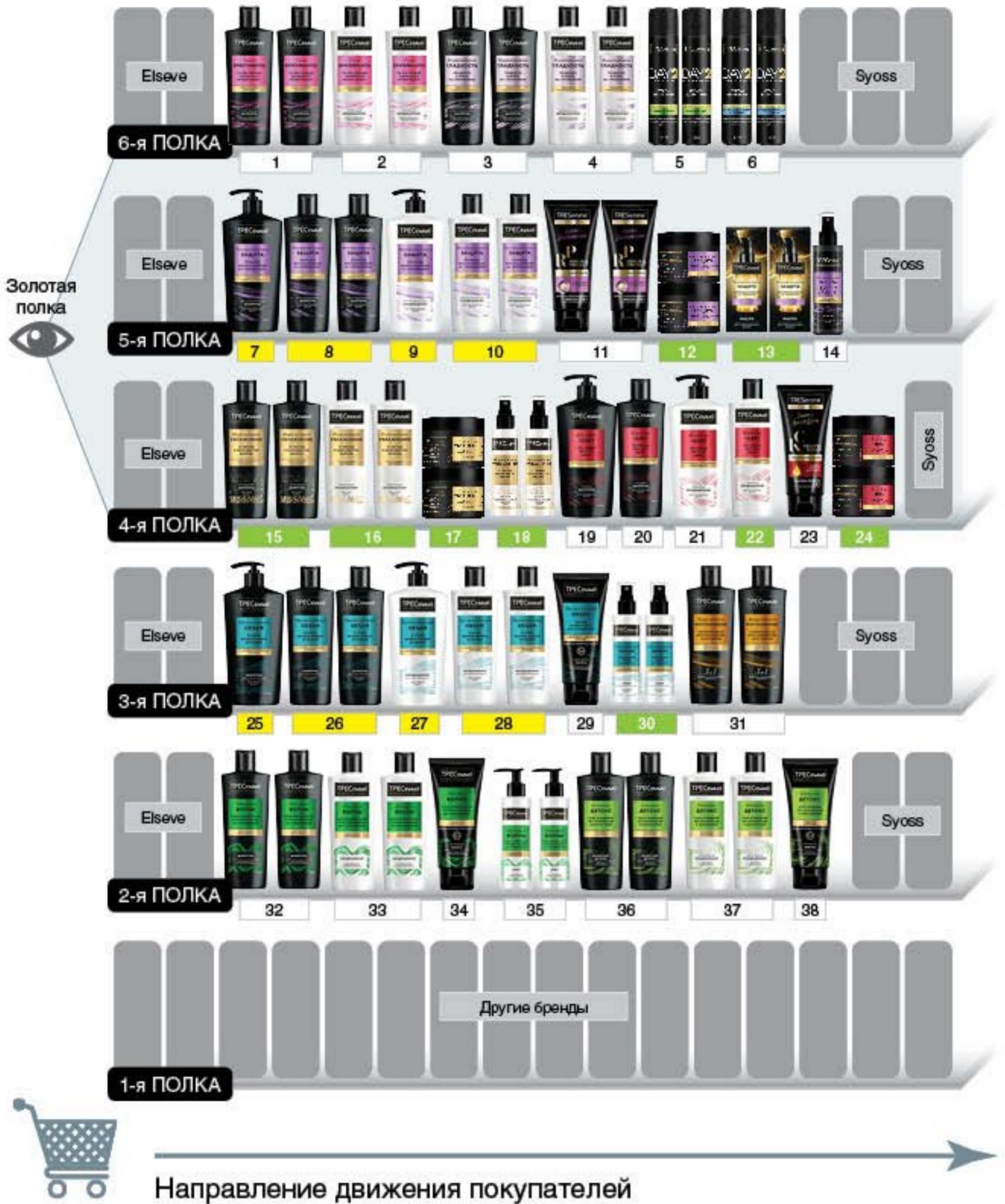
13	Post-wash Repair&Protect кондиционер восстанавливающий, 400 мл	CoC*
14	Post-wash Repair&Protect, 200 мл	
15	Маска интенсивная для поврежденных волос Repair&Protect, 300 мл	Top NPD**
16	Масло для волос Repair&Protect, 50 мл	Top NPD**
17	Post-wash термозащитный спрей Repair&Protect, 160 мл	
18	Шампунь увлажняющий для сухих волос Rich Moisture, 400 мл	Top NPD**
19	Кондиционер увлажняющий для сухих волос Rich Moisture, 400 мл	Top NPD**
20	Маска интенсивная для сухих волос Rich Moisture, 300 мл	Top NPD**
21	Сыворотка-флюид невесомая для волос Rich Moisture, 190 мл	Top NPD**
22	Шампунь Унисекс Keratin Color для окрашенных волос, 650 мл	
23	Шампунь Унисекс Keratin Color для окрашенных волос, 400 мл	
24	Post-wash Keratin color кондиционер для окрашенных волос, 630 мл	
25	Post-wash Keratin Color кондиционер для окрашенных волос, 400 мл	Top NPD**
26	Post-wash Keratin Color, 200 мл	
27	Маска интенсивная Keratin Color для окрашенных волос, 300 мл	Top NPD**
28	Шампунь Унисекс Beauty-full Volume для создания объема, 650 мл	CoC*
29	Шампунь Унисекс Beauty-full Volume для создания объема, 400 мл	CoC*
30	Кондиционер Beauty-full Volume кондиционер для создания объема, 630 мл	
31	Кондиционер Beauty-full Volume кондиционер для создания объема, 400 мл	CoC*
32	Post-wash Beauty-full Volume, 200 мл	
33	Спрей Beauty-full Volume для объема волос, 190 мл	Top NPD**
34	Шампунь Унисекс Complex Repair 3 в 1 кондиционер и уход, 360 мл	
35	Шампунь Унисекс кудри, 360 мл	
36	Post-wash кондиционер кудри, 360 мл	
37	Post-wash маска кудри, 200 мл	
38	Post-wash крем кудри, 160 мл	

\* 10 Core of the Core. \*\* 15 TOP NPD.



## БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 7 Core of the Core. \*\* 12 TOP NPД.



# БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд Тресемме должен размещаться в начале сегмента «Профессиональный уход», рядом со Syoss.
- 4** Бренд Тресемме должен быть расположен между брендами Elseve и Syoss.
- 5** Продукты должны быть выставлены линейками по режиму ухода за волосами: шампунь – бальзам – маска/несмываемый крем/спрей/сыворотка.
- 6** Сухие шампуни в начало бренд блока, по возможности дублировать в сегмент сухих шампуней

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

1	Шампунь Унисекс Diamond Strength Укрепляющий, 400 мл	
2	Post-wash Diamond Strength кондиционер Укрепляющий, 400 мл	
3	Шампунь Унисекс Keratin Smooth разглаживающий, 400 мл	
4	Post-wash Keratin Smooth кондиционер разглаживающий, 400 мл	
5	Сухой Шампунь очищающий экстра свежесть, 250 мл	
6	Сухой Шампунь для объема с эффектом стайлинга, 250 мл	
7	Шампунь Унисекс Repair&Protect Восстанавливающий, 650 мл	CoC*
8	Шампунь Унисекс Repair&Protect для поврежденных волос, 400 мл	CoC*
9	Post-wash Repair&Protect кондиционер восстанавливающий, 630 мл	
10	Post-wash Repair&Protect кондиционер восстанавливающий, 400 мл	CoC*
11	Post-wash Repair&Protect, 200 мл	
12	Маска интенсивная для поврежденных волос Repair&Protect, 300 мл	Top NPD**

\* 7 Core of the Core. \*\* 12 TOP NPD.



## БРЕНД ТРЕСЕММЕ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ ГМ

13	Масло для волос Repair&Protect, 50 мл	Top NPD**
14	Post-wash термозащитный спрей Repair&Protect, 160 мл	
15	Шампунь увлажняющий для сухих волос Rich Moisture, 400 мл	Top NPD**
16	Кондиционер увлажняющий для сухих волос Rich Moisture, 400 мл	Top NPD**
17	Маска интенсивная для сухих волос Rich Moisture, 300 мл	Top NPD**
18	Сыворотка-флюид невесомая для волос Rich Moisture, 190 мл	Top NPD**
19	Шампунь Унисекс Keratin Color для окрашенных волос, 650 мл	
20	Шампунь Унисекс Keratin Color для окрашенных волос, 400 мл	
21	Post-wash Keratin color кондиционер для окрашенных волос, 630 мл	
22	Post-wash Keratin Color кондиционер для окрашенных волос, 400 мл	Top NPD**
23	Post-wash Keratin Color, 200 мл	
24	Маска интенсивная Keratin Color для окрашенных волос, 300 мл	Top NPD**
25	Шампунь Унисекс Beauty-full Volume для создания объема, 650 мл	CoC*
26	Шампунь Унисекс Beauty-full Volume для создания объема, 400 мл	CoC*
27	Кондиционер Beauty-full Volume кондиционер для создания объема, 630 мл	
28	Кондиционер Beauty-full Volume кондиционер для создания объема, 400 мл	CoC*
29	Post-wash Beauty-full Volume, 200 мл	
30	Спрей Beauty-full Volume для объема волос, 190 мл	Top NPD**
31	Шампунь Унисекс Complex Repair 3 в 1 кондиционер и уход, 360 мл	
32	Шампунь Унисекс кудри, 360 мл	
33	Post-wash кондиционер кудри, 360 мл	
34	Post-wash маска кудри, 200 мл	
35	Post-wash крем кудри, 160 мл	
36	Шампунь Унисекс Botanique Detox детокс, 400 мл	
37	Post-wash Botanique Detox кондиционер увлажняющий, 400 мл	
38	Post-wash Botanique Detox, 200 мл	

7

Core of the Core. \*\*

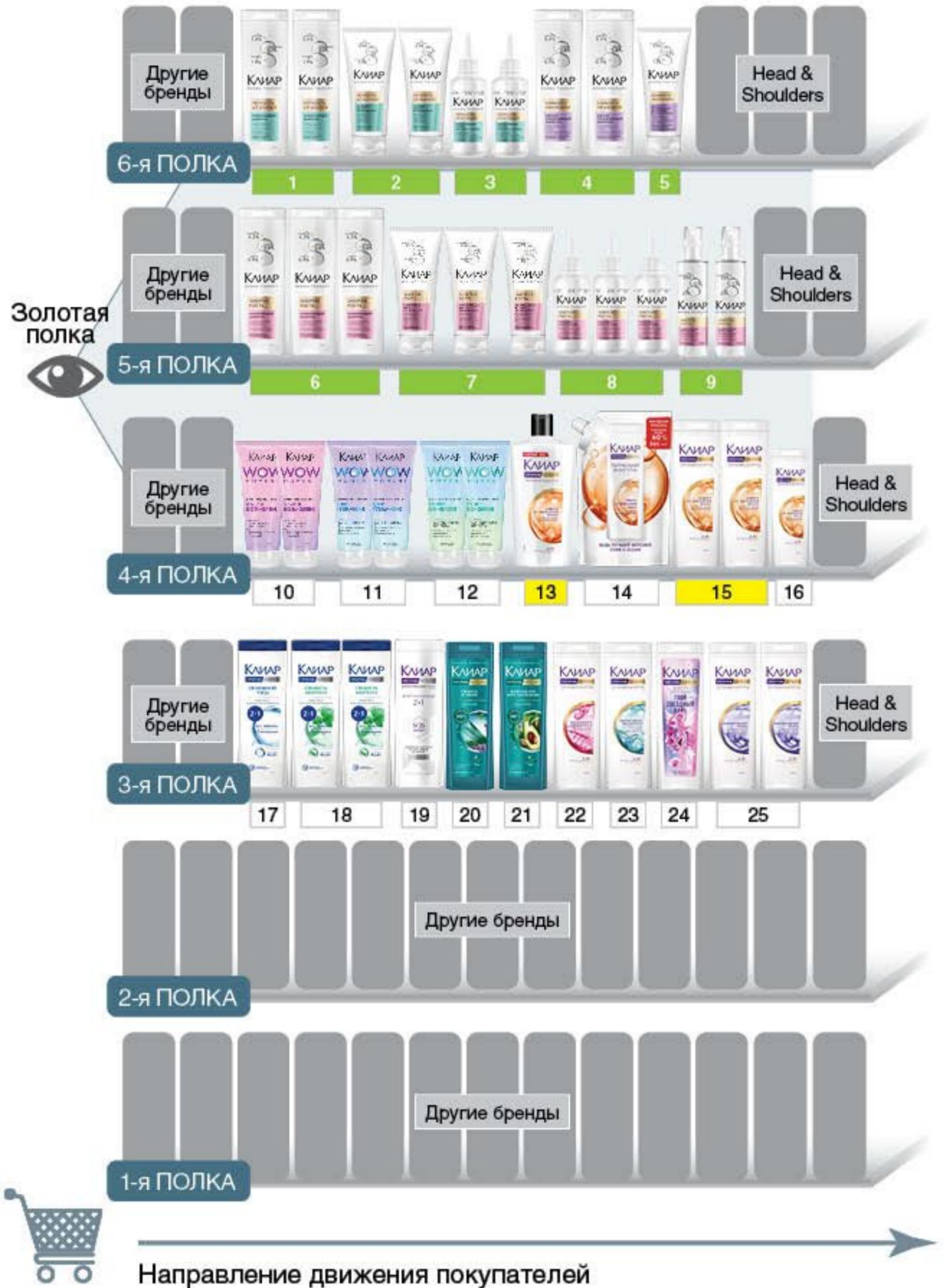
12

TOP NPD.



## БРЕНД КЛИАР

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&amp;В



\* 1 TOP NPD. \*\* 13 Core of the Core.



# БРЕНД КЛИАР

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Клиар должен располагаться вертикально рядом с Head & Shoulders.
- 4** Бальзам необходимо располагать рядом с шампунем соответствующей линейки.
- 5** При наличии в торговой точке шампуней или бальзамов разных форматов (например, 400 мл и 200 мл) они выставляются рядом внутри соответствующей линейки.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

1	Освежающий шампунь Clear Derma therapy Легкость от корней, 400 мл	Top NPD*
2	Гелевая маска-кондиционер для волос Clear Derma therapy Легкость от корней, 200 мл	Top NPD*
3	Пилинг для кожи головы Clear Derma therapy Легкость от корней, 150 мл	Top NPD*
4	Увлажняющий шампунь Clear Derma therapy Комфорт и увлажнение, 400 мл	Top NPD*
5	Маска-кондиционер для волос и кожи головы Clear Derma therapy Комфорт и увлажнение, 200 мл	Top NPD*
6	Укрепляющий шампунь Clear Derma Therapy Энергия роста, 400 мл	Top NPD*
7	Уплотняющая маска-кондиционер для волос Clear Derma Therapy Энергия роста, 200 мл	Top NPD*
6	Скраб для кожи головы Clear Derma therapy Энергия роста, 150 мл	Top NPD*
9	Сыворотка для волос Clear Derma therapy Энергия роста, 190 мл	Top NPD*

- 10 Шампунь-пилинг Баланс и восстановление, 200 мл
- 11 Шампунь-пилинг Детокс и увлажнение, 200 мл
- 12 Шампунь-пилинг Свежесть и обновление, 200 мл

\* **1** TOP NPD. \*\* **13** Core of the Core.



## БРЕНД КЛИАР

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В N&amp;B

- 13 Шампунь Унисекс перхоти Защита от выпадения волос, 610 мл CoC\*\*
- 14 Шампунь Унисекс против перхоти vita Ave Защита от выпадения Дойпак, 500 мл
- 15 Шампунь Унисекс Защита от выпадения волос, 400 мл CoC\*\*
- 16 Шампунь Унисекс Защита от выпадения волос, 200 мл
- 17 Шампунь и бальзам-ополаскиватель Унисекс 2 в 1 Основной уход, 380 мл
- 18 Шампунь и бальзам-ополаскиватель Унисекс 2 в 1 Ментол, 380 мл
- 19 Шампунь Унисекс против перхоти 2 в 1 Антибактериальный эффект, 380 мл
- 20 Шампунь Свежесть и объем 0% силиконов, парабенов, красителей, 400 мл
- 21 Шампунь Комплексное восстановление без парабенов, красителей, 400 мл
- 22 Шампунь Унисекс Восстановление поврежденных и окрашенных волос, 400 мл
- 23 Шампунь Унисекс Интенсивное увлажнение, 400 мл
- 24 Шампунь Унисекс Floral Splash, 380 мл
- 25 Шампунь Унисекс Максимальный объем, 400 мл

1

TOP NPD. "

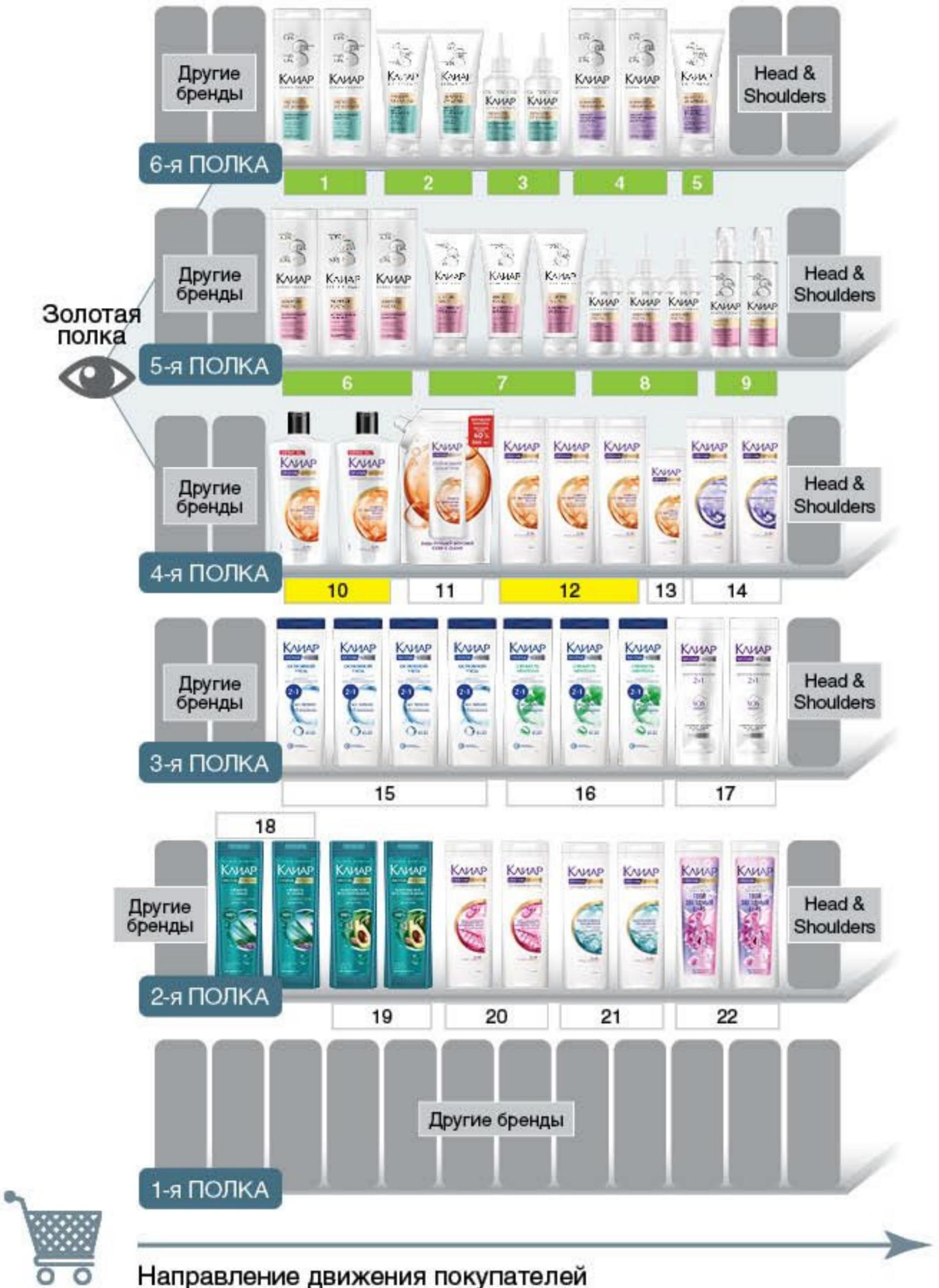
13

Core of the Core.



## БРЕНД КЛИАР

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



• 1 TOP NPD. • 10 Core of the Core.



# БРЕНД КЛИАР

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Клиар должен располагаться вертикально рядом с Head & Shoulders.
- 4** Бальзам необходимо располагать рядом с шампунем соответствующей линейки.
- 5** При наличии в торговой точке шампуней или бальзамов разных форматов (например, 400 мл и 200 мл) они выставляются рядом внутри соответствующей линейки.
- 6** При наличии продукции Клиар WOW размещать по принципам аналогично каналу H&B.



## БРЕНД КЛИАР

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

1	Освежающий шампунь Clear Derma therapy Легкость от корней, 400 мл	Top NPD*
2	Гелевая маска-кондиционер для волос Clear Derma therapy Легкость от корней, 200 мл	Top NPD*
3	Пилинг для кожи головы Clear Derma therapy Легкость от корней, 150 мл	Top NPD*
4	Увлажняющий шампунь Clear Derma therapy Комфорт и увлажнение, 400 мл	Top NPD*
5	Маска-кондиционер для волос и кожи головы Clear Derma therapy Комфорт и увлажнение, 200 мл	Top NPD*
6	Укрепляющий шампунь Clear Derma Therapy Энергия роста, 400 мл	Top NPD*
7	Уплотняющая маска-кондиционер для волос Clear Derma Therapy Энергия роста, 200 мл	Top NPD*
6	Скраб для кожи головы Clear Derma therapy Энергия роста, 150 мл	Top NPD*
9	Сыворотка для волос Clear Derma therapy Энергия роста, 190 мл	Top NPD*
10	Шампунь Унисекс перхоти Защита от выпадения волос, 610 мл	CoC**
11	Шампунь Унисекс против перхоти vita Ave Защита от выпадения Дойпак, 500 мл	
12	Шампунь Унисекс Защита от выпадения волос, 400 мл	CoC**
13	Шампунь Унисекс Защита от выпадения волос, 200 мл	
14	Шампунь Унисекс Максимальный объем, 400 мл	
15	Шампунь и бальзам-ополаскиватель Унисекс 2 в 1 Основной уход, 380 мл	
16	Шампунь и бальзам-ополаскиватель Унисекс 2 в 1 Ментол, 380 мл	
17	Шампунь Унисекс против перхоти 2 в 1 Антибактериальный эффект, 380 мл	
18	Шампунь Свежесть и объем 0% силиконов, парабенов, красителей, 400 мл	
19	Шампунь Комплексное восстановление без парабенов, красителей, 400 мл	
20	Шампунь Унисекс Восстановление поврежденных и окрашенных волос, 400 мл	
21	Шампунь Унисекс Интенсивное увлажнение, 400 мл	
22	Шампунь Унисекс Floral Splash, 380 мл	

1

TOP NPD. \*\*

10

Core of the Core.



# СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ: МУЖСКИЕ ШАМПУНИ

Шампуни для мужчин должны располагаться в категории средств для мужчин (вместе с другими категориями) или должны быть выделены в отдельный блок в категории средств по уходу за волосами.

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Мужские шампуни»:  
 Клиар ..... более 20 %  
 Timotei MEN ..... более 10 %

Дав MEN+CARE ..... более 2 %  
 Чистая Линия MEN ..... более 1 %  
**Доля брендов ЮниРусь более 33 %**

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Клиар » Head & Shoulders

Timotei MEN » Шаума

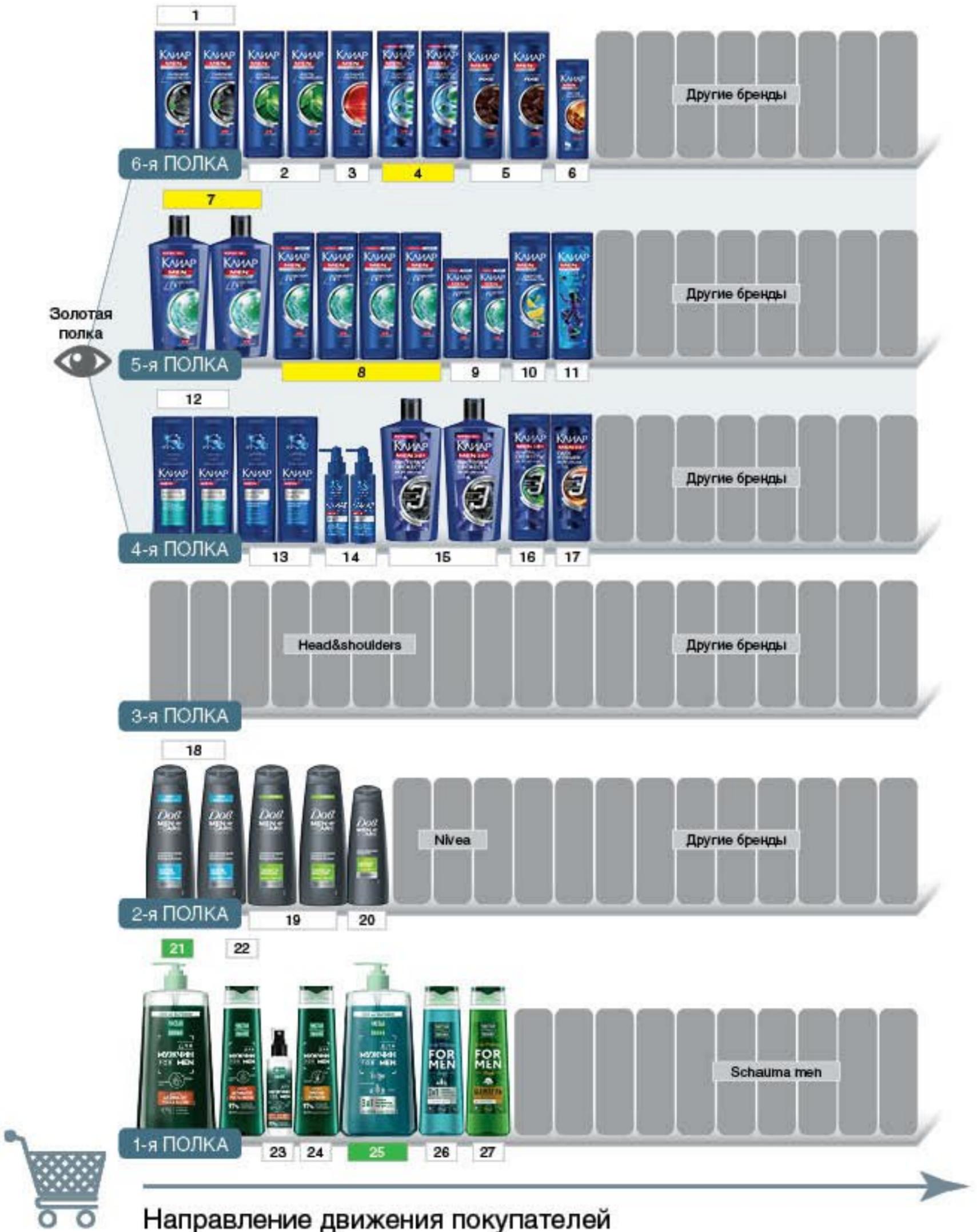
Дав MEN+CARE » Съесс

«Чистая Линия» MEN » Шаума



# БРЕНДЫ КЛИАР, ТИМОТЕИ МЕН, ДАВ МЕН+САРЕ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ МЕН

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&В



\* 4 Core of the Core. \*\* 21 Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, TIMOTEI MEN, ДАВ MEN+CARE, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 При наличии достаточного полочного пространства бренд-блоки необходимо располагать вертикально, в случае ограниченного – на уровне глаз.
- 4 При наличии в торговой точке шампуней разных форматов (например, 400 мл и 200 мл) они выставляются рядом внутри соответствующей линейки.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Клиар Шампунь против перхоти 2 в 1 Глубокое очищение, 400 мл
- 2 Клиар Шампунь против перхоти с экстрактами лекарственных растений Phytotechnology, 400 мл
- 3 Клиар Шампунь 2 в 1 Ultimate Control, 400 мл
- 4 Клиар Шампунь антибактериальный эффект Ледяная свежесть с ментолом, 400 мл
- 5 Клиар Шампунь против перхоти Ахе, 380 мл
- 6 Клиар Шампунь Против выпадения волос, 400 мл
- 7 Клиар Шампунь против перхоти 2 в 1 Активспорт, 610 мл
- 8 Клиар Шампунь и бальзам-ополаскиватель против перхоти для мужчин 2 в 1 Активспорт, 400 мл
- 9 Клиар Шампунь 2 в 1 Активспорт, 200 мл
- 10 Клиар Шампунь Энергия свежести, 400 мл
- 11 Клиар Шампунь Icy Ocean, 380 мл
- 12 Клиар Шампунь-пилинг Против перхоти контроль жирности Derma expert, 380 мл
- 13 Клиар Шампунь Укрепляющий энергия роста Derma expert, 380 мл

• **4** Core of the Core. • **21** Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, TIMOTEI MEN, ДАВ MEN+CARE, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

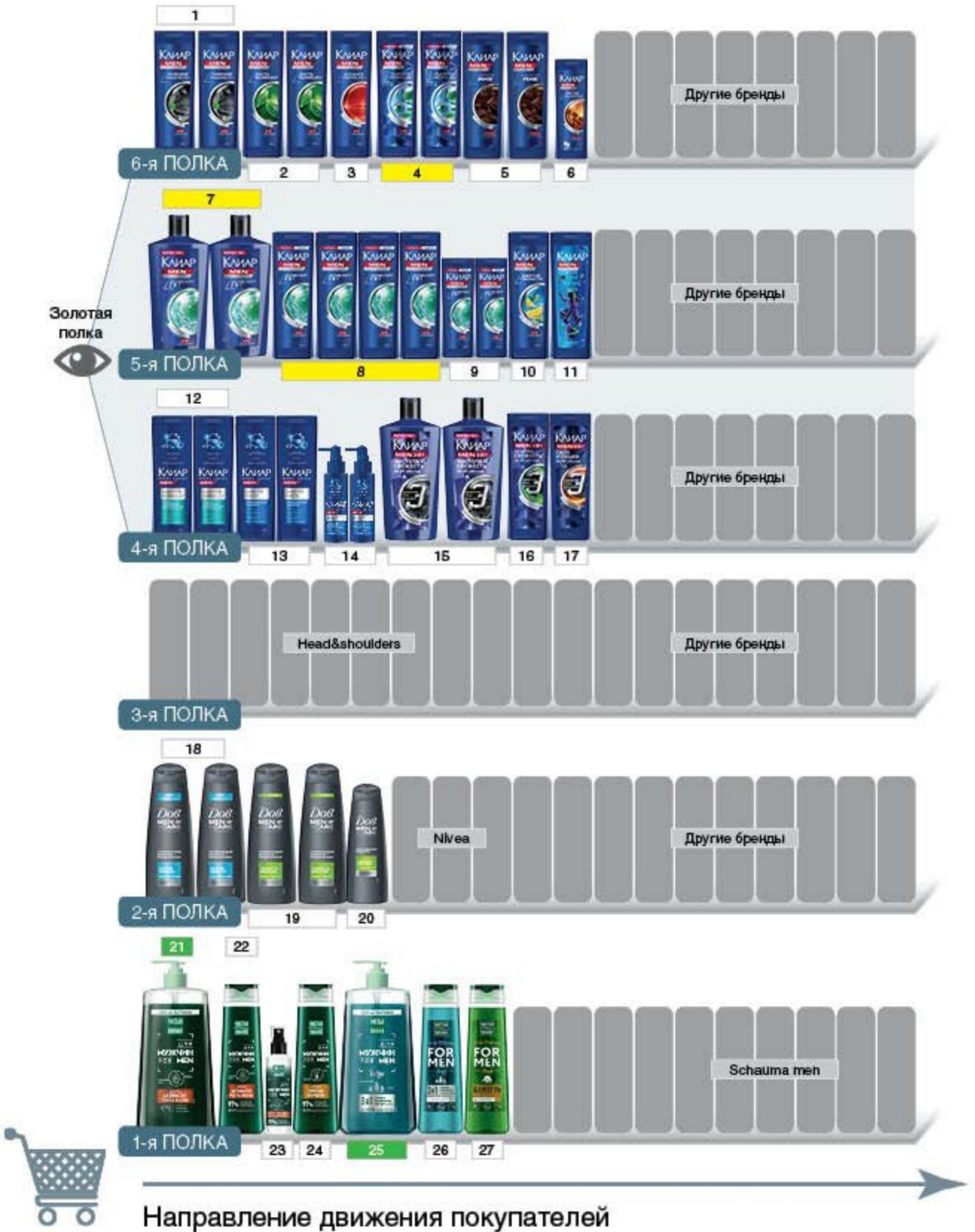
- 14 Клиар Сыворотка Уплотняющая для волос энергия роста  
Derma expert, 190 мл
- 15 Клиар Шампунь-бальзам-гель для душа Чистота и Свежесть,  
610 мл
- 16 Клиар Шампунь 3 в 1 Ультра свежесть, 400 мл
- 17 Клиар Шампунь 3 в 1 Объем и сила, 400 мл
- 18 Дав Шампунь 2 в 1 Против перхоти, 380 мл
- 19 Дав Шампунь 2 в 1 Свежесть Ментола, 380 мл
- 20 Дав Шампунь укрепляющий Свежесть ментола, 250 мл
- 21 Чистая Линия Шампунь Против выпадения, 1000 мл **New\*\***
- 22 Чистая Линия Шампунь Против выпадения, 400 мл
- 23 Чистая Линия Спрей для волос для мужчин, 160 мл
- 24 Чистая Линия Шампунь Против перхоти для, 400мл
- 25 Чистая Линия Шампунь 3 в 1 Энергия и чистота, 1000 мл **New\*\***
- 26 Чистая Линия Шампунь 3 в 1 Энергия и чистота, 400 мл
- 27 Чистая Линия Шампунь Энергия и сила, 400 мл

• **4** Core of the Core. \*\* **21** Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, ТИМОТЕИ МЕН, ДАВ МЕН+САРЕ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ МЕН

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 4 Core of the Core. \*\* 21 Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, TIMOTEI MEN, ДАВ MEN+CARE, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 При наличии достаточного полочного пространства бренд-блоки необходимо располагать вертикально, в случае ограниченного – на уровне глаз.
- 4 При наличии в торговой точке шампуней разных форматов (например, 400 мл и 200 мл) они выставляются рядом внутри соответствующей линейки.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Клиар Шампунь против перхоти 2 в 1 Глубокое очищение, 400 мл
- 2 Клиар Шампунь против перхоти с экстрактами лекарственных растений Phytotechnology, 400 мл
- 3 Клиар Шампунь 2 в 1 Ultimate Control, 400 мл
- 4 Клиар Шампунь антибактериальный эффект Ледяная свежесть с ментолом, 400 мл CoC\*
- 5 Клиар Шампунь против перхоти Ахе, 380 мл
- 6 Клиар Шампунь Против выпадения волос, 400 мл
- 7 Клиар Шампунь против перхоти 2 в 1 Активспорт, 610 мл CoC\*
- 8 Клиар Шампунь и бальзам-ополаскиватель против перхоти для мужчин 2 в 1 Активспорт, 400 мл CoC\*
- 9 Клиар Шампунь 2 в 1 Активспорт, 200 мл
- 10 Клиар Шампунь Энергия свежести, 400 мл
- 11 Клиар Шампунь Icy Ocean, 380 мл
- 12 Клиар Шампунь-пилинг Против перхоти контроль жирности Derma expert, 380 мл
- 13 Клиар Шампунь Укрепляющий энергия роста Derma expert, 380 мл

\* 4 Core of the Core. \*\* 21 Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, TIMOTEI MEN, ДАВ MEN+CARE, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

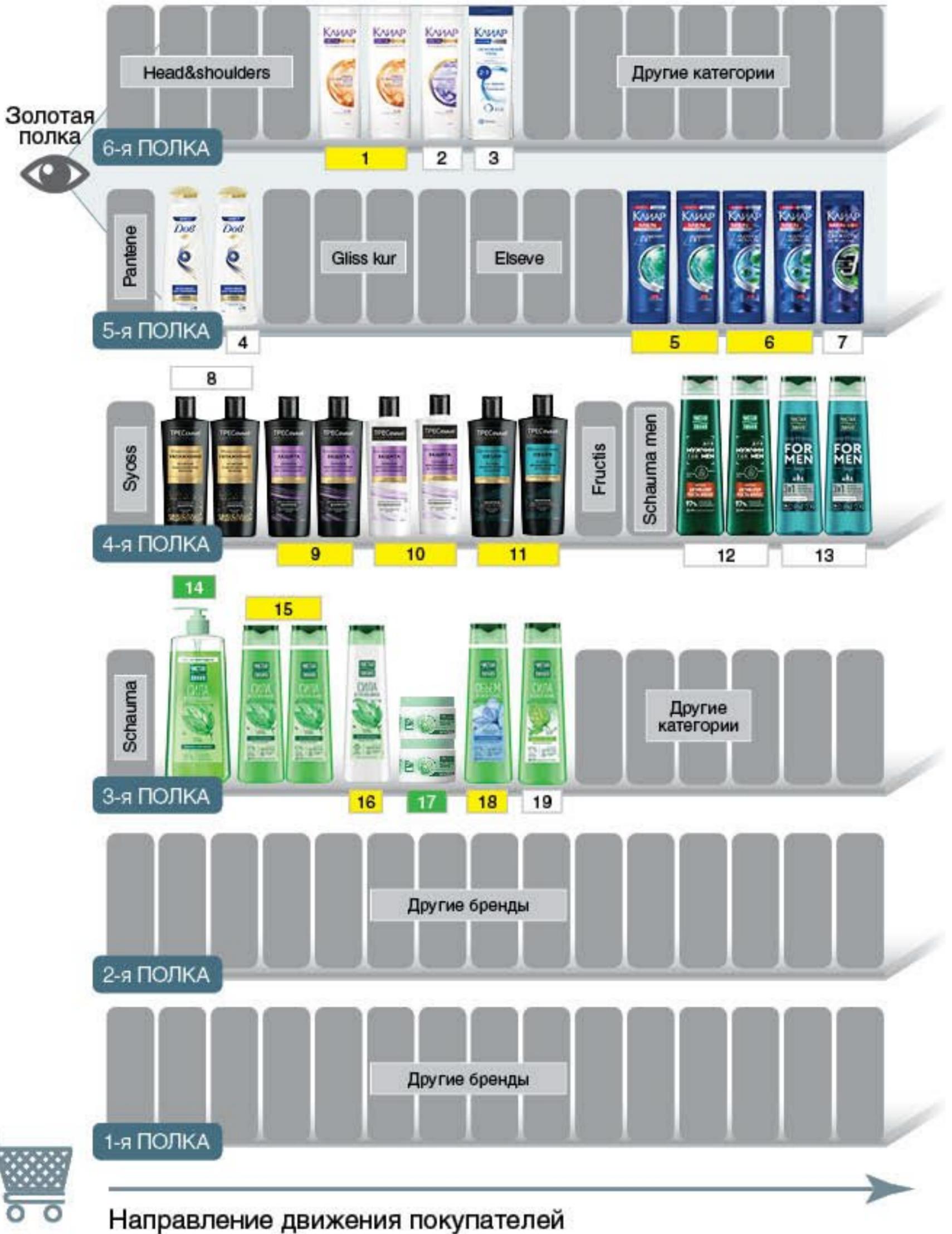
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 14 Клиар Сыворотка Уплотняющая для волос энергия роста  
Derma expert, 190 мл
- 15 Клиар Шампунь-бальзам-гель для душа Чистота и Свежесть,  
610 мл
- 16 Клиар Шампунь 3 в 1 Ультра свежесть, 400 мл
- 17 Клиар Шампунь 3 в 1 Объем и сила, 400 мл
- 18 Дав Шампунь 2 в 1 Против перхоти, 380 мл
- 19 Дав Шампунь 2 в 1 Свежесть Ментола, 380 мл
- 20 Дав Шампунь укрепляющий Свежесть ментола, 250 мл
- 21 Чистая Линия Шампунь Против выпадения, 1000 мл New\*\*
- 22 Чистая Линия Шампунь Против выпадения, 400 мл
- 23 Чистая Линия Спрей для волос для мужчин, 160 мл
- 24 Чистая Линия Шампунь Против перхоти для, 400мл
- 25 Чистая Линия Шампунь 3 в 1 Энергия и чистота, 1000 мл New\*\*
- 26 Чистая Линия Шампунь 3 в 1 Энергия и чистота, 400 мл
- 27 Чистая Линия Шампунь Энергия и сила, 400 мл



# БРЕНДЫ КЛИАР, ДАВ, ТРЕСЕММЕ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В МАГАЗИНАХ У ДОМА



\* 1 Core of the Core. \*\* 14 Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, ДАВ, ТРЕСЕММЕ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

## КЛИАР

- |   |  |      |
|---|--|------|
| 1 | Шампунь Унисекс Защита от выпадения волос, 400 мл                    | CoC* |
| 2 | Шампунь Унисекс Максимальный объем, 400 мл                           |      |
| 3 | Шампунь и бальзам-ополаскиватель Унисекс 2 в 1 Основной уход, 380 мл |      |

## ДАВ

- |   |   |  |
|---|---|--|
| 4 | Шампунь Унисекс для поврежденных волос Интенсивное восстановление, 380 мл |  |
|---|---|--|

## КЛИАР MEN

- |   |   |      |
|---|---|------|
| 5 | Шампунь и бальзам-ополаскиватель против перхоти для мужчин 2 в 1 Активспорт, 400 мл | CoC* |
| 6 | Шампунь антибактериальный эффект Ледяная свежесть с ментолом, 400 мл                | CoC* |
| 7 | Clear Шампунь 3 в 1 Ультра свежесть, 400 мл   |      |

## ТРЕСЕММЕ

- |    |  |      |
|----|--|------|
| 8  | Шампунь увлажняющий для сухих волос Rich Moisture, 400 мл      |      |
| 9  | Шампунь Унисекс Repair&Protect для поврежденных волос, 400 мл  | CoC* |
| 10 | Post-wash Repair&Protect кондиционер восстанавливающий, 400 мл | CoC* |
| 11 | Шампунь Унисекс Beauty-full Volume для создания объема, 400 мл | CoC* |

## ЧИСТАЯ ЛИНИЯ MEN

- |    |   |  |
|----|---|--|
| 12 | Чистая Линия Шампунь Против выпадения, 400 мл |  |
| 13 | Шампунь 3 в 1 Энергия и чистота, 400 мл       |  |

\* 1 Core of the Core. \*\* 14 Новинка.



# БРЕНДЫ КЛИАР, ДАВ, ТРЕСЕММЕ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

## ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

14	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 750 мл	New**
15	Шампунь Унисекс для всех типов волос Крапива, 400 мл	CoC*
16	Post-wash бальзам-ополаскиватель Укрепляющий для всех типов волос Крапива, 380 мл	CoC*
17	Маска Крапива, 400 мл	New**
18	Шампунь Унисекс для тонких и ослабленных волос Пшеница, 400 мл	CoC*
19	Шампунь Унисекс для всех типов волос 2 в 1 Хмель, 400 мл	

\* 1 Core of the Core. \*\* 14 Новинка.



# СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ: СРЕДСТВА ДЛЯ УКЛАДКИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Средства для укладки»:

Тресемме.....более 10 %

Чистая Линия .....более 5 %

Доля брендов ЮниРусь .....более 15 %

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

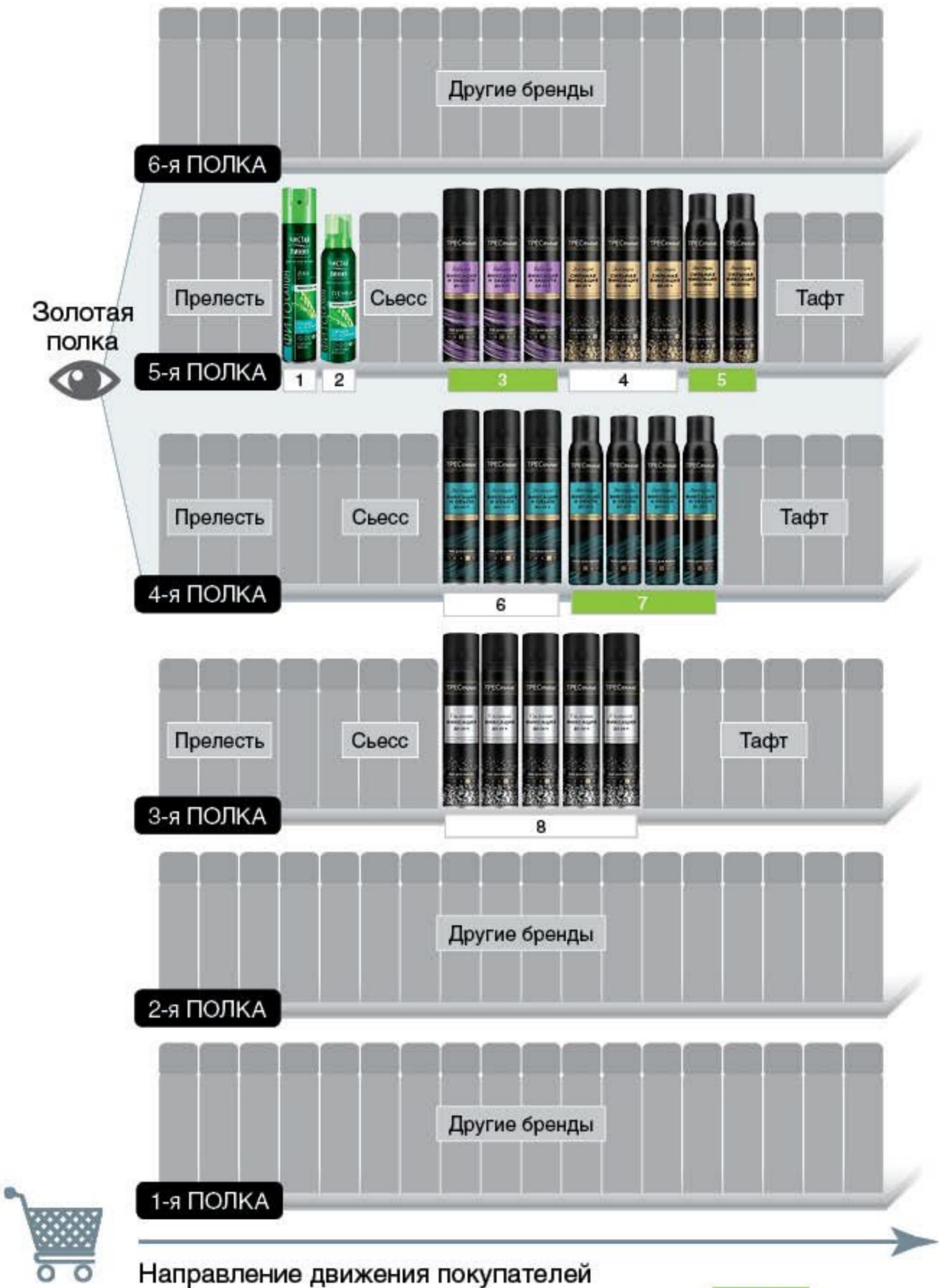
Тресемме » Taft

Чистая Линия » Прелесь



# БРЕНДЫ ТРЕСЕММЕ И ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



3 TOP NPD.



# БРЕНДЫ ТРЕСЕММЕ И ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Бренды должны быть выставлены вертикальными бренд-блоками.
- 2 Продукты выставляются линейками по функциональной характеристике (лаки и муссы для объема рядом).
- 3 В случае наличия в магазине отдельной выкладки с муссами продублировать туда муссы Тресемме.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

### ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

- 1 Styling лак Объем от корней, 200 мл
- 2 Styling пенка Объем от корней, 150 мл

### ТРЕСЕММЕ

3	Styling Hold Лак для укладки волос Гибкая фиксация и защита, 250 мл	Top NPD*
4	Styling Hold Collection лак Экстрасильная фиксация, 250 мл	
5	Styling Hold Мусс для укладки волос Экстрасильная фиксация, 200 мл	Top NPD*
6	Styling Beauty-full Volume лак для укладки волос Экстра-объем, 250 мл	
7	Styling Beauty-full Volume Мусс для укладки волос Экстра-объем, 200 мл	Top NPD*
8	Styling Hold Collection лак Сильная фиксация, 250 мл	



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Женские дезодоранты»:

Рексона.....	более 43%
Рексона Clinical .....	более 2%
Дав .....	более 8%
Доля брендов ЮниРусь .....	более 54%



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

- 1** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками; бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки. Вертикальная выкладка бренд-блоков предпочтительнее горизонтальной.
- 2** В женских дезодорантах необходимо соблюдать вертикальную последовательность выкладки форматов (сверху вниз):
  - спреи;
  - ролики;
  - стики.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках, в самом начале полки, – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание к ним покупателей.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Рексона » Nivea

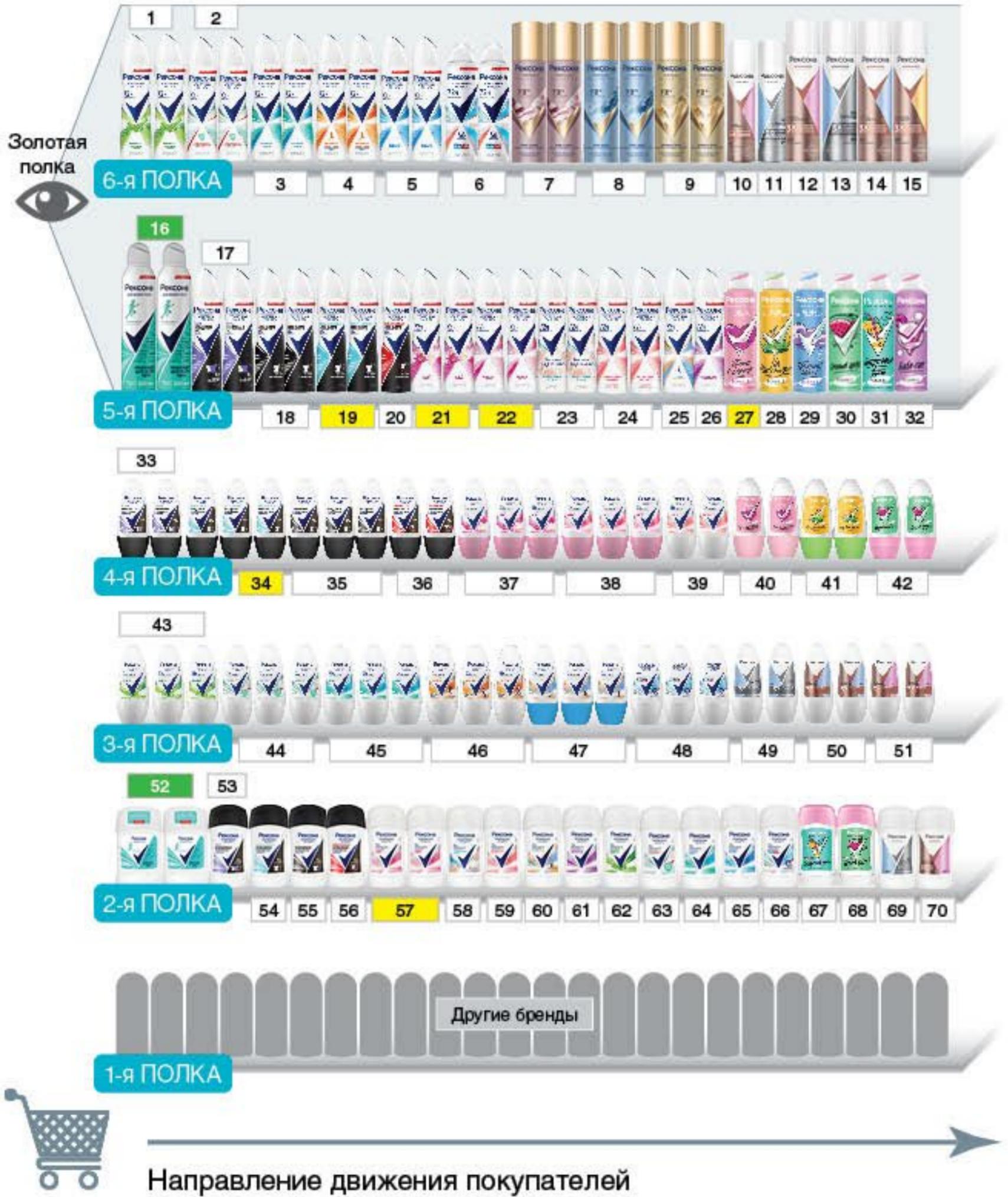
Дав » Nivea

Саму » Fa



# БРЕНД РЕКСОНА

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 16 Новинка. \*\* 19 Core of the Core.



# БРЕНД РЕКСОНА

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 Бренд-блок Рексона должен располагаться в центре категории и рядом с Nivea.
- 4 Рексона должна размещаться единым вертикальным бренд-блоком. Соблюдая соответствие линеек по вертикали.
- 5 Electra выставляется блоком, чтобы выделить новый сегмент.
- 6 Салфетки выставляются в блоке Рексона рядом с роликами.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Антиперспирант-аэрозоль Свежесть бамбука+Алоэ, 150 мл
- 2 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальная свежесть, 150 мл
- 3 Антиперспирант-аэрозоль Свежесть душа, 150 мл
- 4 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный эффект, 150 мл
- 5 Антиперспирант-аэрозоль Легкость хлопка, 150 мл
- 6 Антиперспирант-аэрозоль Без запаха, 150 мл
- 7 Антиперспирант-аэрозоль Pink Flora, 150 мл
- 8 Антиперспирант-аэрозоль Deer Aqua, 150 мл
- 9 Антиперспирант-аэрозоль Sparkling Gold, 150 мл
- 10 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Сухость и уверенность, 75 мл
- 11 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Без запаха 96ч, 75 мл
- 12 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Сухость и уверенность, 150 мл
- 13 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Без запаха 96ч, 150 мл
- 14 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и свежесть, 150 мл
- 15 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Контроль и комфорт, 150 мл

• **16** Новинка. • **19** Core of the Core.



## БРЕНД РЕКСОНА

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

16	Антиперспирант-аэрозоль для всего тела, 250 мл	New*
17	Антиперспирант-аэрозоль Ультраневидимая, 150 мл	
18	Антиперспирант-аэрозоль Невидимая на черном и белом, 150 мл	
19	Антиперспирант-аэрозоль Прозрачный кристалл Невидимая, 150 мл	CoC**
20	Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 150 мл	
21	Антиперспирант-аэрозоль Яркий букет, 150 мл	CoC**
22	Антиперспирант-аэрозоль Сухость пудры 150 мл	CoC**
23	Антиперспирант-аэрозоль Минеральная пудра, 150 мл	
24	Антиперспирант-аэрозоль Абсолютный комфорт и усиленная защита нон-стоп 72ч, 150 мл	
25	Антиперспирант-аэрозоль Термозащита, 150 мл	
26	Антиперспирант-аэрозоль Абсолютная уверенность, 150 мл	
27	Антиперспирант-аэрозоль Нежно и сочно, 150 мл	CoC**
28	Антиперспирант-аэрозоль Ярко и цветочно, 150 мл	
29	Антиперспирант-аэрозоль Свежо и невидимо, 150 мл	
30	Антиперспирант-аэрозоль Сочный арбуз, 150 мл	
31	Антиперспирант-аэрозоль Цитрусовый фрэш, 150 мл	
32	Антиперспирант-аэрозоль Бабл-гам, 150 мл	
33	Антиперспирант-ролик Ультраневидимая, 50 мл	
34	Антиперспирант-ролик Прозрачный кристалл Невидимая, 50 мл	CoC**
35	Антиперспирант-ролик Невидимая на черном и белом, 50 мл	
36	Антиперспирант-ролик Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 50 мл	
37	Антиперспирант-ролик Яркий букет, 50 мл	
38	Антиперспирант-ролик Сухость пудры, 50 мл	
39	Антиперспирант-ролик Абсолютный комфорт и усиленная защита нон-стоп 72ч, 50 мл	
40	Антиперспирант-ролик Нежно и сочно, 50 мл	
41	Антиперспирант-ролик Ярко и цветочно, 50 мл	
42	Антиперспирант-ролик Сочный арбуз, 50 мл	
43	Антиперспирант-ролик Алоэ вера, 50 мл	
44	Антиперспирант-ролик Антибактериальная свежесть, 50 мл	

\* 16 Новинка. \*\* 19 Core of the Core.



# БРЕНД РЕКСОНА

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 45 Антиперспирант-ролик Свежесть душа, 50 мл
- 46 Антиперспирант-ролик Антибактериальный эффект, 50 мл
- 47 Антиперспирант-ролик Термозащита, 50 мл
- 48 Антиперспирант-ролик Без запаха, 50 мл
- 49 Антиперспирант-ролик Clinical protection Без запаха 96ч, 50 мл
- 50 Антиперспирант-ролик Clinical protection Защита и свежесть, 50 мл
- 51 Антиперспирант-ролик Clinical protection Сухость и уверенность, 50 мл
- 52 Антиперспирант-карандаш для всего тела, 50 мл New\*
- 53 Антиперспирант-карандаш Ультраневидимая, 40 мл
- 54 Антиперспирант-карандаш Прозрачный кристалл Невидимая, 40 мл
- 55 Антиперспирант-карандаш Невидимая на черном и белом, 40 мл
- 56 Антиперспирант-карандаш Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 40 мл
- 57 Антиперспирант-карандаш Сухость пудры, 40 мл CoC\*\*
- 58 Антиперспирант-карандаш Минеральная пудра, 40 мл
- 59 Антиперспирант-карандаш Абсолютный комфорт 48ч, 40 мл
- 60 Антиперспирант-карандаш Термозащита, 40 мл
- 61 Антиперспирант-карандаш Абсолютная уверенность, 40 мл
- 62 Антиперспирант-карандаш Алоэ вера, 40 мл
- 63 Антиперспирант-карандаш Антибактериальная свежесть, 40 мл
- 64 Антиперспирант-карандаш Свежесть душа, 40 мл
- 65 Антиперспирант-карандаш Легкость хлопка, 40 мл
- 66 Антиперспирант-карандаш Без запаха, 40 мл
- 67 Антиперспирант-карандаш Цитрусовый фреш, 40 мл
- 68 Антиперспирант-карандаш Сочный арбуз, 40 мл
- 69 Антиперспирант-карандаш Clinical protection Без запаха 96ч, 40 мл
- 70 Антиперспирант-карандаш Clinical protection Сухость и уверенность, 40 мл

16

Новинка. \*\*

19

Core of the Core.



# БРЕНД РЕКСОНА

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 11 Core of the Core. \*\* 20 Новинка.



# БРЕНД РЕКСОНА

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 Бренд-блок Рексона должен располагаться в центре категории и рядом с Nivea.
- 4 Рексона должна размещаться единым вертикальным бренд-блоком. Соблюдая соответствие линеек по вертикали.
- 5 Electra выставляется блоком, чтобы выделить новый сегмент.
- 6 Салфетки выставляются в блоке Рексона рядом с роликами.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Антиперспирант-ролик Алоэ вера, 50 мл
- 2 Антиперспирант-ролик Антибактериальная свежесть, 50 мл
- 3 Антиперспирант-ролик Свежесть душа, 50 мл
- 4 Антиперспирант-ролик Антибактериальный эффект, 50 мл
- 5 Антиперспирант-ролик Термозащита, 50 мл
- 6 Антиперспирант-ролик Без запаха, 50 мл
- 7 Антиперспирант-ролик Clinical protection Без запаха 96ч, 50 мл
- 8 Антиперспирант-ролик Clinical protection Защита и свежесть, 50 мл
- 9 Антиперспирант-ролик Clinical protection Сухость и уверенность, 50 мл
- 10 Антиперспирант-ролик Ультраневидимая, 50 мл
- 11 Антиперспирант-ролик Прозрачный кристалл Невидимая, 50 мл CoC\*\*
- 12 Антиперспирант-ролик Невидимая на черном и белом, 50 мл
- 13 Антиперспирант-ролик Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 50 мл
- 14 Антиперспирант-ролик Яркий букет, 50 мл
- 15 Антиперспирант-ролик Сухость пудры, 50 мл
- 16 Антиперспирант-ролик Абсолютный комфорт и усиленная защита нон-стоп 72ч, 50 мл
- 17 Антиперспирант-ролик Нежно и сочно, 50 мл
- 18 Антиперспирант-ролик Ярко и цветочно, 50 мл
- 19 Антиперспирант-ролик Сочный арбуз, 50 мл

\* 11 Core of the Core. \*\* 20 Новинка.



# БРЕНД РЕКСОНА

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

20	Антиперспирант-карандаш для всего тела, 50 мл	New*
21	Антиперспирант-карандаш Ультраневидимая, 40 мл	
22	Антиперспирант-карандаш Прозрачный кристалл Невидимая, 40 мл	
23	Антиперспирант-карандаш Невидимая на черном и белом, 40 мл	
24	Антиперспирант-карандаш Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 40 мл	
25	Антиперспирант-карандаш Сухость пудры, 40 мл	CoC**
26	Антиперспирант-карандаш Минеральная пудра, 40 мл	
27	Антиперспирант-карандаш Абсолютный комфорт 48ч, 40 мл	
28	Антиперспирант-карандаш Термозащита, 40 мл	
29	Антиперспирант-карандаш Абсолютная уверенность, 40 мл	
30	Антиперспирант-карандаш Алоэ вера, 40 мл	
31	Антиперспирант-карандаш Антибактериальная свежесть, 40 мл	
32	Антиперспирант-карандаш Свежесть душа, 40 мл	
33	Антиперспирант-карандаш Легкость хлопка, 40 мл	
34	Антиперспирант-карандаш Без запаха, 40 мл	
35	Антиперспирант-карандаш Цитрусовый фреш, 40 мл	
36	Антиперспирант-карандаш Сочный арбуз, 40 мл	
37	Антиперспирант-карандаш Clinical protection Без запаха 96ч, 40 мл	
38	Антиперспирант-карандаш Clinical protection Сухость и уверенность, 40 мл	
39	Антиперспирант-аэрозоль для всего тела, 250 мл	New*
40	Антиперспирант-аэрозоль Ультраневидимая, 150 мл	
41	Антиперспирант-аэрозоль Невидимая на черном и белом, 150 мл	
42	Антиперспирант-аэрозоль Прозрачный кристалл Невидимая, 150 мл	CoC**
43	Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальная и невидимая на черном и белом, 150 мл	
44	Антиперспирант-аэрозоль Яркий букет, 150 мл	CoC**

\* 11

Core of the Core.

\*\* 20

Новинка.



# БРЕНД РЕКСОНА

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- |    |  |       |
|----|--|-------|
| 45 | Антиперспирант-аэрозоль Сухость пудры 150 мл                                       | CoC** |
| 46 | Антиперспирант-аэрозоль Минеральная пудра, 150 мл                                  |       |
| 47 | Антиперспирант-аэрозоль Абсолютный комфорт и усиленная защита нон-стоп 72ч, 150 мл |       |
| 48 | Антиперспирант-аэрозоль Термозащита, 150 мл  |       |
| 49 | Антиперспирант-аэрозоль Абсолютная уверенность, 150 мл                             |       |
| 50 | Антиперспирант-аэрозоль Нежно и сочно, 150 мл                                      | CoC** |
| 51 | Антиперспирант-аэрозоль Ярко и цветочно, 150 мл                                    |       |
| 52 | Антиперспирант-аэрозоль Свежо и невидимо, 150 мл                                   |       |
| 53 | Антиперспирант-аэрозоль Сочный арбуз, 150 мл                                       |       |
| 54 | Антиперспирант-аэрозоль Цитрусовый фрэш, 150 мл                                    |       |
| 55 | Антиперспирант-аэрозоль Бабл-гам, 150 мл   |       |
| 56 | Антиперспирант-аэрозоль Свежесть бамбука+Алоэ, 150 мл                              |       |
| 57 | Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальная свежесть, 150 мл                         |       |
| 58 | Антиперспирант-аэрозоль Свежесть душа, 150 мл                                      |       |
| 59 | Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный эффект, 150 мл                           |       |
| 60 | Антиперспирант-аэрозоль Легкость хлопка, 150 мл                                    |       |
| 61 | Антиперспирант-аэрозоль Без запаха, 150 мл   |       |
| 62 | Антиперспирант-аэрозоль Pink Flora, 150 мл   |       |
| 63 | Антиперспирант-аэрозоль Deer Aqua, 150 мл  |       |
| 64 | Антиперспирант-аэрозоль Sparkling Gold, 150 мл                                     |       |
| 65 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Сухость и уверенность, 75 мл           |       |
| 66 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Без запаха 96ч, 75 мл                  |       |
| 67 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Сухость и уверенность, 150 мл          |       |
| 68 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Без запаха 96ч, 150 мл                 |       |
| 69 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и свежесть, 150 мл              |       |
| 70 | Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Контроль и комфорт, 150 мл             |       |

11

Core of the Core.

20

Новинка.





# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Бренд-блок Дав должен располагаться рядом с Nivea.
- 2 Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.
- 3 Линейки Невидимой защиты должны располагаться в начале бренд-блока.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Антиперспирант-аэрозоль Derma Эффектив гипоаллергенный, 150 мл	New*
2	Антиперспирант-аэрозоль Нежность пудры, 150 мл	CoC**
3	Антиперспирант-аэрозоль Невидимый Нежность лепестков, 150 мл	
4	Антиперспирант-аэрозоль Невидимый, 150 мл	
5	Антиперспирант-аэрозоль Delicious strawberry lime, 150 мл	
6	Антиперспирант-аэрозоль Delicious passion fruit peach, 150 мл	
7	Антиперспирант-аэрозоль Ритуал красоты Восстановление, 150 мл	
8	Антиперспирант-аэрозоль Derma Сенситив гипоаллергенный, 150 мл	New*
9	Антиперспирант-аэрозоль Pro-Collagen, 150 мл	
10	Антиперспирант-аэрозоль Красота и уход, 150 мл	
11	Антиперспирант-аэрозоль Бережная забота для чувствительной кожи, 150 мл	
12	Антиперспирант-аэрозоль Ритуал красоты Пробуждение, 150 мл	
13	Антиперспирант-аэрозоль Пробуждение чувств, 150 мл	
14	Антиперспирант-карандаш Derma Эффектив гипоаллергенный, 40 мл	New*
15	Антиперспирант-карандаш Нежность пудры, 40 мл	
16	Антиперспирант-карандаш Невидимый Нежность лепестков, 40 мл	
17	Антиперспирант-карандаш Невидимый, 40 мл	

\* 1 Новинка. \*\* 2 CoC позиции.



## БРЕНД ДАВ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

- |    |   |      |
|----|---|------|
| 18 | Антиперспирант-карандаш Derma Сенситив гипоаллергенный, 40 мл | New* |
| 19 | Антиперспирант-карандаш Pro-Collagen, 40 мл                   |      |
| 20 | Антиперспирант-карандаш Красота и уход, 40 мл                 |      |
| 21 | Антиперспирант-карандаш Delicious strawberry lime, 40 мл      |      |
| 22 | Антиперспирант-карандаш Delicious passion fruit peach, 40 мл  |      |
| 23 | Антиперспирант-карандаш Ритуал красоты Восстановление, 40 мл  |      |
| 24 | Антиперспирант-ролик Нежность пудры, 50 мл                    |      |
| 25 | Антиперспирант-ролик Pro-collagen, 50 мл                      |      |
| 26 | Антиперспирант-ролик Невидимый Нежность лепестков, 40 мл      |      |
| 27 | Антиперспирант-ролик Красота и уход, 50 мл                    |      |
| 28 | Антиперспирант-ролик Delicious strawberry lime, 50 мл         |      |
| 29 | Антиперспирант-ролик Ритуал красоты восстановление, 50        |      |
| 30 | Антиперспирант-ролик Невидимый, 50 мл                         |      |

1

Новинка. \*\*

2

CoC позиции.





# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Бренд-блок Дав должен располагаться рядом с Nivea.
- 2 Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Антиперспирант-ролик Нежность пудры, 50 мл
- 2 Антиперспирант-ролик Pro-collagen, 50 мл
- 3 Антиперспирант-ролик Невидимый Нежность лепестков, 40 мл
- 4 Антиперспирант-ролик Красота и уход, 50 мл
- 5 Антиперспирант-ролик Delicious strawberry lime, 50 мл
- 6 Антиперспирант-ролик Ритуал красоты восстановление, 50
- 7 Антиперспирант-ролик Невидимый, 50 мл
- 8 Антиперспирант-карандаш Derma Эффектив гипоаллергенный, 40 мл New\*
- 9 Антиперспирант-карандаш Нежность пудры, 40 мл
- 10 Антиперспирант-карандаш Невидимый Нежность лепестков, 40 мл
- 11 Антиперспирант-карандаш Невидимый, 40 мл
- 12 Антиперспирант-карандаш Derma Сенситив гипоаллергенный, 40 мл New\*
- 13 Антиперспирант-карандаш Pro-Collagen, 40 мл
- 14 Антиперспирант-карандаш Красота и уход, 40 мл
- 15 Антиперспирант-карандаш Delicious strawberry lime, 40 мл
- 16 Антиперспирант-карандаш Delicious passion fruit peach, 40 мл
- 17 Антиперспирант-карандаш Ритуал красоты Восстановление, 40 мл
- 18 Антиперспирант-аэрозоль Derma Эффектив гипоаллергенный, 150 мл New\*

• 8 Новинка. \*\* 19 CoC позиции.



## БРЕНД ДАВ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

19	Антиперспирант-аэрозоль Нежность пудры, 150 мл	CoC**
20	Антиперспирант-аэрозоль Невидимый Нежность лепестков, 150 мл	
21	Антиперспирант-аэрозоль Невидимый, 150 мл	
22	Антиперспирант-аэрозоль Delicious strawberry lime, 150 мл	
23	Антиперспирант-аэрозоль Delicious passion fruit peach, 150 мл	
24	Антиперспирант-аэрозоль Ритуал красоты Восстановление, 150 мл	
25	Антиперспирант-аэрозоль Derma Сенситив гипоаллергенный, 150 мл	New*
26	Антиперспирант-аэрозоль Pro-Collagen, 150 мл	
27	Антиперспирант-аэрозоль Красота и уход, 150 мл	
28	Антиперспирант-аэрозоль Бережная забота для чувствительной кожи, 150 мл	
29	Антиперспирант-аэрозоль Ритуал красоты Пробуждение, 150 мл	
30	Антиперспирант-аэрозоль Пробуждение чувств, 150 мл	

8

Новинка. \*\*

19

CoC позиции.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Мужские дезодоранты»:

АКС .....	более 21 %
Рексона Мен.....	более 13%
Рексона Мен Clinical .....	более 1 %
Дав MEN+CARE .....	более 1 %
Доля брендов ЮниРусь .....	более 36%



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРИ КАТЕГОРИИ)

- 1** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками; бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки. Вертикальная выкладка бренд-блоков предпочтительнее горизонтальной.
- 2** В мужских дезодорантах необходимо соблюдать вертикальную последовательность выкладки форматов (сверху вниз):
  - спреи;
  - стики;
  - ролики.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках, в начале полки, – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание к ним покупателей.
- 4** Бренды ЮниРусь должны стоять на полке отдельно и должны быть разделены конкурентами Nivea Men и Old Spice.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

АКС » Old Spice

Дав MEN+CARE » Nivea MEN

Рексона MEN » Nivea MEN



## БРЕНД АКС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* 1 Новинка. \*\* 2 Core of the Core. \*\*\* 11 TOP NPD.



# БРЕНД АКС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Акс должен размещаться единым бренд-блоком (в последовательности сверху вниз спреи, стики) рядом с бренд-блоком Old Spice.
- 4** Вертикальная выкладка бренд-блоками.
- 5** Акс и Рексона Men должны располагаться отдельно.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Дезодорант-аэрозоль На пляже, 150 мл	New*
2	Дезодорант-аэрозоль Дарк темптейшн, 150 мл	CoC**
3	Дезодорант-аэрозоль Кожа и печеньки, 150 мл	
4	Дезодорант-аэрозоль Africa, 150 мл	
5	Дезодорант-аэрозоль Феникс, 150 мл	
6	Дезодорант аэрозоль Рубиновая вишня, 150 мл	New*
7	Дезодорант аэрозоль Акваитический бергамот, 150 мл	
8	Дезодорант аэрозоль Изумрудный пачули, 150 мл	
9	Дезодорант аэрозоль Медный сандал, 150 мл	
10	Дезодорант аэрозоль Янтарное манго, 150 мл	
11	Дезодорант-аэрозоль Cool ocean, 150 мл	TOP NPD***
12	Дезодорант-аэрозоль Эпик фреш, 150 мл	
13	Дезодорант-аэрозоль Эксайт, 150 мл	
14	Дезодорант-аэрозоль Айс чилл, 150 мл	CoC**
14	Дезодорант-аэрозоль Аполло, 150 мл	
16	Дезодорант-аэрозоль Блэк найт, 150 мл	

\* **1** Новинка. \*\* **2** Core of the Core. \*\*\* **11** TOP NPD.



## БРЕНД АКС

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

17	Дезодорант-аэрозоль Сила технологий, 150 мл	
18	Дезодорант-аэрозоль Сила джунглей, 150 мл	
19	Дезодорант-аэрозоль Анархия, 150 мл	
20	Дезодорант-аэрозоль Скейтборд и розы, 150 мл	
21	Дезодорант-аэрозоль Голд, 150 мл	
22	Дезодорант-аэрозоль Блэк, 150 мл	
23	Антиперспирант аэрозоль Блэк, 200 мл	
24	Дезодорант аэрозоль Дарк темптейшн, 200 мл	
25	Дезодорант-карандаш Анархия, 50 мл	CoC**
26	Дезодорант-карандаш Дарк темптейшн, 50 мл	
27	Дезодорант-карандаш Айс чилл, 50 мл	
28	Дезодорант-карандаш Эпик фреш, 50 мл	
29	Дезодорант-карандаш На пляже, 50 мл	New*
30	Дезодорант-карандаш Cool ocean, 50 мл	TOP NPD***
31	Дезодорант-карандаш Голд Против пятен на одежде, 50 мл	
32	Дезодорант-карандаш Африка, 50 мл	
33	Антиперспирант карандаш Блэк, 50 мл	
34	Дезодорант - карандаш Рубиновая вишня, 50 мл	New*
35	Дезодорант - карандаш Акватический бергамот, 50 мл	New*
36	Дезодорант - карандаш Изумрудный пачули, 50 мл	New*

1

Новинка. \*\*

2

Core of the Core. \*\*\*

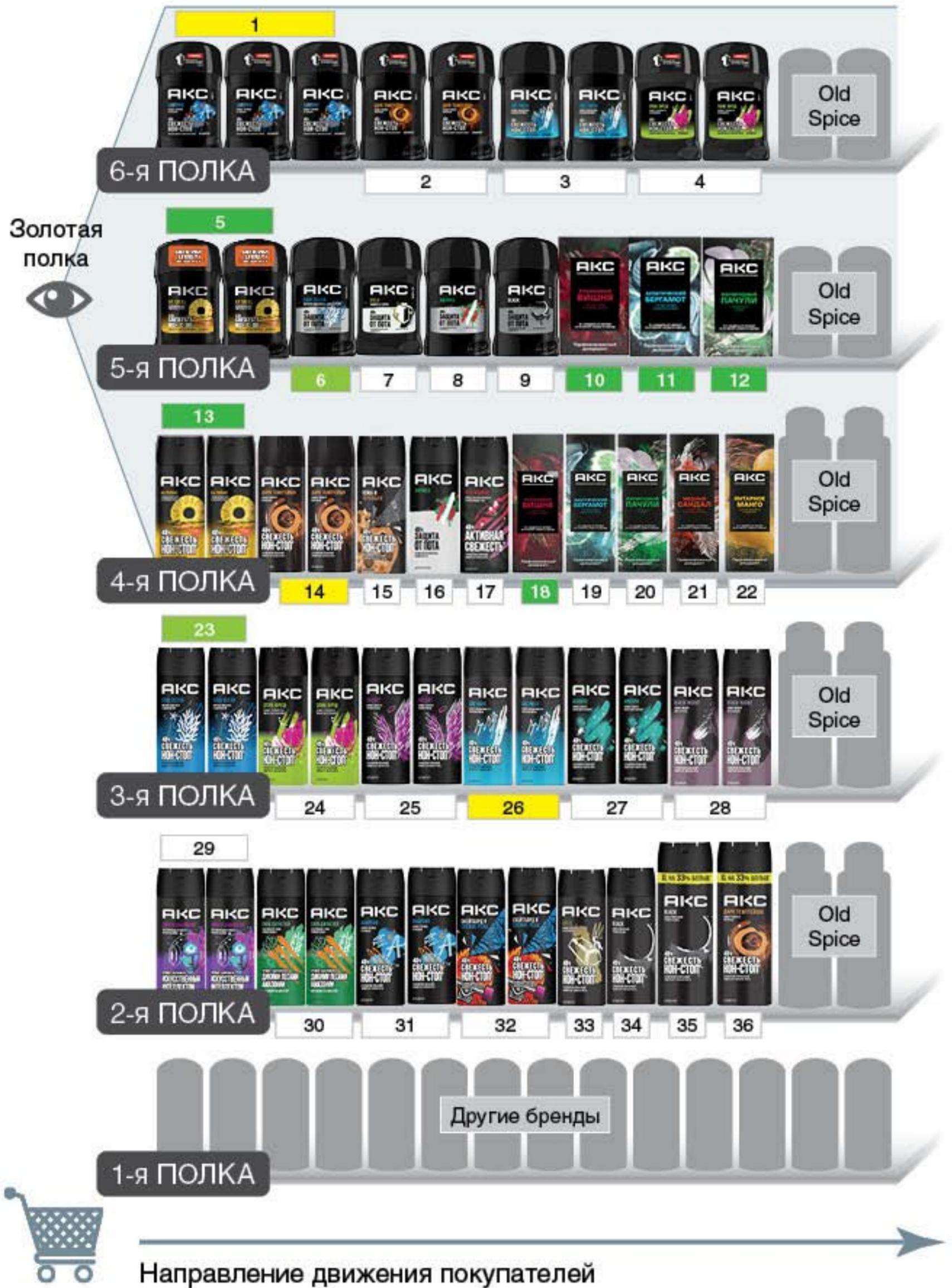
11

TOP NPD.



# БРЕНД АКС

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



• 1 Core of the Core. \*\* 5 Новинка. \*\*\* 6 TOP NPD.



# БРЕНД АКС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Акс должен размещаться единым бренд-блоком (в последовательности сверху вниз спреи, стики) рядом с бренд-блоком Old Spice.
- 4** Вертикальная выкладка бренд-блоками.
- 5** Акс и Рексона Мен должны располагаться отдельно.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Дезодорант-карандаш Анархия, 50 мл	CoC*
2	Дезодорант-карандаш Дарк темптейшн, 50 мл	
3	Дезодорант-карандаш Айс чилл, 50 мл	
4	Дезодорант-карандаш Эпик фреш, 50 мл	
5	Дезодорант-карандаш На пляже, 50 мл	New**
6	Дезодорант-карандаш Cool ocean, 50 мл	TOP NPD***
7	Дезодорант-карандаш Голд Против пятен на одежде, 50 мл	
8	Дезодорант-карандаш Африка, 50 мл	
9	Антиперспирант карандаш Блэк, 50 мл	
10	Дезодорант - карандаш Рубиновая вишня, 50 мл	New**
11	Дезодорант - карандаш Акваитический бергамот, 50 мл	New**
12	Дезодорант - карандаш Изумрудный пачули, 50 мл	New**
13	Дезодорант-аэрозоль На пляже, 150 мл	New**
14	Дезодорант-аэрозоль Дарк темптейшн, 150 мл	CoC*
15	Дезодорант-аэрозоль Кожа и печеньки, 150 мл	
16	Дезодорант-аэрозоль Africa, 150 мл	

\* 1 Core of the Core. \*\* 5 Новинка. \*\*\* 6 TOP NPD.



## БРЕНД АКС

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

17 Дезодорант-аэрозоль Феникс, 150 мл

18 Дезодорант аэрозоль Рубиновая вишня, 150 мл

New\*\*

19 Дезодорант аэрозоль Акватический бергамот, 150 мл

20 Дезодорант аэрозоль Изумрудный пачули, 150 мл

21 Дезодорант аэрозоль Медный сандал, 150 мл

22 Дезодорант аэрозоль Янтарное манго, 150 мл

23 Дезодорант-аэрозоль Cool ocean, 150 мл

TOP NPD\*\*\*

24 Дезодорант-аэрозоль Эпик фреш, 150 мл

25 Дезодорант-аэрозоль Эксайт, 150 мл

26 Дезодорант-аэрозоль Айс чилл, 150 мл

CoC\*

27 Дезодорант-аэрозоль Аполло, 150 мл

28 Дезодорант-аэрозоль Блэк найт, 150 мл

29 Дезодорант-аэрозоль Сила технологий, 150 мл

30 Дезодорант-аэрозоль Сила джунглей, 150 мл

31 Дезодорант-аэрозоль Анархия, 150 мл

32 Дезодорант-аэрозоль Скейтборд и розы, 150 мл

33 Дезодорант-аэрозоль Голд, 150 мл

34 Дезодорант-аэрозоль Блэк, 150 мл

35 Антиперспирант аэрозоль Блэк, 200 мл

36 Дезодорант аэрозоль Дарк темптейшн, 200 мл

1

Core of the Core. \*\*

5

Новинка. \*\*\*

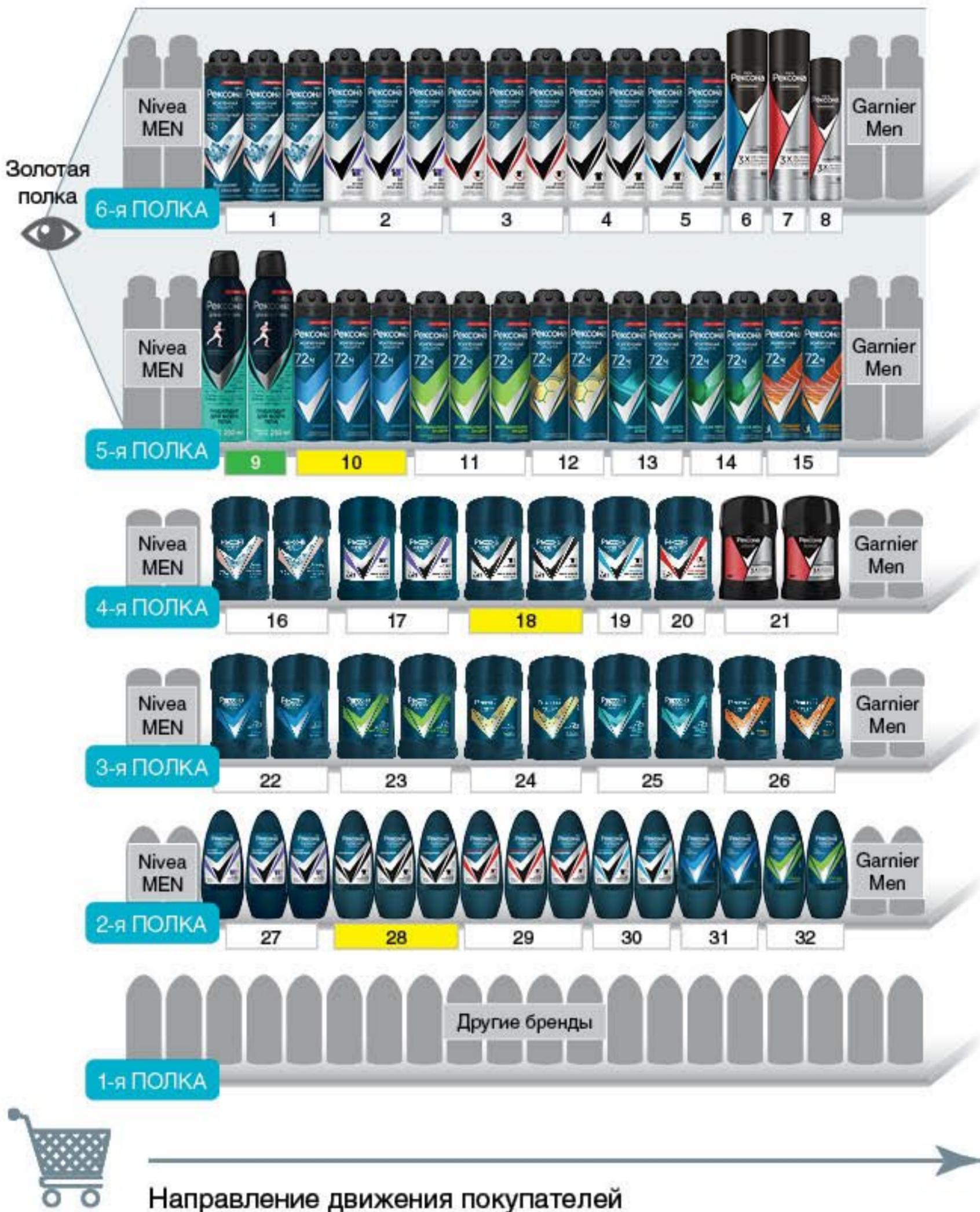
6

TOP NPD.



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 9 Новинка. \*\* 10 Core of the Core.



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## КРИ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 Бренд-блок Рексона MEN должен располагаться между конкурентами Nivea MEN и Old Spice.
- 4 Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Антиперспирант-аэрозоль Минеральный комплекс, 150 мл
- 2 Антиперспирант-аэрозоль Ультраневидимый, 150 мл
- 3 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный и невидимый на черном и белом, 150 мл
- 4 Антиперспирант-аэрозоль Невидимый на черной и белой одежде, 150 мл
- 5 Антиперспирант-аэрозоль Прозрачный лед, 150 мл
- 6 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и свежесть, 150 мл
- 7 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и уверенность, 150 мл
- 8 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и уверенность, 75 мл
- 9 Антиперспирант-аэрозоль для всего тела, 250 мл
- 10 Антиперспирант-аэрозоль Кобальт, 150 мл
- 11 Антиперспирант-аэрозоль Экстремальная защита 72ч, 150 мл
- 12 Антиперспирант-аэрозоль Champions, 150 мл
- 13 Антиперспирант-аэрозоль Свежесть душа, 150 мл
- 14 Антиперспирант-аэрозоль Дикая мята и кедр, 150 мл
- 15 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный эффект, 150 мл

\* **9** Новинка. \*\* **10** Core of the Core.



## БРЕНД РЕКСОНА MEN

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

- 16 Антиперспирант-карандаш Минеральный комплекс, 50 мл
- 17 Антиперспирант-карандаш Ультранеvidимая, 40 мл
- 18 Антиперспирант-карандаш Неvidимый на черной и белой одежде, 50 мл CoC\*\*
- 19 Антиперспирант-карандаш Прозрачный лед, 50 мл
- 20 Антиперспирант-карандаш Антибактериальный и неvidимый на черном и белом, 50 мл
- 21 Антиперспирант-карандаш Clinical protection Защита и уверенность, 50 мл
- 22 Антиперспирант-карандаш Кобальт, 50 мл
- 23 Антиперспирант-карандаш Экстремальная защита 48ч, 50 мл
- 24 Антиперспирант-карандаш Champions, 50 мл
- 25 Антиперспирант-карандаш Свежесть душа, 50 мл
- 26 Антиперспирант-ролик Антибактериальный эффект, 50 мл
- 27 Антиперспирант-ролик Ультранеvidимый, 50 мл
- 28 Антиперспирант-ролик Неvidимый на черной и белой одежде, 50 мл CoC\*\*
- 29 Антиперспирант-ролик Антибактериальный и неvidимый на черном и белом, 50 мл
- 30 Антиперспирант-ролик Прозрачный лед, 50 мл
- 31 Антиперспирант-ролик Кобальт, 50 мл
- 32 Антиперспирант-ролик Антиперспирант Экстремальная защита 72ч, 50 мл

\* 9 Новинка. \*\* 10 Core of the Core.



## БРЕНД РЕКСОНА MEN

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* 3 Core of the Core. \*\* 26 Новинка.



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## КРИ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 Бренд-блок Рексона MEN должен располагаться между конкурентами Nivea MEN и Old Spice.
- 4 Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Антиперспирант-карандаш Минеральный комплекс, 50 мл
- 2 Антиперспирант-карандаш Ультраневидимая, 40 мл
- 3 Антиперспирант-карандаш Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл CoC\*\*
- 4 Антиперспирант-карандаш Прозрачный лед, 50 мл
- 5 Антиперспирант-карандаш Антибактериальный и невидимый на черном и белом, 50 мл
- 6 Антиперспирант-карандаш Clinical protection Защита и уверенность, 50 мл
- 7 Антиперспирант-карандаш Кобальт, 50 мл
- 8 Антиперспирант-карандаш Экстремальная защита 48ч, 50 мл
- 9 Антиперспирант-карандаш Champions, 50 мл
- 10 Антиперспирант-карандаш Свежесть душа, 50 мл
- 11 Антиперспирант-ролик Антибактериальный эффект, 50 мл
- 12 Антиперспирант-ролик Ультраневидимый, 50 мл
- 13 Антиперспирант-ролик Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл CoC\*\*
- 14 Антиперспирант-ролик Антибактериальный и невидимый на черном и белом, 50 мл
- 15 Антиперспирант-ролик Прозрачный лед, 50 мл

\* 3 Core of the Core. \*\* 26 Новинка.



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 16 Антиперспирант-ролик Кобальт, 50 мл
- 17 Антиперспирант-ролик Антиперспирант Экстремальная защита 72ч, 50 мл
- 18 Антиперспирант-аэрозоль Минеральный комплекс, 150 мл
- 19 Антиперспирант-аэрозоль Ультраневидимый, 150 мл
- 20 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный и невидимый на черном и белом, 150 мл
- 21 Антиперспирант-аэрозоль Невидимый на черной и белой одежде, 150 мл
- 22 Антиперспирант-аэрозоль Прозрачный лед, 150 мл
- 23 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и свежесть, 150 мл
- 24 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и уверенность, 150 мл
- 25 Антиперспирант-аэрозоль Clinical protection Защита и уверенность, 75 мл
- 26 Антиперспирант-аэрозоль для всего тела, 250 мл
- 27 Антиперспирант-аэрозоль Кобальт, 150 мл
- 28 Антиперспирант-аэрозоль Экстремальная защита 72ч, 150 мл
- 29 Антиперспирант-аэрозоль Champions, 150 мл
- 30 Антиперспирант-аэрозоль Свежесть душа, 150 мл
- 31 Антиперспирант-аэрозоль Дикая мята и кедр, 150 мл
- 32 Антиперспирант-аэрозоль Антибактериальный эффект, 150 мл

New\*

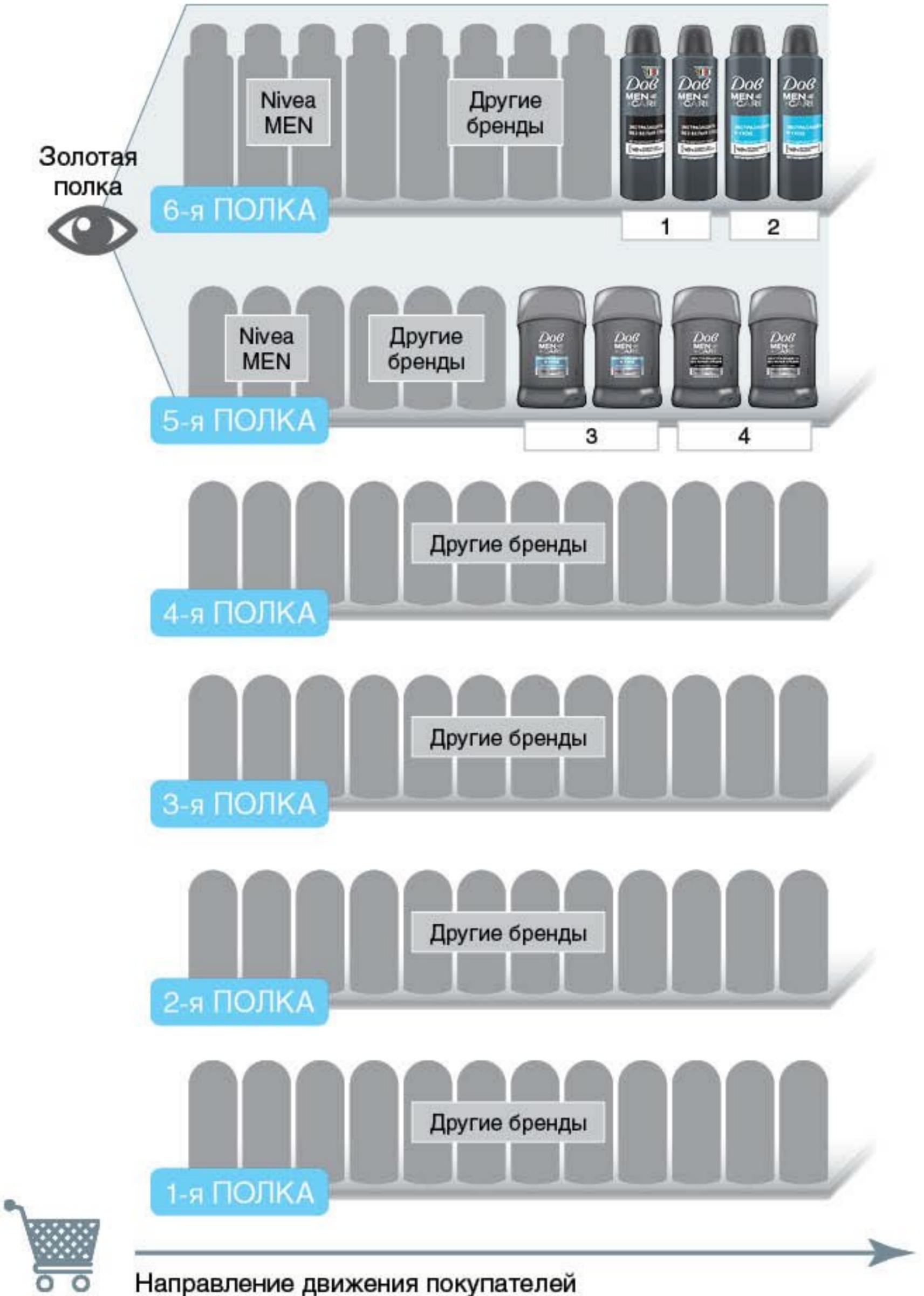
CoC\*\*

\* 3 Core of the Core. \*\* 26 Новинка.



## БРЕНД ДАВ MEN+CARE

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



# БРЕНД ДАВ MEN+CARE

## КРІ БРЕНДА

- 1** Бренд-блок Дав MEN+CARE должен располагаться рядом с Nivea MEN.
- 2** Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.
- 3** Линейки Экстразащита и уход и Экстразащита без белых следов должны располагаться в 2 фейса и в начале бренд-блока.

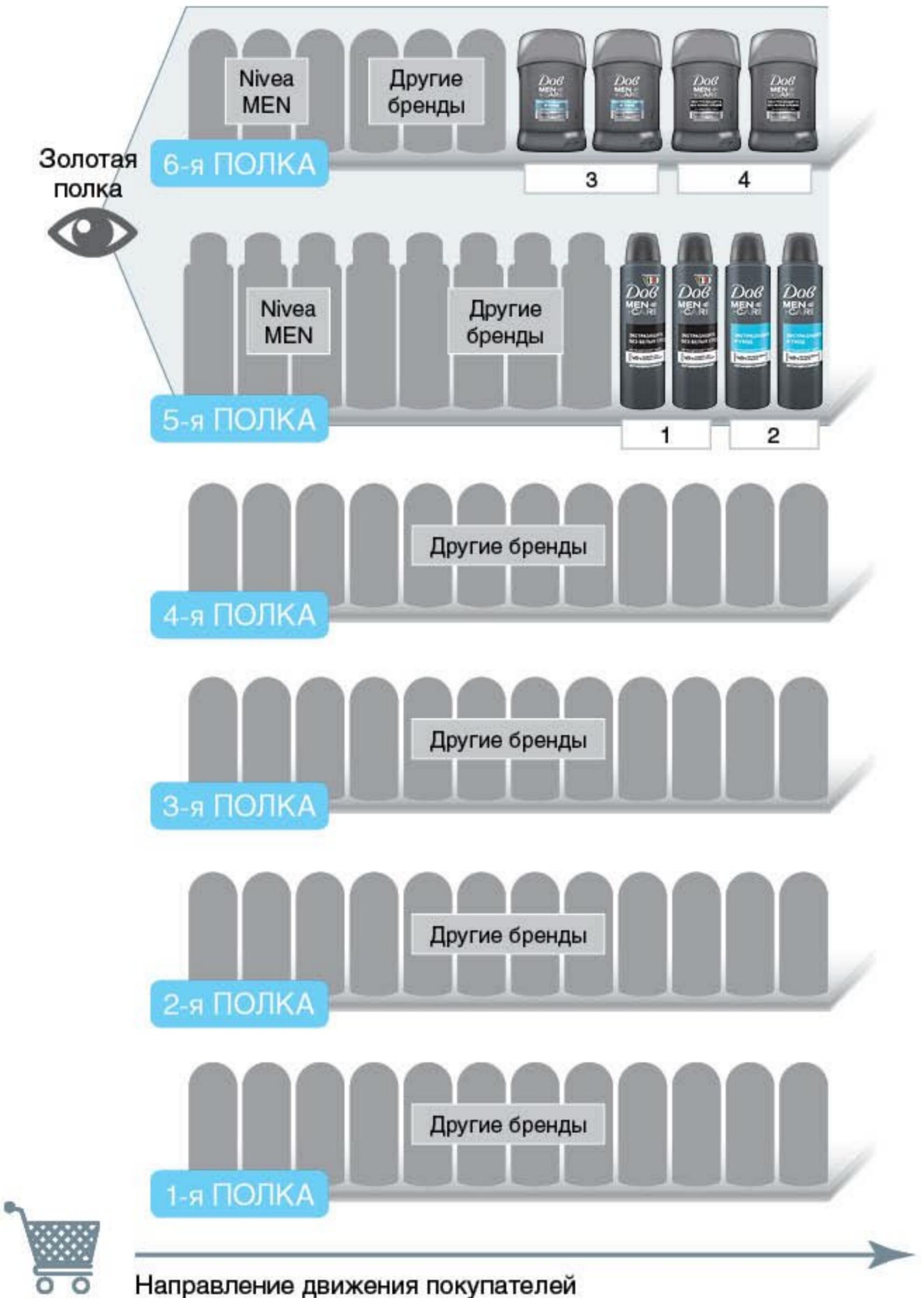
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1** Антиперспирант-аэрозоль Экстразащита без белых следов, 150 мл
- 2** Антиперспирант-аэрозоль Экстразащита и уход, 150 мл
- 3** Антиперспирант-карандаш Экстразащита и уход, 50 мл
- 4** Антиперспирант-карандаш Экстразащита без белых следов, 50 мл



## БРЕНД ДАВ MEN+CARE

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



# БРЕНД ДАВ MEN+CARE

## КРІ БРЕНДА

- 1** Бренд-блок Дав MEN+CARE должен располагаться рядом с Nivea MEN.
- 2** Бренд необходимо располагать вертикально с соблюдением порядка выкладки форматов (сверху вниз) и соблюдая соответствие линеек по вертикали.
- 3** Линейки Экстразащита и уход и Экстразащита без белых следов должны располагаться в 2 фейса и в начале бренд-блока.

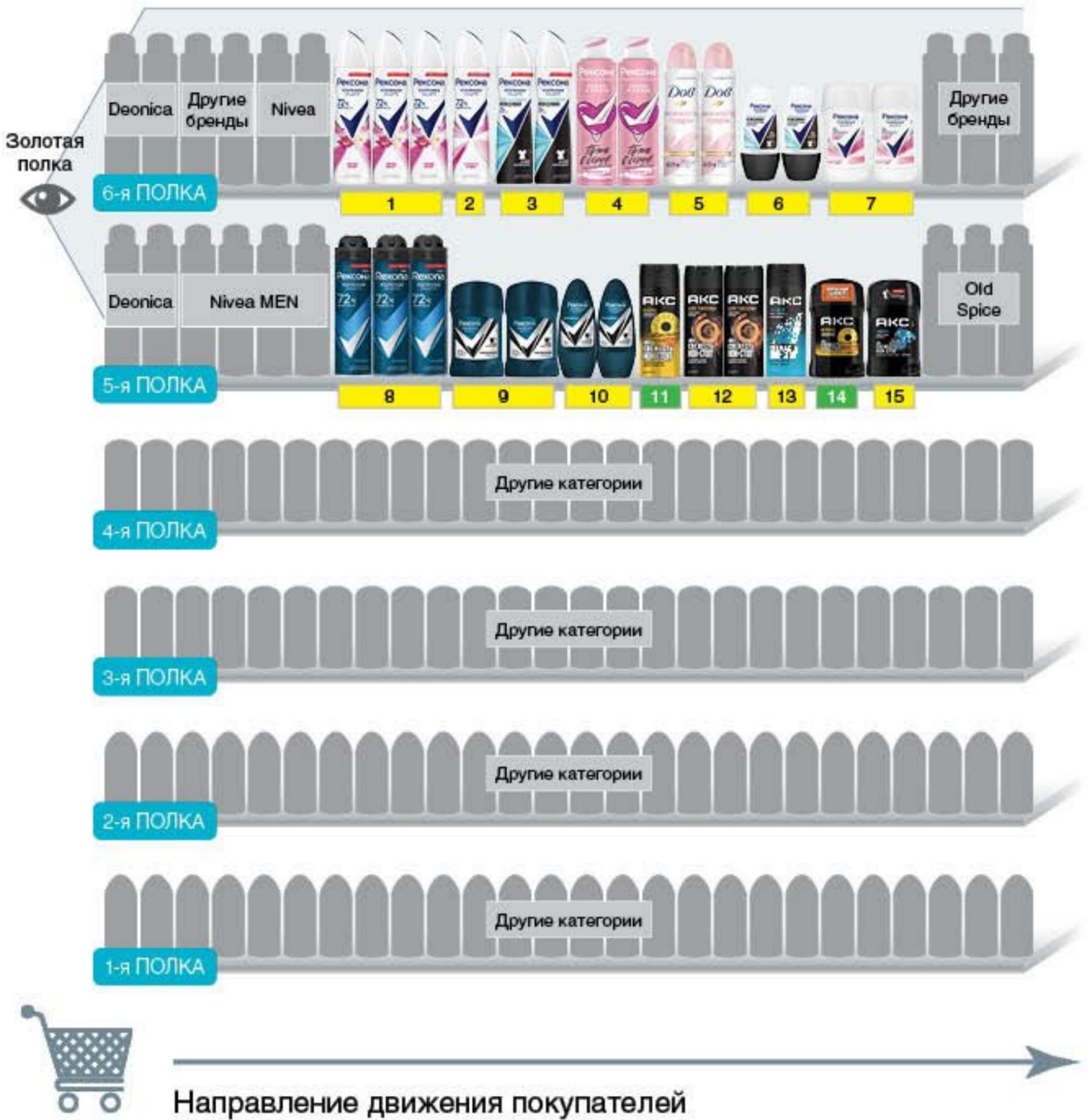
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И N&V

- 1** Антиперспирант-карандаш Экстразащита и уход, 50 мл
- 2** Антиперспирант-карандаш Экстразащита без белых следов, 50 мл
- 3** Антиперспирант-аэрозоль Экстразащита без белых следов, 150 мл
- 4** Антиперспирант-аэрозоль Экстразащита и уход, 150 мл



# БРЕНДЫ РЕКСОНА, ДАВ, РЕКСОНА МЕН, АКС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В МАГАЗИНАХ У ДОМА



\* 1 Core of the Core. \*\* 11 Новинка.



# БРЕНДЫ РЕКСОНА, ДАВ, РЕКСОНА МЕН, АКС

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

## РЕКСОНА

1	Антиперспирант-аэрозоль Яркий букет, 150 мл	CoC*
2	Антиперспирант-аэрозоль Сухость пудры 150 мл	CoC*
3	Антиперспирант-аэрозоль Прозрачный кристалл Невидимая, 150 мл	CoC*
4	Антиперспирант-аэрозоль Нежно и сочно, 150 мл	CoC*
6	Антиперспирант-ролик Прозрачный кристалл Невидимая, 50 мл	CoC*
7	Антиперспирант-карандаш Сухость пудры, 40 мл	CoC*

## ДАВ

5	Антиперспирант-аэрозоль Нежность пудры, 150 мл	CoC*
---	--	------

## РЕКСОНА МЕН

8	Антиперспирант-аэрозоль Кобальт, 150 мл	CoC*
9	Антиперспирант-карандаш Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл	CoC*
10	Антиперспирант-ролик Невидимый на черной и белой одежде, 50 мл	CoC*

## АКС

11	Дезодорант-аэрозоль На пляже, 150 мл	New**
12	Дезодорант-аэрозоль Дарк темптейшн, 150 мл	CoC*
13	Дезодорант-аэрозоль Айс чилл, 150 мл	CoC*
14	Дезодорант-карандаш На пляже, 50 мл	New**
15	Дезодорант-карандаш Анархия, 50 мл	CoC*

\* 1 Core of the Core. \*\* 11 Новинка.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Кусковое мыло», без мыла, продающегося на вес, хозяйственного мыла, мыла для бани, детского мыла:

Самау .....	более 7 %
Самау Botanicals .....	более 5 %
Чистая Линия .....	более 3 %
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 15 %</b>

Категория «Жидкое мыло», без средств для интимной гигиены, жидкого хозяйственного мыла, мыла для бани, детского мыла:

Бархатные ручки.....	более 11 %
Чистая Линия .....	более 7 %
Дав .....	более 4 %
Самау Botanicals .....	более 5 %
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 27 %</b>



# СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

- 1** Размещение жидкого мыла над кусковым в рамках одного стеллажа позволит стимулировать покупку более оборачиваемого и дорогого сегмента.
- 2** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками. Бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках рядом с самыми востребованными товарами – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание к ним покупателей.
- 4** Товары внутри бренда должны располагаться в порядке их приоритетности в портфеле, согласно рекомендациям в планограмме.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Дав » Nivea

Samay » Palmolive (линейка SPA)

Чистая Линия » Palmolive (линейка «Натурэль»)

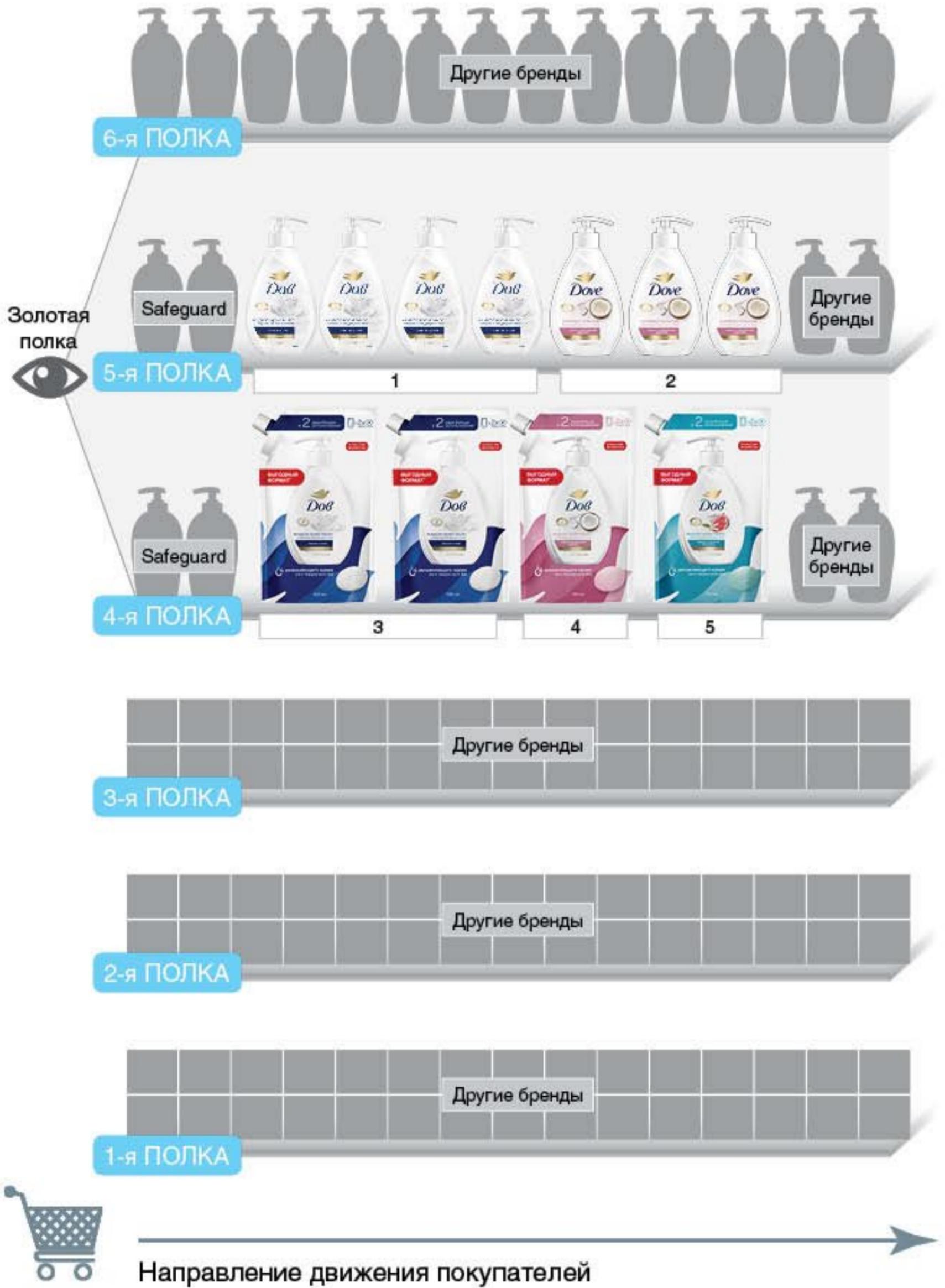
Бархатные ручки » Palmolive (линейка «Натурэль»)

Samay Botanicals » Palmolive Naturals, Le Petit Marseillais



# БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3 Обязательно горизонтальное размещение упаковок кускового мыла.
- 4 Крем-мыло Дав должно располагаться в центре категории.

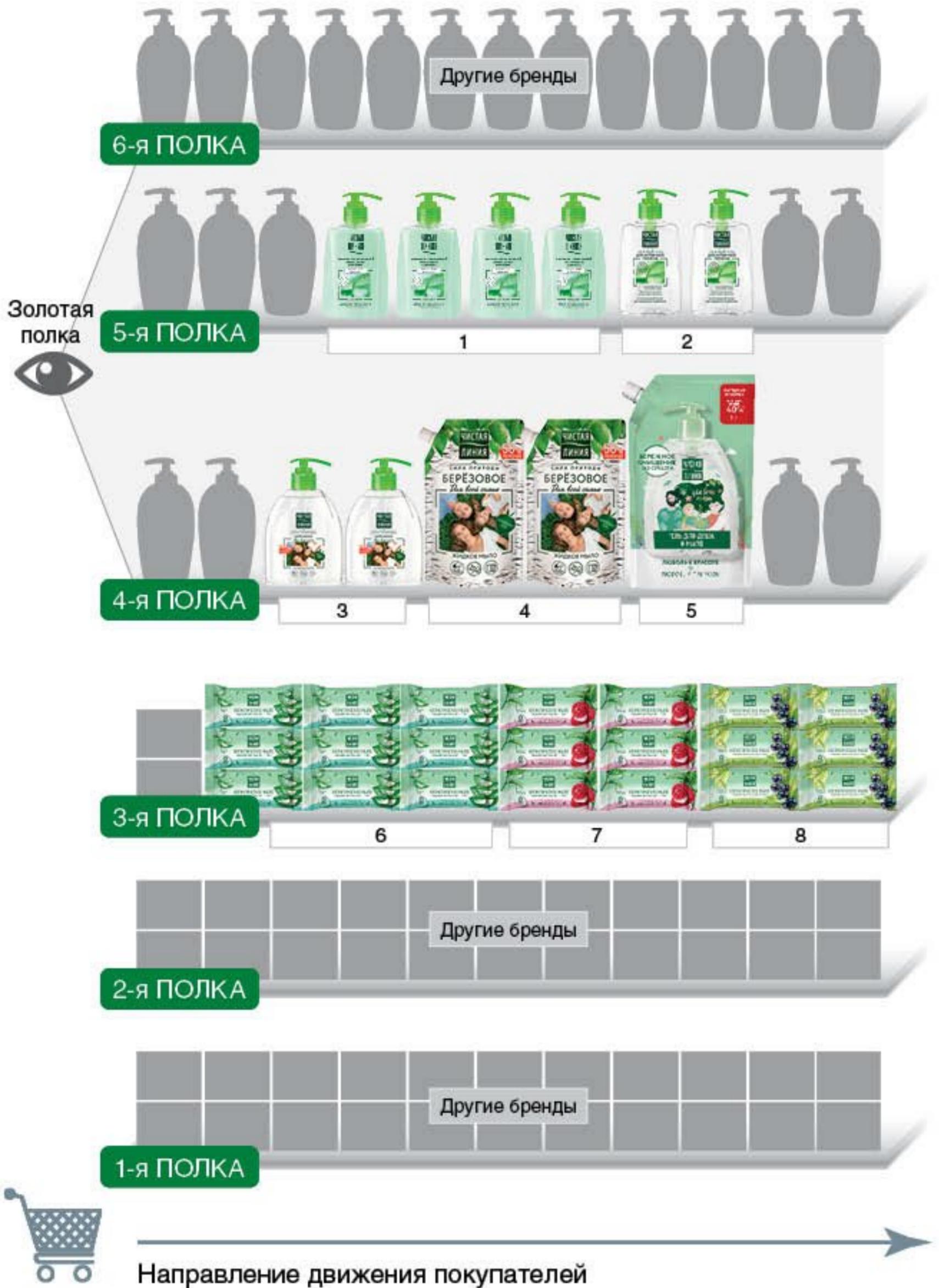
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Жидкое крем-мыло Красота и уход (помпа), 250 мл
- 2 Жидкое крем-мыло Кокос и миндальное молочко (помпа), 250 мл
- 3 Жидкое крем-мыло Красота и уход, 500 мл
- 4 Жидкое крем-мыло Кокос и миндальное молочко, 500 мл
- 5 Жидкое крем-мыло Инжир и лепески апельсина, 500 мл



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

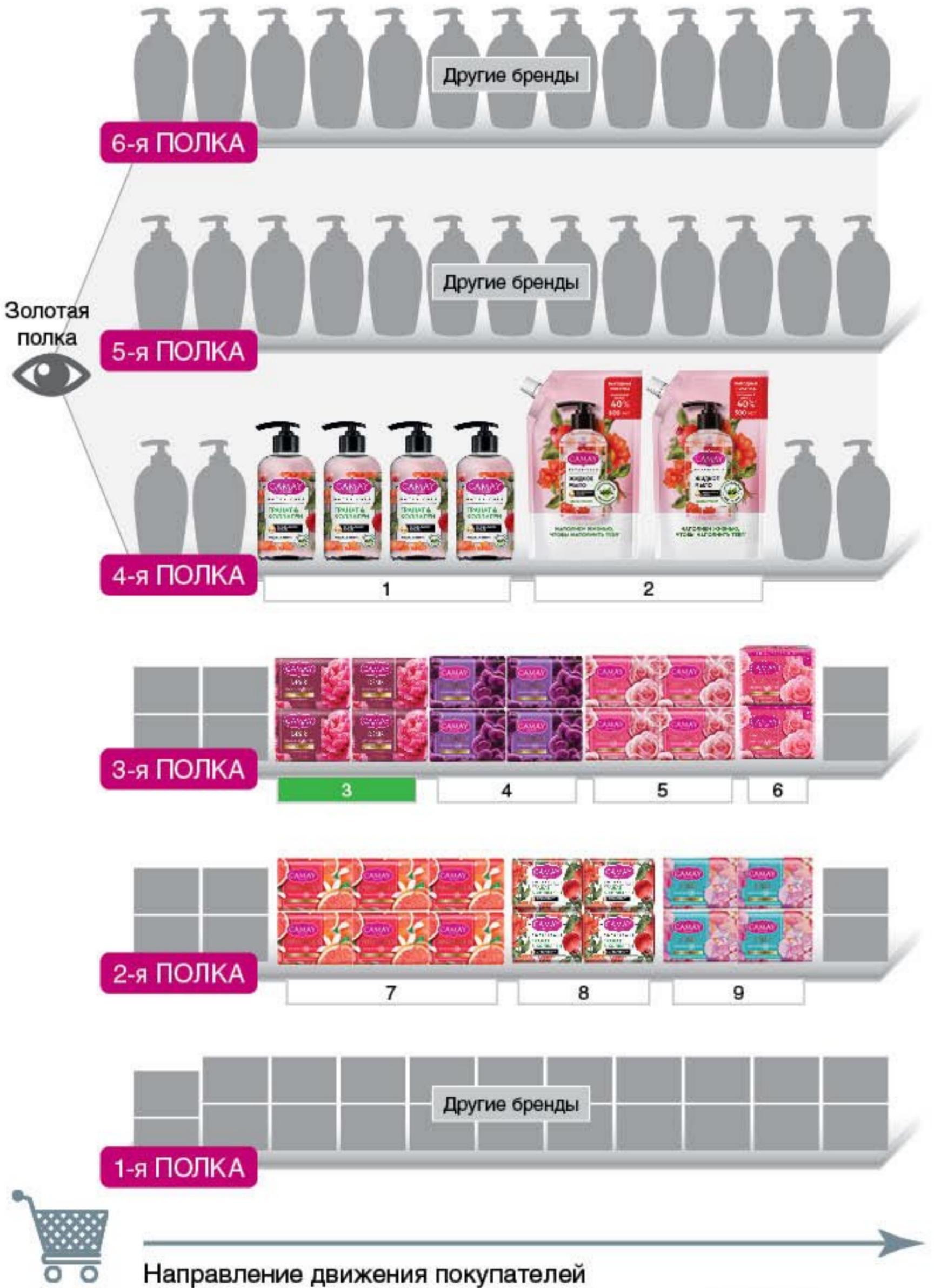
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Жидкое крем-мыло Двойное увлажнение (помпа), 250 мл
- 2 Мыло жидкое для интимной гигиены (помпа), 250 мл
- 3 Мыло жидкое Берёзовое (помпа), 520 мл
- 4 Мыло жидкое для Семьи Берёзовое, 500 мл
- 5 Мыло жидкое Берёзовое 2 в 1 (дойпак,) 1000 мл
- 6 Мыло кусковое косметическое Алоэ, 75 г
- 7 Мыло кусковое косметическое Клубника, 75 г
- 8 Мыло кусковое косметическое Смородина, 75 г



# БРЕНД САМАУ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



• 3 Новинка.



# БРЕНД САМАУ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Размещение мыла – дополнительно на страйпленте и подвесном оборудовании в кросс-категориях (уход за лицом, краски для волос, шампуни, гели для душа и мыло) и в импульсных зонах (на кассе).
- 2** Botanicals не рекомендуется ставить рядом с основной линейкой Samau.
- 3** Обязательно дублирование фейсингов на ТОП-линейку Гранат.
- 4** На дисплеях, торцах и в других случаях кросс-выкладки продукция размещается по линейкам.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

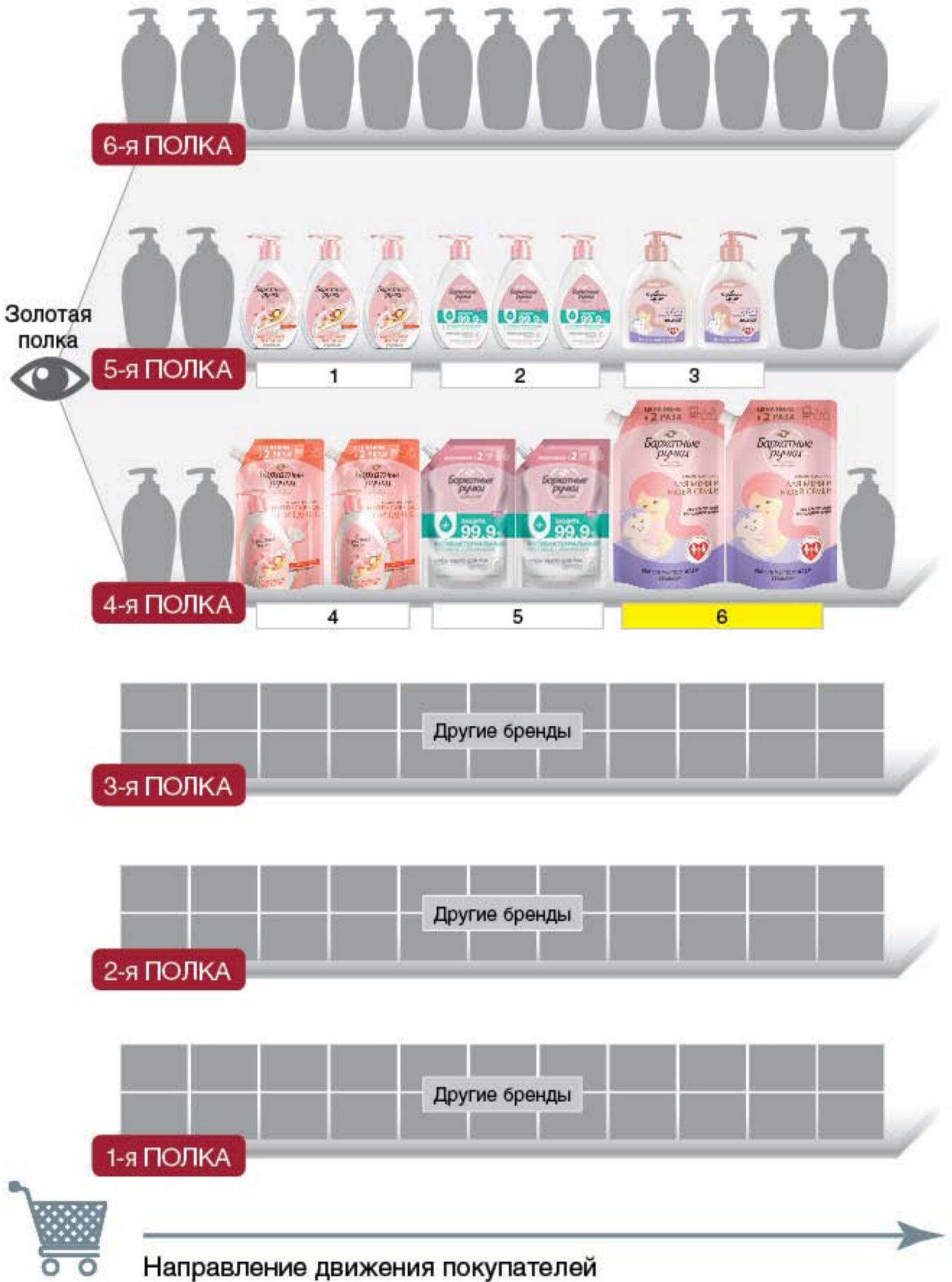
- 1 Мыло жидкое Botanicals Цветы граната, 280 мл
- 2 Мыло жидкое Botanicals Цветы граната (дойпак), 500 мл
- 3** Мыло кусковое Desir Пион и красные ягоды, 85 г New\*
- 4 Мыло кусковое Магическое заклинание Чёрная орхидея, 85 г
- 5 Мыло кусковое Романтик Французской розы, 85 г
- 6 Мыло кусковое Романтик Французской розы, 300 г
- 7 Мыло кусковое Динамик Розовый грейпфрут, 85 г
- 8 Мыло кусковое Botanicals Цветы граната, 85 г
- 9 Мыло кусковое Jolie Акватика, 85 г

**3** Новинка.



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Более 50 % ассортимента жидкого мыла Бархатные ручки должно располагаться в центре категории на уровне глаз (140–180 см от пола).

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Жидкое крем-мыло Интенсивное питание (помпа), 240 мл
- 2 Жидкое крем-мыло Антибактериальный комплекс (помпа), 240 мл
- 3 Жидкое крем-мыло Для семьи (помпа), 510 мл
- 4 Жидкое крем-мыло Интенсивное питание, 500 мл
- 5 Жидкое крем-мыло Антибактериальный комплекс, 500 мл
- 6 Жидкое крем-мыло Для Семьи, 1000 мл

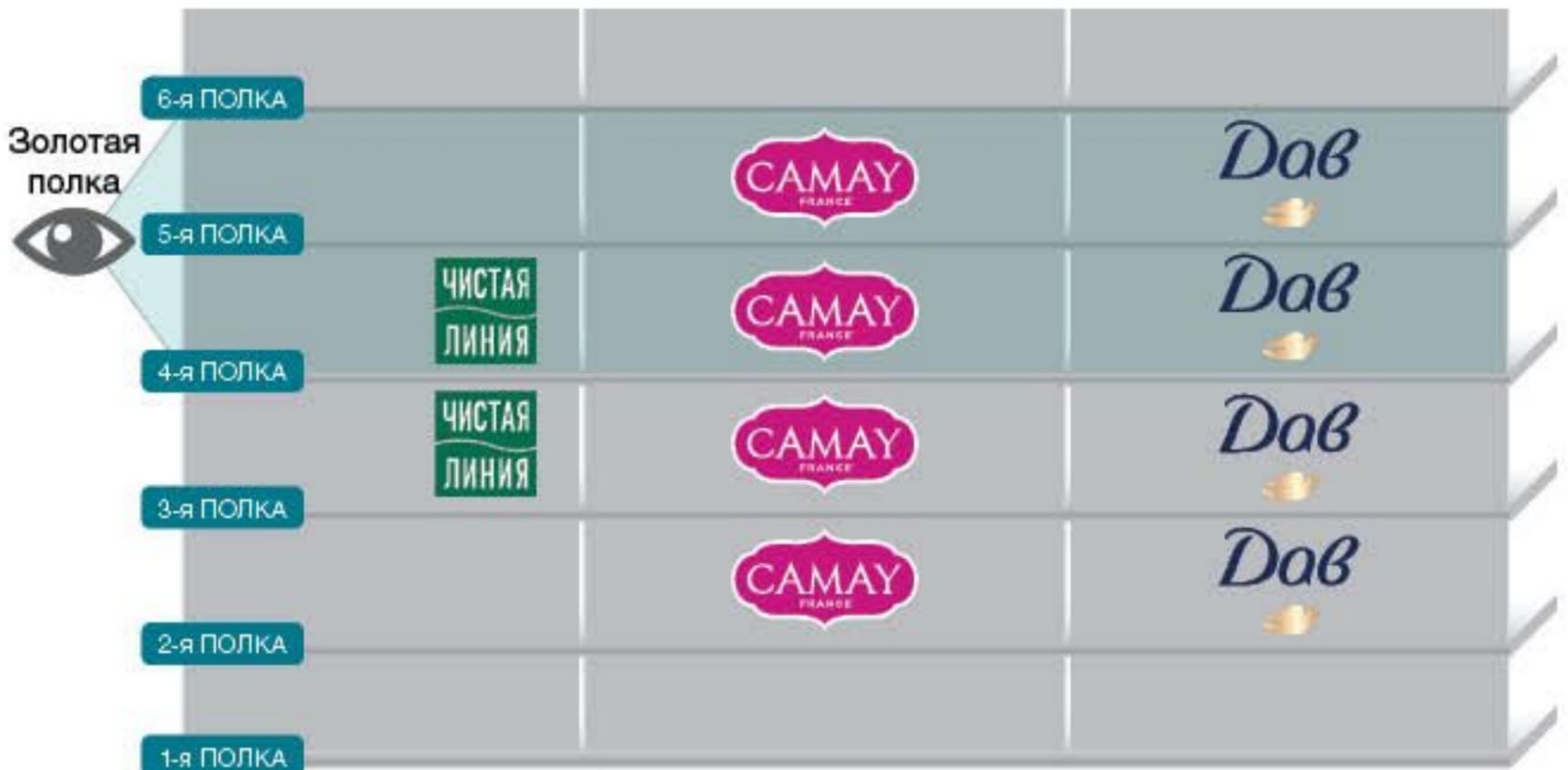
CoC\*

\* 6 Core of the Core.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



- выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более;
- бренды-лидеры Дав и Самая на уровне глаз.



Направление движения покупателей

## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Дав .....	более 11 %
Самая .....	более 6 %
Чистая Линия .....	более 4 %
Samay Botanicals .....	более 7 %
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 28 %</b>

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Дав » Nivea

Самая » Palmolive (линейка SPA)

Чистая Линия » Palmolive (линейка «Натурэль»)

Samay Botanicals » Palmolive Naturals, Le Petit Marseillais



# СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

## КРІ БРЕНДА

- 1** Женские и мужские гели для душа рекомендуется размещать отдельно друг от друга.
- 2** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками. Бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках рядом с самыми востребованными товарами – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание покупателей к ним.
- 4** Товары внутри бренда должны располагаться в порядке их приоритетности в портфеле, согласно рекомендациям в планеграмме.



# БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

Другие бренды

6-я ПОЛКА

5-я ПОЛКА

Золотая полка



4-я ПОЛКА

3-я ПОЛКА

2-я ПОЛКА

1-я ПОЛКА

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23



Направление движения покупателей

• **5** Новинка. • **6** Core of the Core.



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** При наличии достаточного полочного пространства рекомендуется размещать большие форматы гелей для душа внутри линейки рядом с маленькими.
- 4** Гель для интимной гигиены Дав Denta гипоаллергенный при возможности дублировать в сегмент средств для интимной гигиены.
- 5** Масло для душа и ванны Дав Смягчающее Семейное, 400 мл размещать на детской полке.



# БРЕНД ДАВ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Крем-гель для душа обновление Сливочная ваниль и пион, 250 мл
- 2 Гель-скраб для душа Нежное обновление, 250 мл
- 3 Крем-гель для душа Ритуал красоты с маслом авокадо и экстрактом календулы, 250 мл
- 4 Крем-гель для душа Ритуал красоты с маслом кокоса и миндальным молочком, 250 мл
- 5 Крем-гель для душа DERMA для проблемной кожи, 280 мл New\*
- 6 Крем-гель для душа Глубокое питание и увлажнение, 250 мл CoC\*\*
- 7 Крем-гель для душа Объятия нежности Фисташковый крем и магнолия, 250 мл CoC\*\*
- 8 Крем-гель для душа Нежность шелка, 250 мл
- 9 Крем-гель для душа DERMA смягчающий, 280 мл New\*
- 10 Крем-гель для душа Ритуал красоты Клубника, 250 мл
- 11 Крем-гель для душа Ритуал красоты Маракуйя, 250 мл
- 12 Гель для душа Ритуал красоты Манго, 250 мл
- 13 Крем-гель для душа Инжир и цветок апельсинового дерева, 250 мл
- 14 Крем-гель для душа DERMA для интимной гигиены гипоаллергенный, 280 мл New\*
- 15 Крем-гель для душа Ритуал красоты Клубника, 610 мл
- 16 Крем-гель для душа Ритуал красоты Маракуйя, 610 мл
- 17 Крем-гель для душа Ритуал красоты Манго, 610 мл
- 18 Крем-гель для душа Инжир и цветок апельсинового дерева, 610 мл
- 19 Крем-гель для душа Глубокое питание и увлажнение (помпа), 610 мл CoC\*\*
- 20 Крем-гель для душа Объятия нежности Фисташковый крем и магнолия (помпа), 610 мл CoC\*\*
- 21 Крем-гель для душа Ваниль и Пион, 610 мл
- 22 Крем-гель для душа с драгоценными маслами, 610 мл
- 23 Гель для душа Глубокое питание и увлажнение для всей семьи (дойпак), 500 мл

5

Новинка. \*\*

6

Core of the Core.



## БРЕНД САМАУ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* **5** Новинка. \*\* **6** Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД САМАУ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Гели для душа Samaу рекомендується розполагать на уровне глаз (140–180 см от пола) рядом с гелями для душа Palmolive (приоритет: линейка SPA).
- 2** При наличии достаточного полочного пространства рекомендуется размещать большие форматы гелей для душа внутри линейки рядом с маленькими.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Гель для душа Тайное блаженство, 250 мл
- 2 Гель для душа Романтик, 250 мл
- 3 Гель для душа Мадемуазель, 250 мл
- 4 Гель для душа Динамик, 250 мл
- 5 Гель для душа Desir, 250 г New\*
- 6 Гель для душа Магическое заклинание Чёрная орхидея, 250 мл CoC\*\*
- 7 Гель для душа Botanicals Цветы граната, 250 мл
- 8 Гель для душа Botanicals Японская сакура, 250 мл
- 9 Гель для душа Desir, 400 г New\*
- 10 Гель для душа Магическое заклинание Чёрная орхидея, 400 мл CoC\*\*
- 11 Гель для душа Вишня Миндальное молочко, 400 мл
- 12 Гель для душа Абрикос Масло ши, 400 мл
- 13 Гель для душа Цитрус Масло жожоба, 400 мл
- 14 Гель для душа Botanicals Японская сакура, 400 мл
- 15 Гель для душа Desir, 750 г New\*
- 16 Гель для душа Магическое заклинание Чёрная орхидея, 750 мл CoC\*\*
- 17 Гель для душа Botanicals Цветы граната, 750 мл
- 18 Гель для душа Абрикос Масло ши, 750 мл
- 19 Гель для душа Botanicals Японская сакура (помпа), 750 мл
- 20 Гель для душа Романтик (помпа), 750 мл
- 21 Гель для душа Динамик (помпа), 750 мл
- 22 Гель для душа Вишня Миндальное молочко, 750 мл
- 23 Гель для душа Цитрус Масло жожоба, 750 мл
- 24 Гель для душа Лаванда Масло оливы, 750 мл

5

Новинка. \*

6

Core of the Core (CoC позиции).



## БРЕНД «ЧИСТАЯ ЛИНИЯ»

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

Другие бренды

6-я ПОЛКА

Другие бренды

Золотая  
полка

5-я ПОЛКА

4-я ПОЛКА

1

2

3

4

3-я ПОЛКА

5

6

7

Другие бренды

2-я ПОЛКА

Другие бренды

1-я ПОЛКА



Направление движения покупателей



# БРЕНД «ЧИСТАЯ ЛИНИЯ»

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Гель для душа Клубника, 250 г
- 2 Гель для душа Пробуждающий Смородина и ледниковая вода, 250 г
- 3 Гель для душа Смягчающий Персик, 250 г
- 4 Гель для душа Увлажняющий Пион и алоэ, 250 г
- 5 Гель для душа Клубника, 750 г
- 6 Гель для душа Пробуждающий Смородина и ледниковая вода, 750 г
- 7 Гель для душа Смягчающий Персик, 750 г



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



- выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более;
- бренд-лидер АКС в центре категории на уровне глаз.



Направление движения покупателей

## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

АКС .....	более 21 %
Рексона Мен.....	более 10 %
Чистая Линия .....	более 2 %
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 33 %</b>

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

АКС » Old Spice

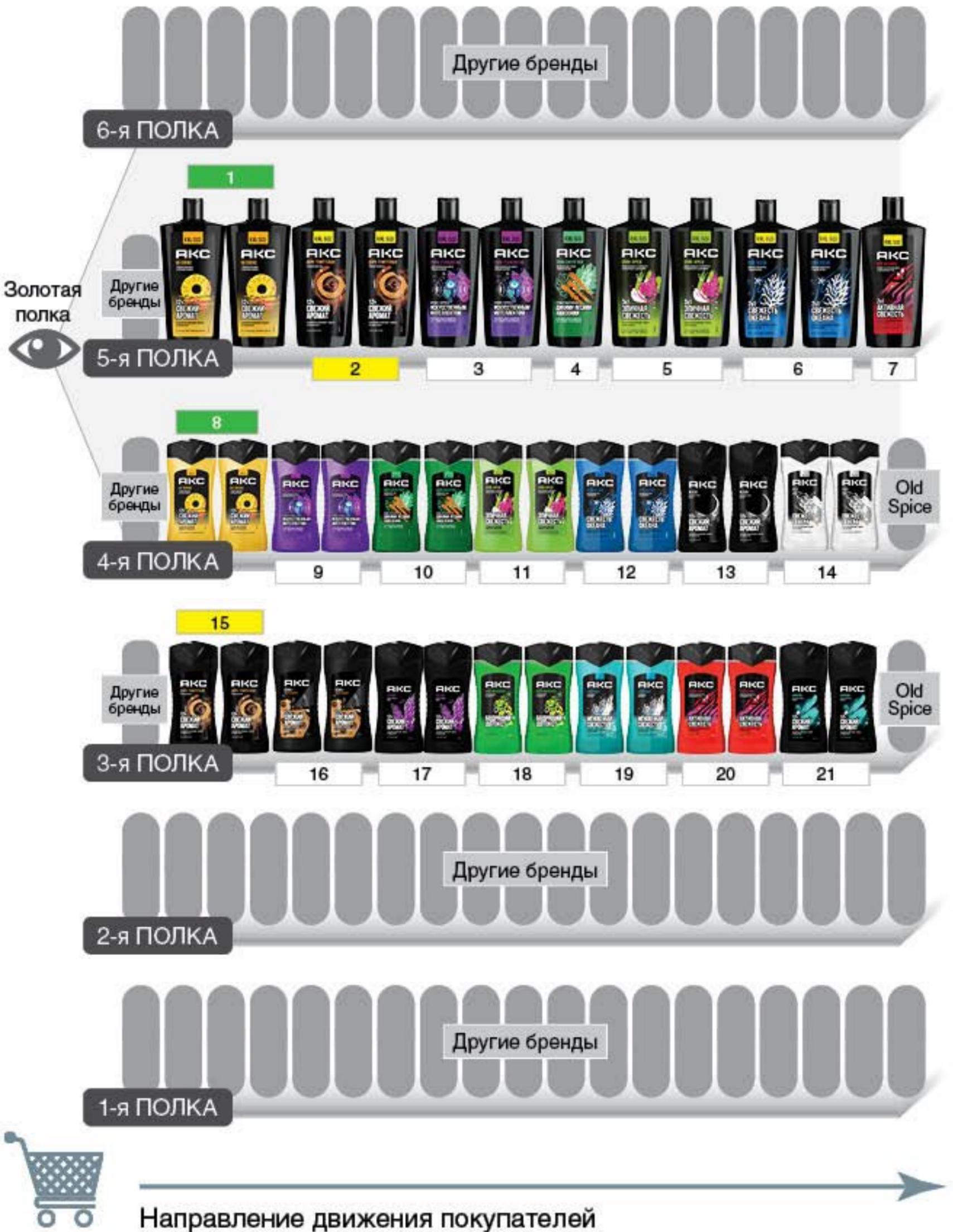
Рексона Мен » Nivea Men

Чистая Линия » Palmolive Men



# БРЕНД АКС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 1 Новинка. \*\* 2 Core of the Core.



## БРЕНД АКС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

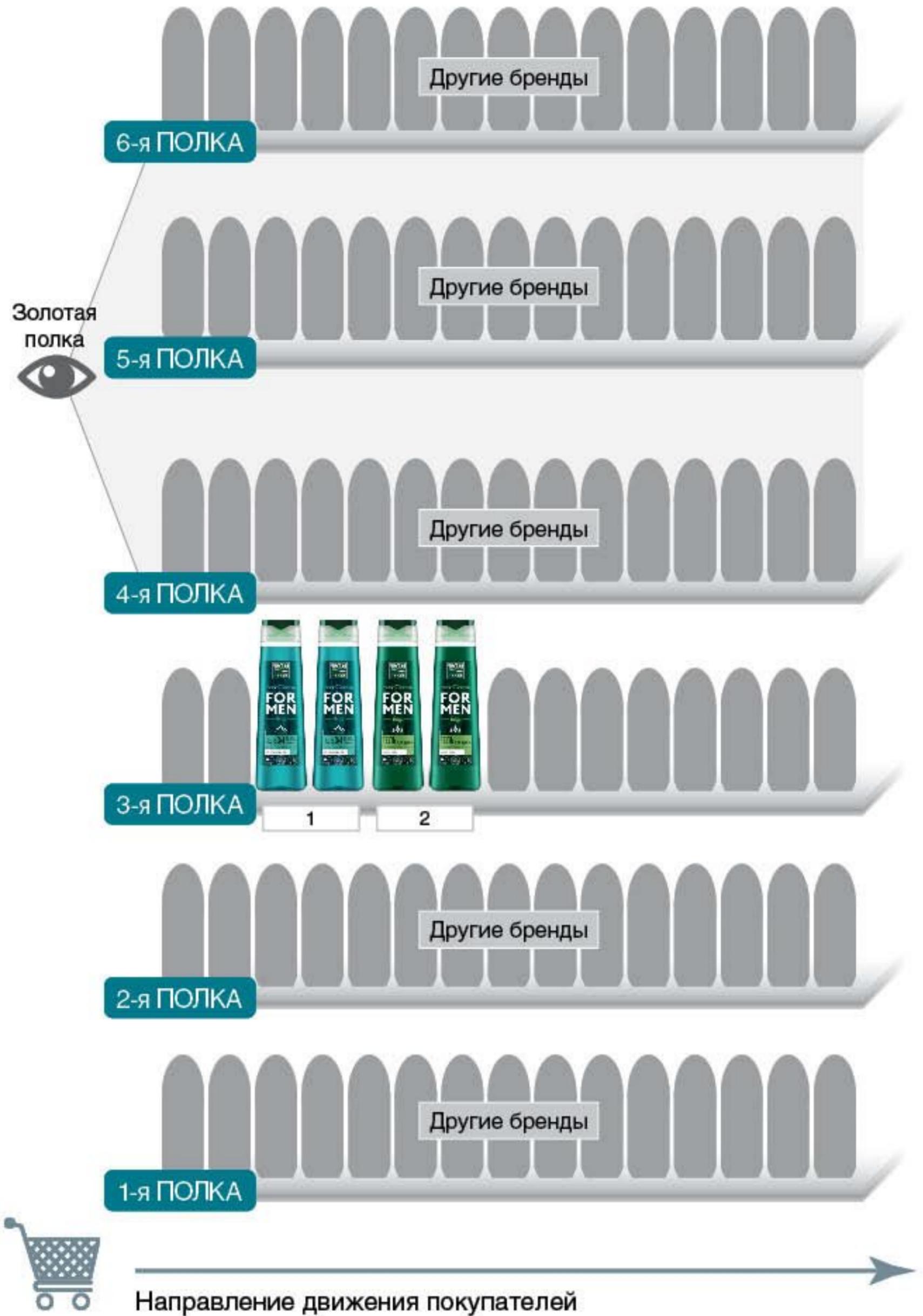
1	Гель для душа На пляже, 610 мл	New*
2	Гель для душа Dark Temptation, 610 мл	CoC**
3	Гель для душа Сила технологий, 610 мл	
4	Гель для душа Сила джунглей, 610 мл	
5	Гель для душа Epic Fresh, 610 мл	
6	Гель для душа Cool Ocean, 610 мл	
7	Гель для душа Phoenix, 610 мл	
8	Гель для душа На пляже, 250 мл	New*
9	Гель для душа Сила технологий, 250 мл	
10	Гель для душа Сила джунглей, 250 мл	
11	Гель для душа Epic Fresh, 250 мл	
12	Гель для душа Cool Ocean, 250 мл	
13	Гель для душа Black, 250 мл	
14	Гель для душа Gold, 250 мл	
15	Гель для душа Dark Temptation, 250 мл	CoC**
16	Гель для душа Кожа и печеньки, 250 мл	
17	Гель для душа Excite, 250 мл	
18	Гель для душа Перезагрузка Anti Hangover, 250 мл	
19	Гель для душа Ice Chill, 250 мл	
20	Гель для душа Phoenix, 250 мл	
21	Гель для душа Apollo, 250 мл	

\* **1** Новинка. \*\* **2** Core of the Core.



## БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

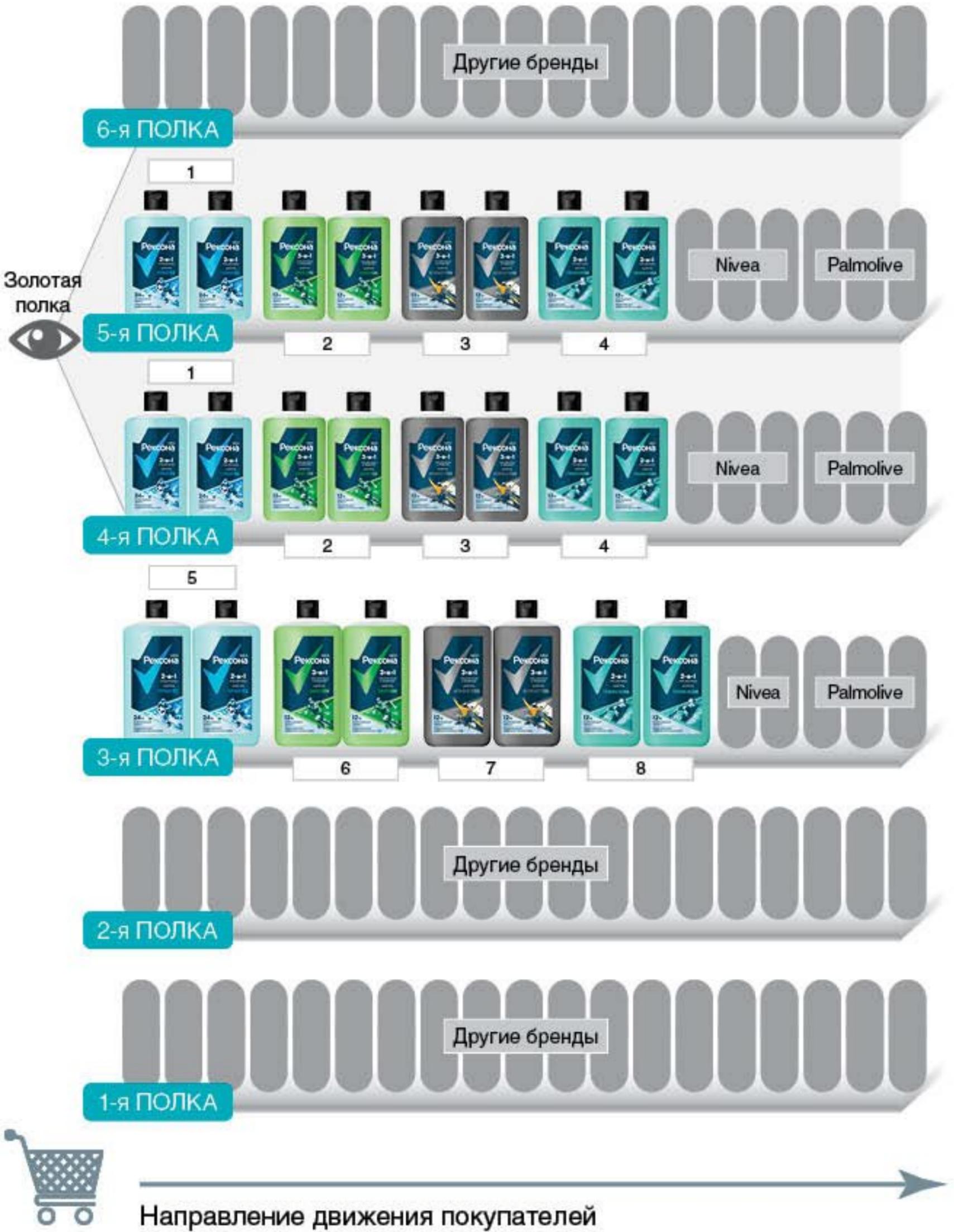
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Гель для душа Ультра свежесть мята и ледниковая вода, 400 мл
- 2 Гель для душа Глубокое очищение хмель и уголь, 400 мл



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД РЕКСОНА MEN

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

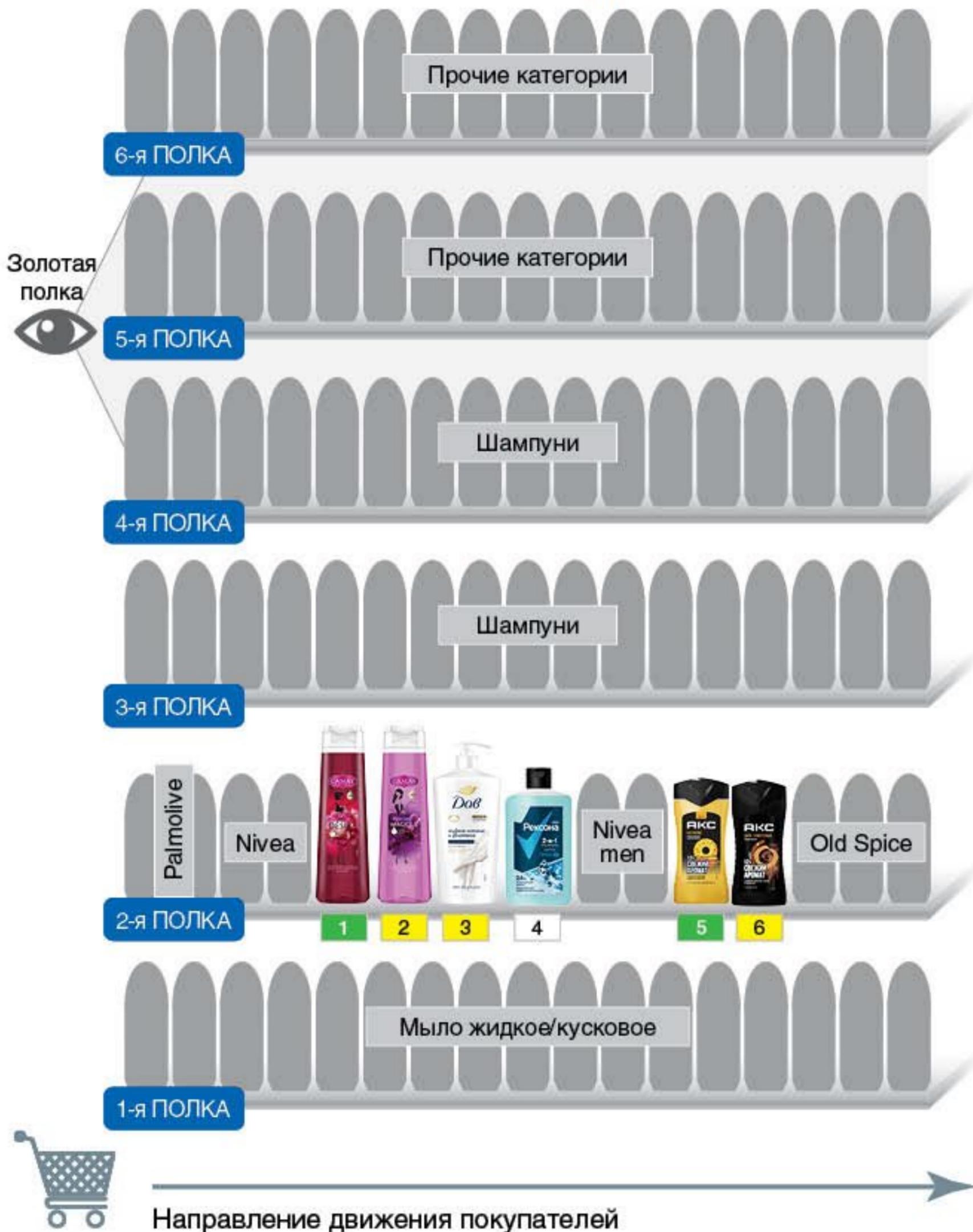
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1** Гель для душа Горный лёд, 500 мл
- 2** Гель для душа Дикий лайм, 500 мл
- 3** Гель для душа Активный уголь, 500 мл
- 4** Гель для душа Глубина Океана 500 мл
- 5** Гель для душа Горный лёд, 750 мл
- 6** Гель для душа Дикий лайм, 750 мл
- 7** Гель для душа Активный уголь, 750 мл
- 8** Гель для душа Глубина Океана, 750 мл



# БРЕНДЫ САМАУ, ДАВ, АКС, РЕКСОНА МЕН

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА



• **1** Новинка. •• **2** Core of the Core.



# БРЕНДЫ САМАУ, ДАВ, АКС, РЕКСОНА МЕН

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

## САМАУ

1	Гель для душа Desir, 400 мл	New*
2	Гель для душа Магическое заклинание Чёрная орхидея, 400 мл	CoC**

## ДАВ

3	Крем-гель для душа Глубокое питание и увлажнение, 610 мл	CoC**
---	--	-------

## РЕКСОНА МЕН

- 4 Гель для душа Горный лёд, 490 мл

## АКС

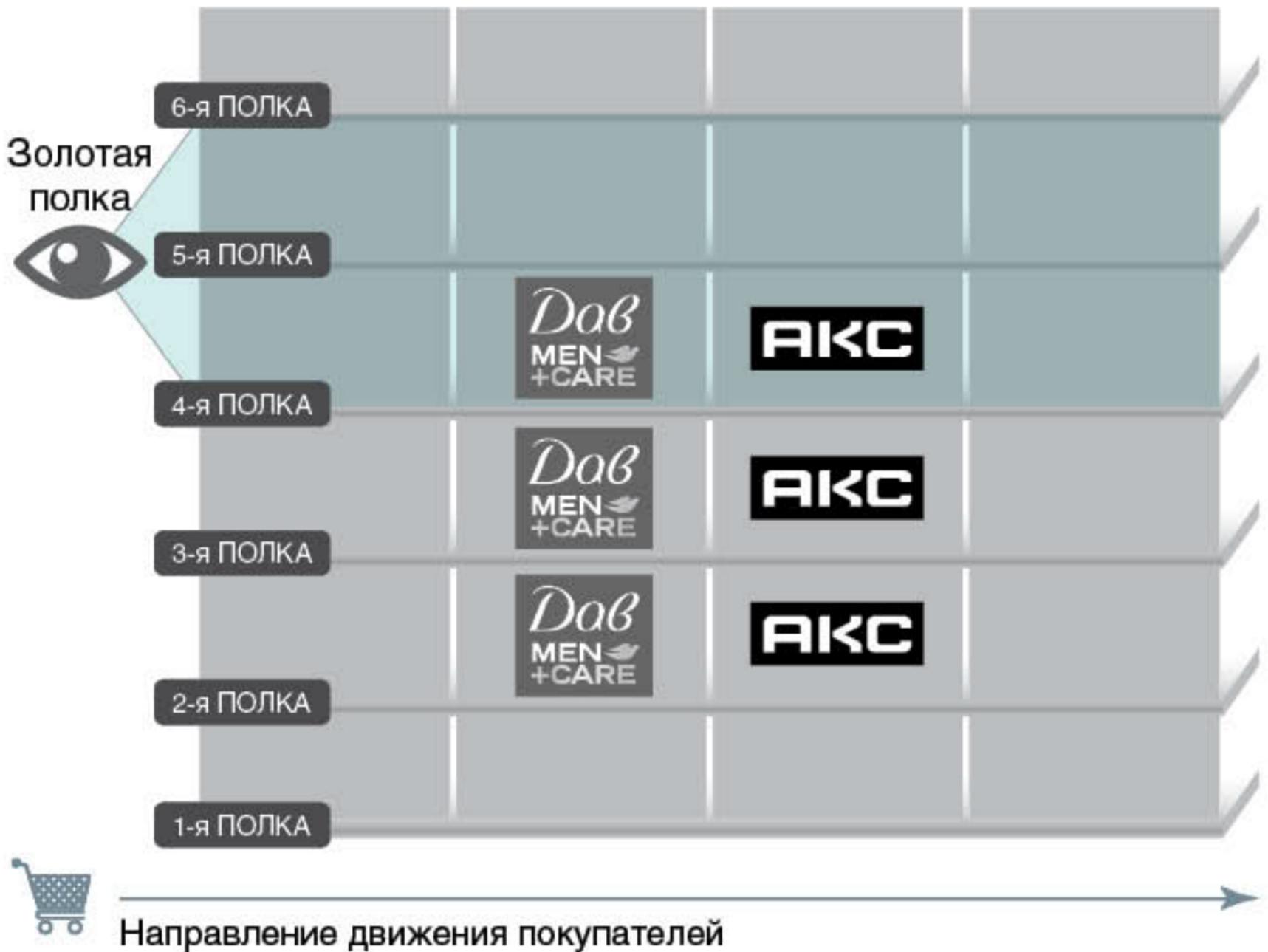
5	Гель для душа На пляже, 250 мл	New*
6	Крем-гель для душа Dark Temptation, 250 мл	CoC**

• **1** Новинка. \*\* **2** Core of the Core.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

AKC .....	более 3%
Дав Men+CARE .....	более 2%
Доля брендов ЮниРусь .....	более 5%

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Дав Men+CARE » Nivea Men

AKC » Gillette



# СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

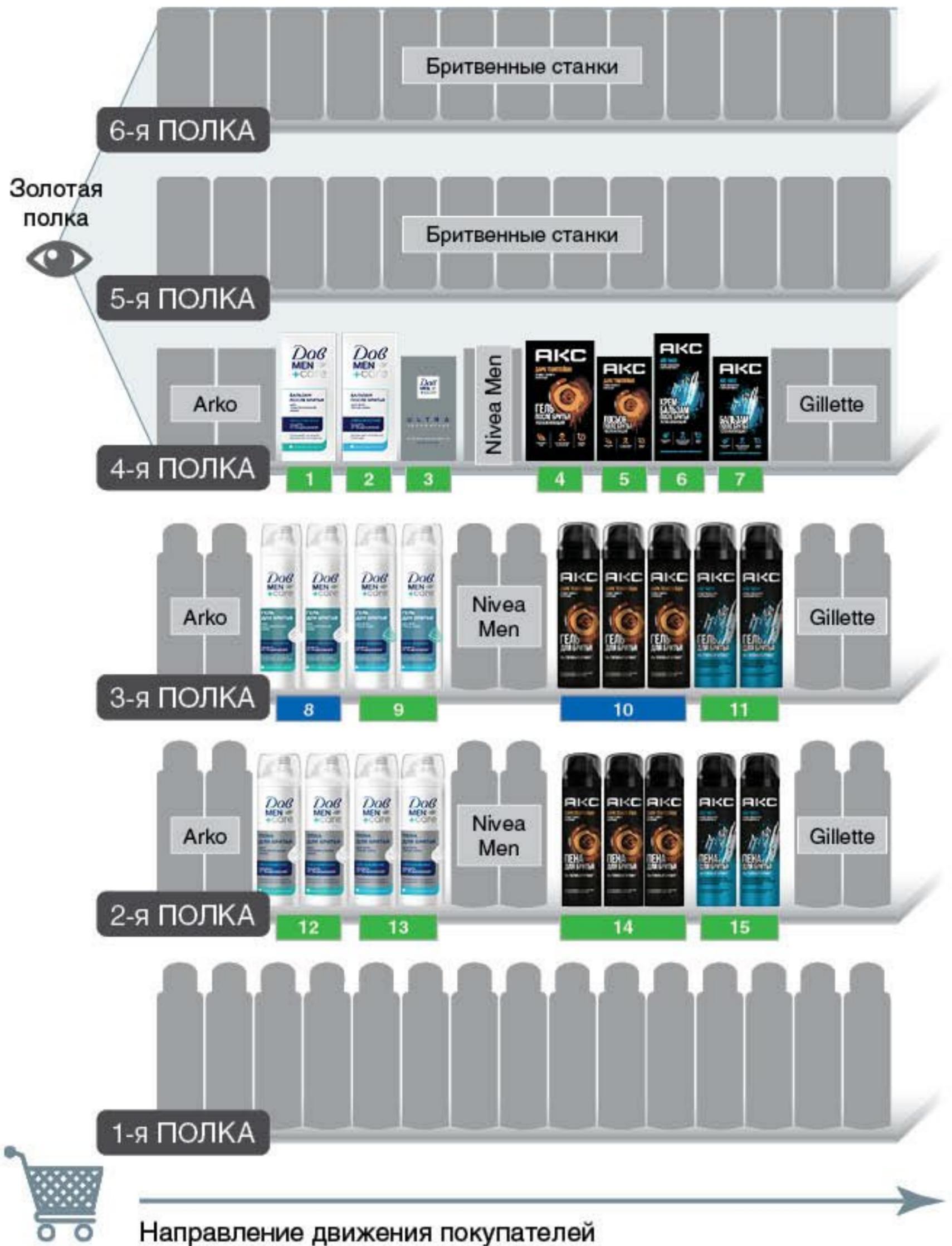
## КРІ БРЕНДА

- 1** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками. Бренды должны занимать пространство исходя из целевых долей полки. Предпочтительнее размещение на золотых полках.
- 2** Пены для бритья, Гели для бритья, Средства после бритья брендов ЮниРусь размещаются в соответствующих категориях, согласно выкладке магазина. При расположении категорий рядом рекомендуется размещение единым бренд-блоком для увеличения заметности бренда на полке и стимулирования импульсных покупок.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках рядом с самыми востребованными товарами – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание к ним покупателей.



## БРЕНДЫ ДАВ MEN+CARE, АКС

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* 1 Новинка. \*\* 8 Двойной фэйсинг.



# БРЕНДЫ ДАВ MEN+CARE, АКС

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

## ДАВ MEN+CARE

1	Бальзам после бритья для Чувствительной кожи Гипоаллергенно, 140 мл	New*
2	Бальзам после бритья Увлажнение, 140 мл	New*
3	Бальзам после бритья Ультра увлажнение, 100 мл	New*
8	Гель для бритья для Чувствительной кожи Гипоаллергенно, 200 мл	x2**
9	Гель для бритья Увлажнение, 200 мл	New*
12	Пена для бритья для Чувствительной кожи Гипоаллергенно, 200 мл	New*
13	Пена для бритья Увлажнение, 200 мл	New*

## АКС

4	Гель после бритья Дарк темптейшн, 120 мл	New*
5	Лосьон после бритья Дарк темптейшн, 100 мл	New*
6	Крем-бальзам после бритья Айс Чилл, 140 мл	New*
7	Бальзам после бритья Айс Чилл, 100 мл	New*
10	Гель для бритья Дарк темптейшн, 200 мл	x2**
11	Гель для бритья Айс Чилл, 200 мл	New*
14	Пена для бритья Дарк темптейшн, 200 мл	New*
15	Пена для бритья Айс Чилл, 200 мл	New*

1

Новинка.

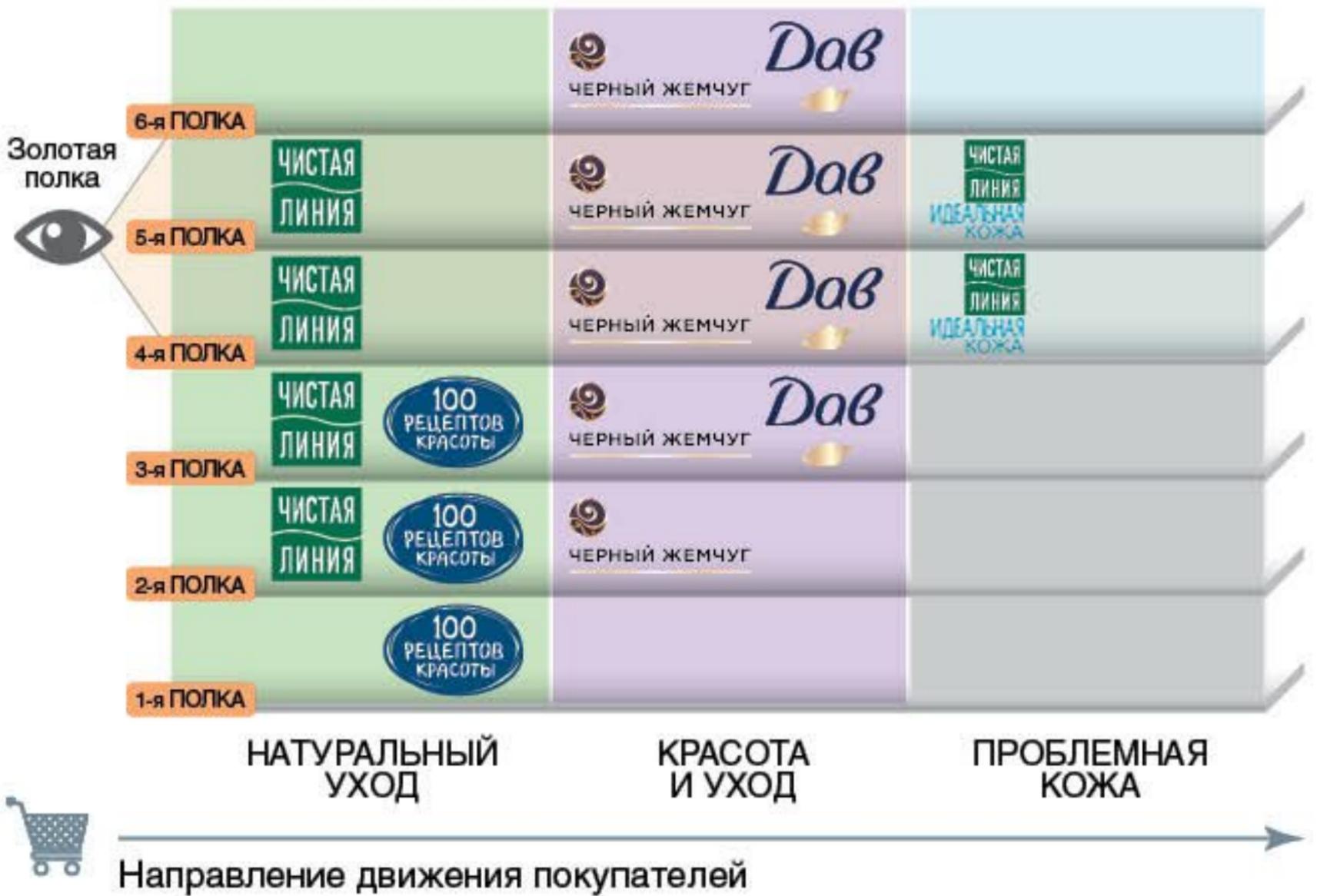
8

Двойной фэйсинг.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Чистая Линия .....	более 16%
Черный Жемчуг .....	более 11%
Дав .....	более 1%
Сто рецептов красоты .....	более 1%
Доля брендов ЮниРусь .....	более 30%



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРИ КАТЕГОРИИ)

- 1** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками. Бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки.
- 2** Размещение сегментов «Очищение» (пенки, лосьоны, тоники, скрабы) и «Уход» (кремы) внутри одного бренда стимулирует импульсную покупку.
- 3** Новинки следует размещать на лучших полках рядом с самыми востребованными товарами. Это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание покупателей к ним.
- 4** Продукты внутри бренда должны располагаться линейками (порядок линеек определяется приоритетностью в портфеле).
- 5** Выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более.
- 6** Бренды-лидеры сегмента («Черный Жемчуг» и «Чистая Линия») на Лучшей полке.
- 7** Тканевые маски рекомендуется размещать рядом с бренд-блоком (уход и очищение). При наличии дополнительного места выкладки сегмента масок (отдельный стеллаж, торец и т. п.) рекомендуется дублирование.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Чистая Линия » Garnier, EVO

Дав » Nivea

Черный Жемчуг » L'Oreal

Сто рецептов красоты » Рецепты бабушки Агафьи





# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40%.
- 3 Средства для лица «Черный Жемчуг» рекомендуется размещать рядом с брендом L'Oreal или другими конкурентами. (наилучшее расположение отдельно от других брендов UL)
- 4 Линейку LiftACTIVATOR размещать в сегменте премиум продуктов (если есть в магазине)
- 5 Внутри линейки LiftACTIVATOR рекомендуется ставить все товары ухода и дополнительного ухода вместе.
- 6 Более 40% ассортимента средств для лица «Черный Жемчуг» (базовое очищение и возрастные программы) должны располагаться в центре категории.
- 7 Внутри линейки возрастных программ рекомендуется ставить все товары ухода и дополнительного ухода вместе.
- 8 Линейки Экстремальное увлажнение и Коллагеновое питание рекомендуется размещать на Лучшей полке на уровне глаз (120–160 см от пола).
- 9 Средства для лица «Черный Жемчуг» не должны располагаться рядом с брендами «Чистая Линия» и «Сто рецептов красоты».
- 10 В случае постепенного вымывания СКЮ, рекомендуем дублировать продуктовые группы в следующем порядке приоритетности:
  - Приоритет №1 - Анти-возраст дневной крем, ночной крем, крем для век, сыворотки.
  - Приоритет №2 - Гиалуроновое Экстремальное увлажнение и Коллагеновое питание (дневной крем, ночной крем, крем для век, сыворотки).
  - Приоритет №3 - умывание с водой - пенки-мусс для умывания, гели для умывания, мицеллярная вода, тоники.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В N&V

- 1 Сыворотка для лица Омолаживающая, 30 мл
- 2 Сыворотка для лица Разглаживающая, 30 мл
- 3 Сыворотка для лица Укрепляющая, 30 мл
- 4 Сыворотка для лица Успокаивающая, 30 мл

• **7** TOP NPD. • **13** Core of the Core.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 5 Сыворотка Гиалурон, 30 мл
- 6 Сыворотка Коллаген, 30 мл
- 7 SPF 30 крем для молодой кожи от 25 лет, 50 мл TOP NPD\*
- 8 SPF 30 крем для зрелой кожи от 45 лет, 50 мл TOP NPD\*
- 9 SPF 15 база под макияж, 20 мл TOP NPD\*
- 10 SPF 30 CC-крем, 20 мл TOP NPD\*
- 11 Крем-филлер для лица Дневной LiftACTIVATOR, 48 мл
- 12 Крем-маска для лица Ночная LiftACTIVATOR, 48 мл
- 13 Крем-скульптор для лица и шеи LiftACTIVATOR, 50 мл CoC\*\*
- 14 Крем-эксперт вокруг глаз Самоомоложение от 46 лет, 15 мл
- 15 Сплэш-маска для лица обновляющая, 160 мл
- 16 Гель-пилинг для лица Очищающий, 80 мл
- 17 Пилинг Скатка для лица 3%, 120 мл
- 18 Пилинг Лосьон для лица 5%, 190 мл
- 19 Пилинг Маска для лица 15%, 48 мл
- 20 Пенка-мусс для умывания Деликатное очищение для сухой кожи, 150 мл
- 21 Био-масло средство для умывания для сухой кожи Деликатное Очищение, 160 мл
- 22 Крем для лица Дневной Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 23 Крем для лица Ночной Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 24 Крем для лица Дневной Коллаген, 46 мл CoC\*\*
- 25 Крем для лица Ночной Коллаген, 46 мл
- 26 Крем для век Питание Коллаген, 17 мл
- 27 Средство для снят макияжа двух фазное мульти, 160 мл
- 28 Сыворотка-мист для лица питательная, 185 мл
- 29 Сыворотка-мист для лица увлажняющая, 185 мл
- 30 Мультикрем для лица и век, 40 мл
- 31 Крем для лица Мультифункциональный Smart крем, 45 мл CoC\*\*
- 32 Мультистик для век и губ, 12 г
- 33 Мультибальзам для лица и тел, 50 мл
- 34 Крем для лица Дневной от 36 лет, 50 мл

\* 7 TOP NPD. \*\* 13 Core of the Core.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

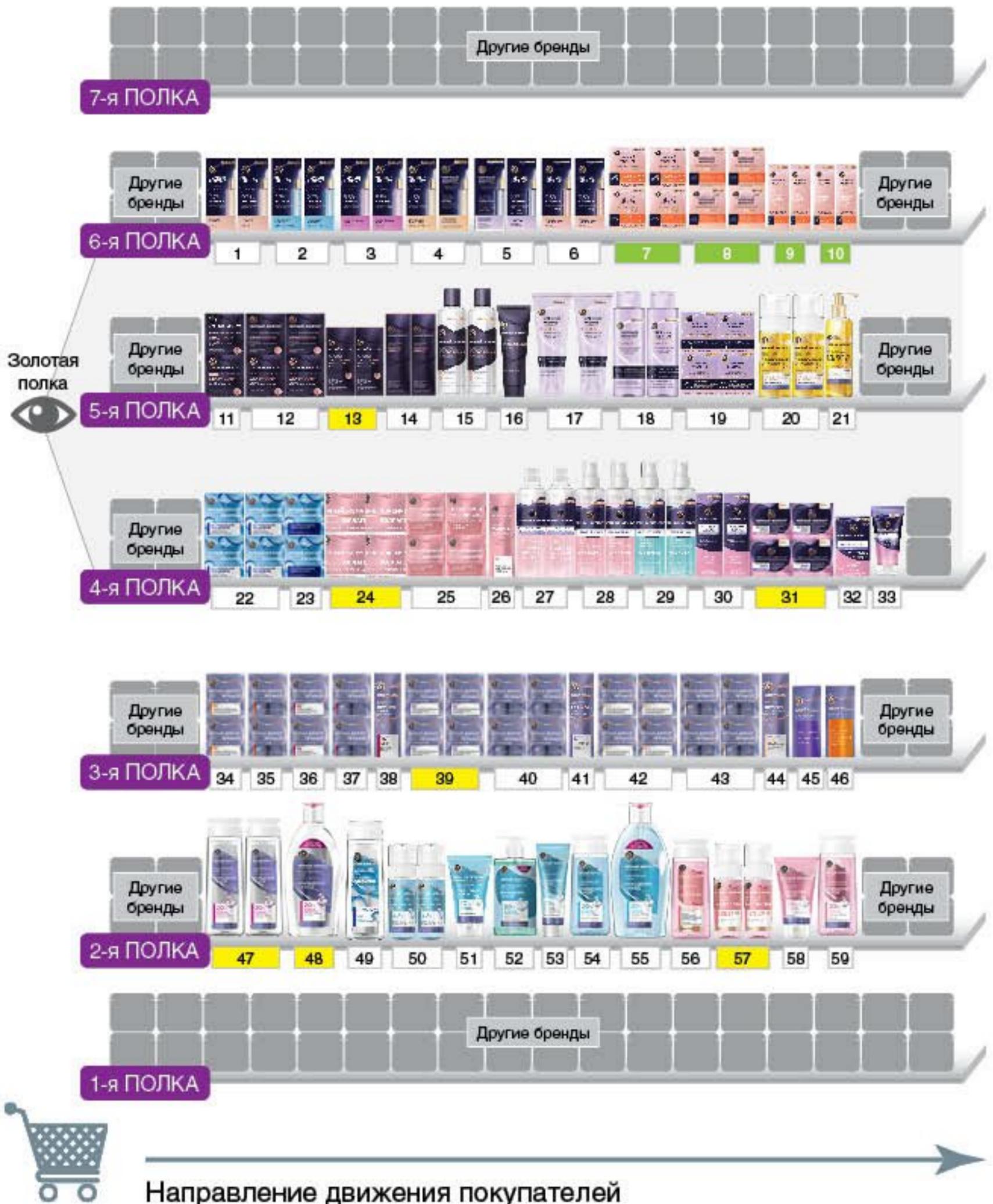
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 35 Крем для лица Ночной от 36 лет, 50 мл
- 36 Крем для лица Дневной Самоомоложение от 46 лет, 50 мл
- 37 Крем для лица Ночной от 46 лет, 50 мл
- 38 Крем-сыворотка для век от 46 лет, 17 мл
- 39 Крем для лица Дневной от 56 лет, 50 мл CoC\*\*
- 40 Крем для лица Ночной от 56 лет, 50 мл
- 41 Крем-сыворотка для век от 56 лет, 17 мл
- 42 Крем для лица Bio-Программа от 60 лет, 50 мл
- 43 Крем для лица Ночной от 60 лет, 50 мл
- 44 Крем для век Bio-Программа Омолаживающий уход, 20 мл
- 45 Сыворотка концентрат для лица и век, 30 мл
- 46 Крем сыворотка омолаживающий концентрат для лица и век, 30 мл
- 47 Мицеллярная вода для лица, век и губ Очищение и Уход, 250 мл CoC\*\*
- 48 Мицеллярная вода для чувствительной кожи Очищение и Уход, 750 мл CoC\*\*
- 49 Мицеллярная вода Экстремальное увлажнение, 250 мл
- 50 Пенка-мусс для умывания 2 в 1 для всех типов кожи Очищение и уход, 150 мл
- 51 Гель для всех типов кожи Освежающий, 120 мл
- 52 Гель для умывания для всех типов кожи Освежающий, 45 мл
- 53 Скраб для лица для всех типов кожи Нежный Очищение и Уход, 80 мл
- 54 Тоник для всех типов кожи Освежающий Очищение и Уход, 200 мл
- 55 Тоник для всех типов кожи Освежающий Очищение и Уход, 750 мл
- 56 Мицеллярная вода Эффект крема для сухой и чувствительной кожи Очищение и уход, 200 мл
- 57 Пенка-мусс для умывания Питание, 150 мл CoC\*\*
- 58 Крем-гель для умывания для сухой и чувствительной кожи Очищение и Уход, 120 мл
- 59 Ухаживающий тоник- комфорт для сухой и чувствительной кожи Очищение и Уход, 200 мл



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 7 TOP NPD. \*\* 13 Core of the Core.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## КРИ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40%.
- 3 Средства для лица «Черный Жемчуг» рекомендуется размещать рядом с брендом L'Oreal или другими конкурентами. (наилучшее расположение отдельно от других брендов UL)
- 4 Линейку LiftACTIVATOR размещать в сегменте премиум продуктов (если есть в магазине)
- 5 Внутри линейки LiftACTIVATOR рекомендуется ставить все товары ухода и дополнительного ухода вместе.
- 6 Более 40% ассортимента средств для лица «Черный Жемчуг» (базовое очищение и возрастные программы) должны располагаться в центре категории.
- 7 Внутри линейки возрастных программ рекомендуется ставить все товары ухода и дополнительного ухода вместе.
- 8 Линейки Экстремальное увлажнение и Коллагеновое питание рекомендуется размещать на Лучшей полке на уровне глаз (120–160 см от пола).
- 9 Средства для лица «Черный Жемчуг» не должны располагаться рядом с брендами «Чистая Линия» и «Сто рецептов красоты».
- 10 В случае постепенного вымывания СКЮ, рекомендуем дублировать продуктовые группы в следующем порядке приоритетности:
  - Приоритет №1 - Анти-возраст дневной крем, ночной крем, крем для век, сыворотки.
  - Приоритет №2 - Гиалуроновое Экстремальное увлажнение и Коллагеновое питание (дневной крем, ночной крем, крем для век, сыворотки).
  - Приоритет №3 - умывание с водой - пенки-мусс для умывания, гели для умывания, мицеллярная вода, тоники.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Сыворотка для лица Омолаживающая, 30 мл
- 2 Сыворотка для лица Разглаживающая, 30 мл
- 3 Сыворотка для лица Укрепляющая, 30 мл
- 4 Сыворотка для лица Успокаивающая, 30 мл

• **7** TOP NPD. • **13** Core of the Core.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 5 Сыворотка Гиалурон, 30 мл
- 6 Сыворотка Коллаген, 30 мл
- 7 SPF 30 крем для молодой кожи от 25 лет, 50 мл TOP NPD\*
- 8 SPF 30 крем для зрелой кожи от 45 лет, 50 мл TOP NPD\*
- 9 SPF 15 база под макияж, 20 мл TOP NPD\*
- 10 SPF 30 CC-крем, 20 мл TOP NPD\*
- 11 Крем-филлер для лица Дневной LiftACTIVATOR, 48 мл
- 12 Крем-маска для лица Ночная LiftACTIVATOR, 48 мл
- 13 Крем-скульптор для лица и шеи LiftACTIVATOR, 50 мл CoC\*\*
- 14 Крем-эксперт вокруг глаз Самоомоложение от 46 лет, 15 мл
- 15 Сплэш-маска для лица обновляющая, 160 мл
- 16 Гель-пилинг для лица Очищающий, 80 мл
- 17 Пилинг Скатка для лица 3%, 120 мл
- 18 Пилинг Лосьон для лица 5%, 190 мл
- 19 Пилинг Маска для лица 15%, 48 мл
- 20 Пенка-мусс для умывания Деликатное очищение для сухой кожи, 150 мл
- 21 Био-масло средство для умывания для сухой кожи Деликатное Очищение, 160 мл
- 22 Крем для лица Дневной Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 23 Крем для лица Ночной Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 24 Крем для лица Дневной Коллаген, 46 мл CoC\*\*
- 25 Крем для лица Ночной Коллаген, 46 мл
- 26 Крем для век Питание Коллаген, 17 мл
- 27 Средство для снят макияжа двух фазное мульти, 160 мл
- 28 Сыворотка-мист для лица питательная, 185 мл
- 29 Сыворотка-мист для лица увлажняющая, 185 мл
- 30 Мультикрем для лица и век, 40 мл
- 31 Крем для лица Мультифункциональный Smart крем, 45 мл CoC\*\*
- 32 Мультистик для век и губ, 12 г
- 33 Мультибальзам для лица и тел, 50 мл
- 34 Крем для лица Дневной от 36 лет, 50 мл

7

TOP NPD. \*\*

13

Core of the Core.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

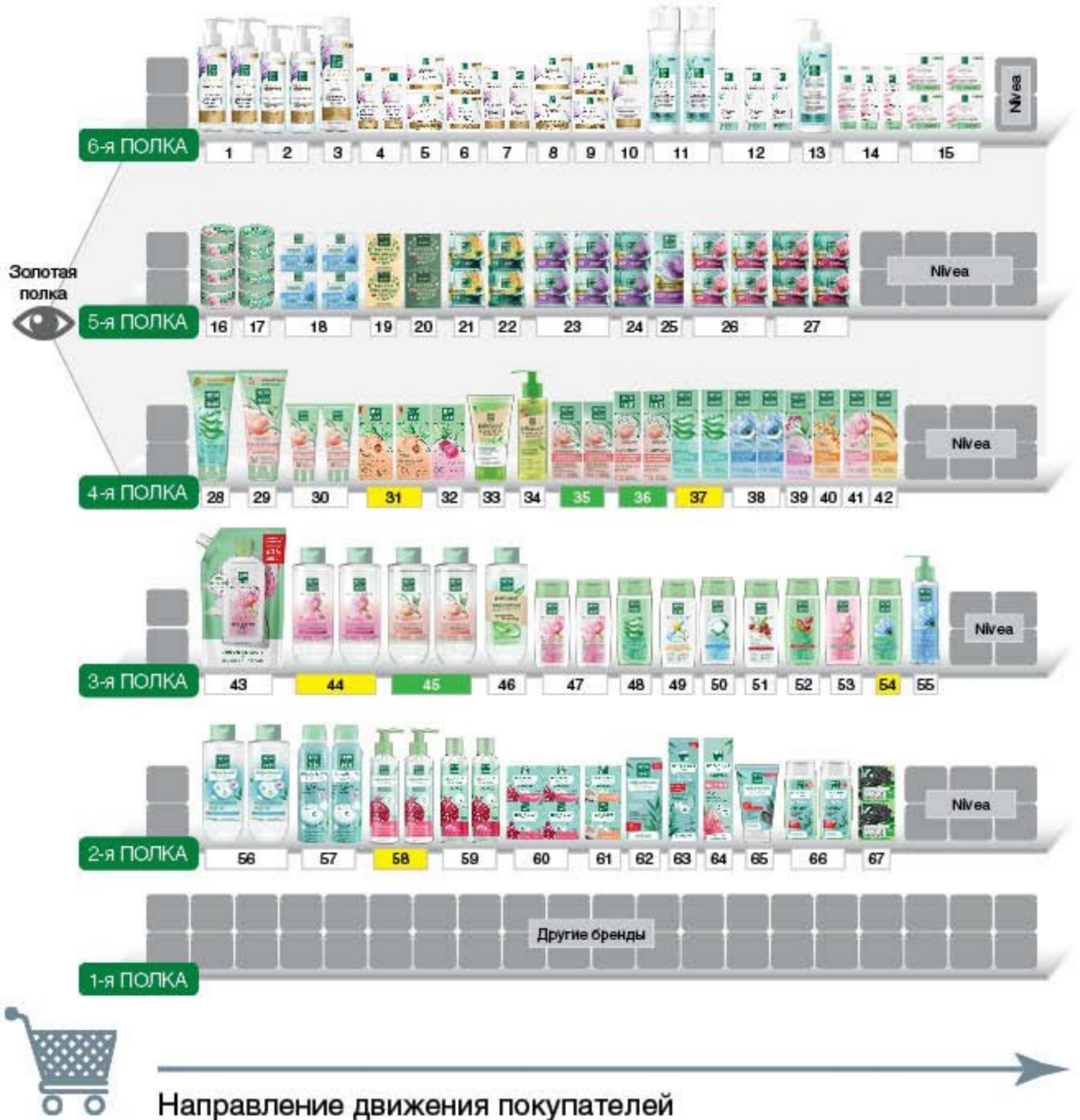
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 35 Крем для лица Ночной от 36 лет, 50 мл
- 36 Крем для лица Дневной Самоомоложение от 46 лет, 50 мл
- 37 Крем для лица Ночной от 46 лет, 50 мл
- 38 Крем-сыворотка для век от 46 лет, 17 мл
- 39 Крем для лица Дневной от 56 лет, 50 мл CoC\*\*
- 40 Крем для лица Ночной от 56 лет, 50 мл
- 41 Крем-сыворотка для век от 56 лет, 17 мл
- 42 Крем для лица Bio-Программа от 60 лет, 50 мл
- 43 Крем для лица Ночной от 60 лет, 50 мл
- 44 Крем для век Bio-Программа Омолаживающий уход, 20 мл
- 45 Сыворотка концентрат для лица и век, 30 мл
- 46 Крем сыворотка омолаживающий концентрат для лица и век, 30 мл
- 47 Мицеллярная вода для лица, век и губ Очищение и Уход, 250 мл CoC\*\*
- 48 Мицеллярная вода для чувствительной кожи Очищение и Уход, 750 мл CoC\*\*
- 49 Мицеллярная вода Экстремальное увлажнение, 250 мл
- 50 Пенка-мусс для умывания 2 в 1 для всех типов кожи Очищение и уход, 150 мл
- 51 Гель для всех типов кожи Освежающий, 120 мл
- 52 Гель для умывания для всех типов кожи Освежающий, 45 мл
- 53 Скраб для лица для всех типов кожи Нежный Очищение и Уход, 80 мл
- 54 Тоник для всех типов кожи Освежающий Очищение и Уход, 200 мл
- 55 Тоник для всех типов кожи Освежающий Очищение и Уход, 750 мл
- 56 Мицеллярная вода Эффект крема для сухой и чувствительной кожи Очищение и уход, 200 мл
- 57 Пенка-мусс для умывания Питание, 150 мл CoC\*\*
- 58 Крем-гель для умывания для сухой и чувствительной кожи Очищение и Уход, 120 мл
- 59 Ухаживающий тоник-комфорт для сухой и чувствительной кожи Очищение и Уход, 200 мл



## БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&amp;В



\* 31 Core of the Core. \*\* 35 Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Более 40% ассортимента средств для лица Чистая линия (Базовое очищение 100мл, базовый уход 40 мл, и возрастные программы) должны располагаться в центре категории на Золотой полке (120-160 см от пола).
- 4** Средства для лица «Чистая Линия» рекомендуется размещать рядом с брендом Garnier.
- 5** Линейку Идеальная кожа для проблемной кожи (№ 40, 41, 43, 44, 45) при наличии выделенного сегмента «проблемная кожа» необходимо размещать в данном сегменте отдельно от остальных товаров бренда и остальных линеек Идеальная кожа, в порядке, указанном в планеграмме. По-возможности размещать на двух полках.
- 6** Средства для лица «Чистая Линия» **не рекомендуется размещать** рядом с брендами «Черный Жемчуг» и «Сто рецептов красоты».
- 7** Соблюдён порядок в линейке: Гель для умывания, Эксфолиант-гоммаж, Тонер, Сыворотка, Крем для чувствительной кожи, Сыворотка, крем для комбинированной кожи, ночная маска.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 1 Гель флюид для умывания для всех типов кожи, 185 мл
- 2 Эксфолиант гоммаж для всех типов кожи, 115 мл
- 3 Тоник для всех типов кожи, 190 мл
- 4 Сыворотка для лица Д пантенол и гиаулрон, 30 мл
- 5 Крем для лица для сухой кожи, 45 мл
- 6 Рефилл\_крем для лица для сухой кожи, 45 мл
- 7 Сыворотка для лица витамин С, 30 мл
- 8 Крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл
- 9 Рефилл\_крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл
- 10 Ночная маска для лица для всех типов кожи
- 11 Пенка Против несовершенств, 190 мл
- 12 Сыворотка Против несовершенств, 30 мл

• **31** Core of the Core. • **35** Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 13 Лосьон Против несовершенств, 185 мл
- 14 Криогель-патчи, 30 мл
- 15 Криогель для лица, 45 мл
- 16 Гель-мультиуход для всех типов кожи лица с экстрактом розы  
Витамины С и Е, 100 мл
- 17 Гель-мультиуход для комбинированной кожи лица с соком  
алоэ, 100 мл
- 18 Крем-бустер гиалурон-активатор Василёк, 45 мл
- 19 Крем-гель Увлажнение Natura, 45 мл
- 20 Крем-маска Питание Natura, 45 мл
- 21 Крем от 45 лет дневной Арника и жимолость, 45 мл
- 22 Крем от 45 лет ночной Арника и жимолость, 45 мл
- 23 Крем 55 лет дневной Шлемник и морошка, 45 мл
- 24 Крем 55 лет ночной Шлемник и морошка, 45 мл
- 25 Крем от 55 лет для век Шлемник и морошка, 45 мл
- 26 Крем от 60 лет дневной Таволга и калина, 45 мл
- 27 Крем от 60 лет ночной Таволга и калина, 45 мл
- 28 Гель для умывания 3 в 1 для комбинированной кожи с  
гиалуроном и соком алоэ, 200 мл
- 29 Крем-гель для умывания 3 в 1, 200 мл
- 30 Пилинг бережный персик, 50 мл
- 31 **Скраб очищающий Абрикосовые косточки, 50 мл** **CoC\***
- 32 Скраб мягкий Малина и косточки клюквы, 50 мл
- 33 Мицеллярный гель для умывания Natura, 120 мл
- 34 Гель-масло для умывания для век и лица Natura, 100 мл
- 35 **Крем-гель для век и чувствительной кожи, 20 мл** **New\*\***
- 36 **крем-комфорт увлажнение и питание, 40 мл** **New\*\***
- 37 **Крем для лица для нормальной и комбинированной кожи  
Дневной увлажняющий, 40 мл** **CoC\***
- 38 Гиалурон-крем Василёк, 40 мл
- 39 Крем Омолаживающий, 40 мл

\* 31 Core of the Core. \*\* 35 Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

- 40 Крем для нормальной и комбинированной кожи Ночной Питательный, 40 мл
- 41 Крем увлажняющий для сухой кожи Дневной, 40 мл
- 42 Крем для сухой кожи Ночной Питательный, 40 мл
- 43 Дойпак мицеллярная вода 3 в 1, 400 мл
- 44 Мицеллярная вода для всех типов кожи 3 в 1 Цветочная, 400 мл CoC\*
- 45 Мицеллярная вода для сухой и чувствительной кожи, 400 мл New\*\*
- 46 Мицеллярная вода для всех типов кожи Natura, 400 мл
- 47 Мицеллярная вода 3 в 1 Цветочная, 100 мл
- 48 Гель для умывания для нормальной и комбинированной кожи Алое-вера, 100 мл
- 49 Пенка для умывания для всех типов кожи Ромашка, 100 мл
- 50 Лосьон для снятия макияжа с век Мягкий Хлопковое молочко, 100 мл
- 51 Молочко для снятия макияжа для любой кожи, 100 мл
- 52 Лосьон-тоник витаминный для тусклой уставшей кожи, 100 мл
- 53 Лосьон-тоник для сухой и чувствительной кожи Лепестки розы на отваре целебных трав, 100 мл
- 54 Лосьон-тоник для нормальной кожи Василек, 100 мл CoC\*
- 55 Гель-пенка для умывания все типы кожи, 160 мл
- 56 Мицеллярная вода вулканическая Идеальная Кожа, 400 мл
- 57 Пенка для умывания вулканическая Идеальная Кожа, 150 мл
- 58 Гель для умывания нежное очищение Идеальная кожа, 160 мл CoC\*
- 59 Тоник все типы кожи Гранат, 160 мл
- 60 Крем-гель для нормальной и комбинированной кожи Идеальная кожа, 45 мл
- 61 Крем-сон ночной для всех типов кожи Идеальная Кожа, 45 мл
- 62 Aqua-крем Мгновенная матовость Идеальная Кожа, 50 мл
- 63 Крем Против прыщей Идеальная Кожа, 40 мл
- 64 Вв-крем 10 в 1 Идеальная Кожа, 40 мл
- 65 Косметическое средство 5 в 1 Идеальная кожа, 120 мл
- 66 Гель для умывания глубокого действия Идеальная кожа, 100 мл
- 67 Маска Очищающая, 45 мл

31

Core of the Core. \*\*

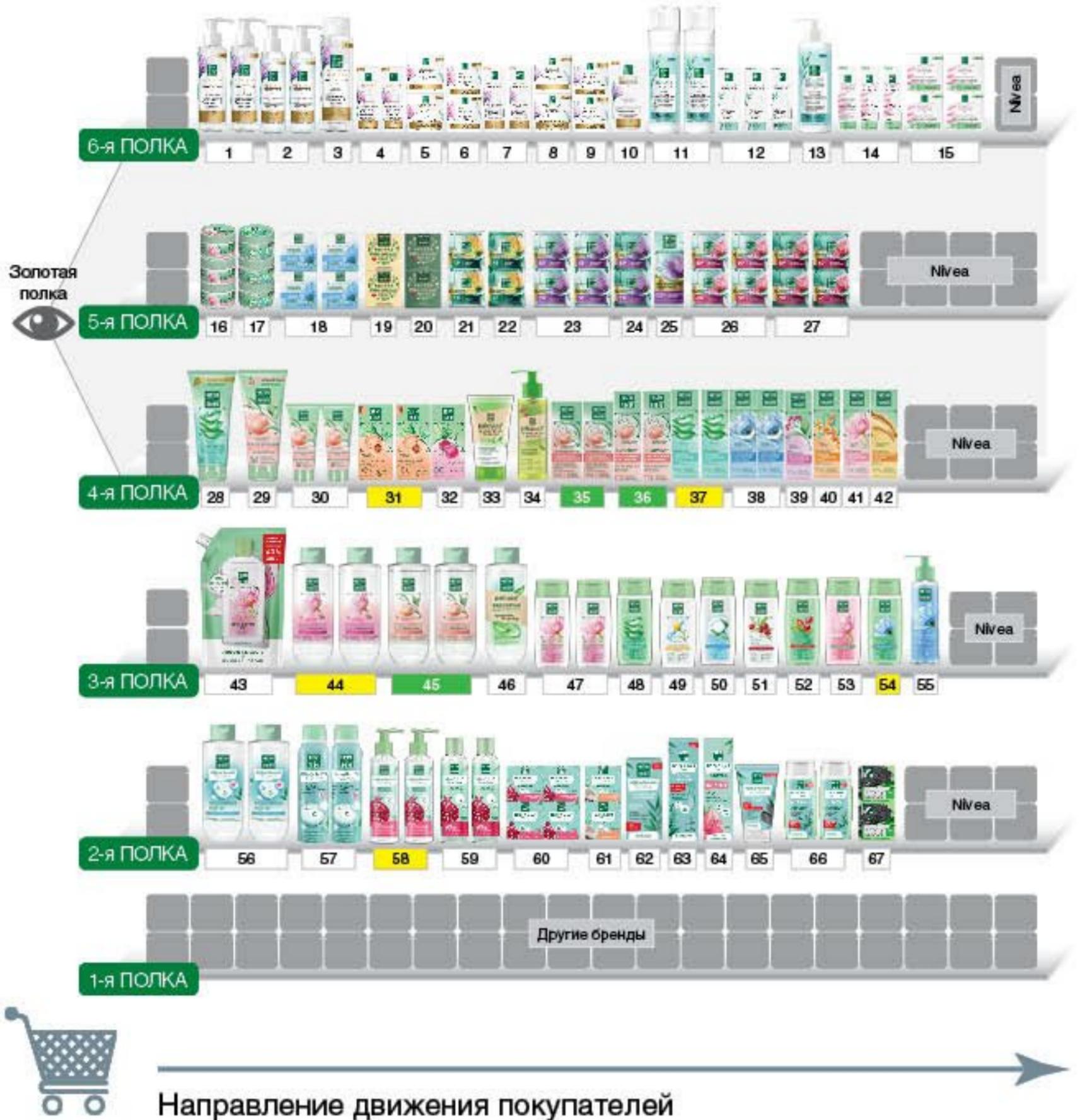
35

Новинка.



## БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 31 Core of the Core. \*\* 35 Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Более 40% ассортимента средств для лица Чистая линия (Базовое очищение 100мл, базовый уход 40 мл, и возрастные программы) должны располагаться в центре категории на Золотой полке (120-160 см от пола).
- 4** Средства для лица «Чистая Линия» рекомендуется размещать рядом с брендом Garnier.
- 5** Линейку Идеальная кожа для проблемной кожи (№ 40, 41, 43, 44, 45) при наличии выделенного сегмента «проблемная кожа» необходимо размещать в данном сегменте отдельно от остальных товаров бренда и остальных линеек Идеальная кожа, в порядке, указанном в планеграмме. По-возможности размещать на двух полках.
- 6** Средства для лица «Чистая Линия» **не рекомендуется размещать** рядом с брендами «Черный Жемчуг» и «Сто рецептов красоты».
- 7** Соблюден порядок в линейке: Гель для умывания, Эксфолиант-гоммаж, Тонер, Сыворотка, Крем для чувствительной кожи, Сыворотка, крем для комбинированной кожи, ночная маска.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 1 Гель флюид для умывания для всех типов кожи, 185 мл
- 2 Эксфолиант гоммаж для всех типов кожи, 115 мл
- 3 Тоник для всех типов кожи, 190 мл
- 4 Сыворотка для лица Д пантенол и гиаулрон, 30 мл
- 5 Крем для лица для сухой кожи, 45 мл
- 6 Рефилл\_крем для лица для сухой кожи, 45 мл
- 7 Сыворотка для лица витамин С, 30 мл
- 8 Крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл
- 9 Рефилл\_крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл
- 10 Ночная маска для лица для всех типов кожи
- 11 Пенка Против несовершенств, 190 мл
- 12 Сыворотка Против несовершенств, 30 мл

• **31** Core of the Core. • **35** Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 13 Лосьон Против несовершенств, 185 мл
- 14 Криогель-патчи, 30 мл
- 15 Криогель для лица, 45 мл
- 16 Гель-мультиуход для всех типов кожи лица с экстрактом розы  
Витамины С и Е, 100 мл
- 17 Гель-мультиуход для комбинированной кожи лица с соком  
алоэ, 100 мл
- 18 Крем-бустер гиалурон-активатор Василёк, 45 мл
- 19 Крем-гель Увлажнение Natura, 45 мл
- 20 Крем-маска Питание Natura, 45 мл
- 21 Крем от 45 лет дневной Арника и жимолость, 45 мл
- 22 Крем от 45 лет ночной Арника и жимолость, 45 мл
- 23 Крем 55 лет дневной Шлемник и морошка, 45 мл
- 24 Крем 55 лет ночной Шлемник и морошка, 45 мл
- 25 Крем от 55 лет для век Шлемник и морошка, 45 мл
- 26 Крем от 60 лет дневной Таволга и калина, 45 мл
- 27 Крем от 60 лет ночной Таволга и калина, 45 мл
- 28 Гель для умывания 3 в 1 для комбинированной кожи с  
гиалуроном и соком алоэ, 200 мл
- 29 Крем-гель для умывания 3 в 1, 200 мл
- 30 Пилинг бережный персик, 50 мл
- 31 **Скраб очищающий Абрикосовые косточки, 50 мл** **CoC\***
- 32 Скраб мягкий Малина и косточки клюквы, 50 мл
- 33 Мицеллярный гель для умывания Natura, 120 мл
- 34 Гель-масло для умывания для век и лица Natura, 100 мл
- 35 **Крем-гель для век и чувствительной кожи, 20 мл** **New\*\***
- 36 **крем-комфорт увлажнение и питание, 40 мл** **New\*\***
- 37 **Крем для лица для нормальной и комбинированной кожи  
Дневной увлажняющий, 40 мл** **CoC\***
- 38 Гиалурон-крем Василёк, 40 мл
- 39 Крем Омолаживающий, 40 мл

\* 31 Core of the Core. \*\* 35 Новинка.



# БРЕНД ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

- 40 Крем для нормальной и комбинированной кожи Ночной Питательный, 40 мл
- 41 Крем увлажняющий для сухой кожи Дневной, 40 мл
- 42 Крем для сухой кожи Ночной Питательный, 40 мл
- 43 Дойпак мицеллярная вода 3 в 1, 400 мл
- 44 Мицеллярная вода для всех типов кожи 3 в 1 Цветочная, 400 мл CoC\*
- 45 Мицеллярная вода для сухой и чувствительной кожи, 400 мл New\*\*
- 46 Мицеллярная вода для всех типов кожи Natura, 400 мл
- 47 Мицеллярная вода 3 в 1 Цветочная, 100 мл
- 48 Гель для умывания для нормальной и комбинированной кожи Алое-вера, 100 мл
- 49 Пенка для умывания для всех типов кожи Ромашка, 100 мл
- 50 Лосьон для снятия макияжа с век Мягкий Хлопковое молочко, 100 мл
- 51 Молочко для снятия макияжа для любой кожи, 100 мл
- 52 Лосьон-тоник витаминный для тусклой уставшей кожи, 100 мл
- 53 Лосьон-тоник для сухой и чувствительной кожи Лепестки розы на отваре целебных трав, 100 мл
- 54 Лосьон-тоник для нормальной кожи Василек, 100 мл CoC\*
- 55 Гель-пенка для умывания все типы кожи, 160 мл
- 56 Мицеллярная вода вулканическая Идеальная Кожа, 400 мл
- 57 Пенка для умывания вулканическая Идеальная Кожа, 150 мл
- 58 Гель для умывания нежное очищение Идеальная кожа, 160 мл CoC\*
- 59 Тоник все типы кожи Гранат, 160 мл
- 60 Крем-гель для нормальной и комбинированной кожи Идеальная кожа, 45 мл
- 61 Крем-сон ночной для всех типов кожи Идеальная Кожа, 45 мл
- 62 Aqua-крем Мгновенная матовость Идеальная Кожа, 50 мл
- 63 Крем Против прыщей Идеальная Кожа, 40 мл
- 64 Вb-крем 10 в 1 Идеальная Кожа, 40 мл
- 65 Косметическое средство 5 в 1 Идеальная кожа, 120 мл
- 66 Гель для умывания глубокого действия Идеальная кожа, 100 мл
- 67 Маска Очищающая, 45 мл

31

Core of the Core. \*\*

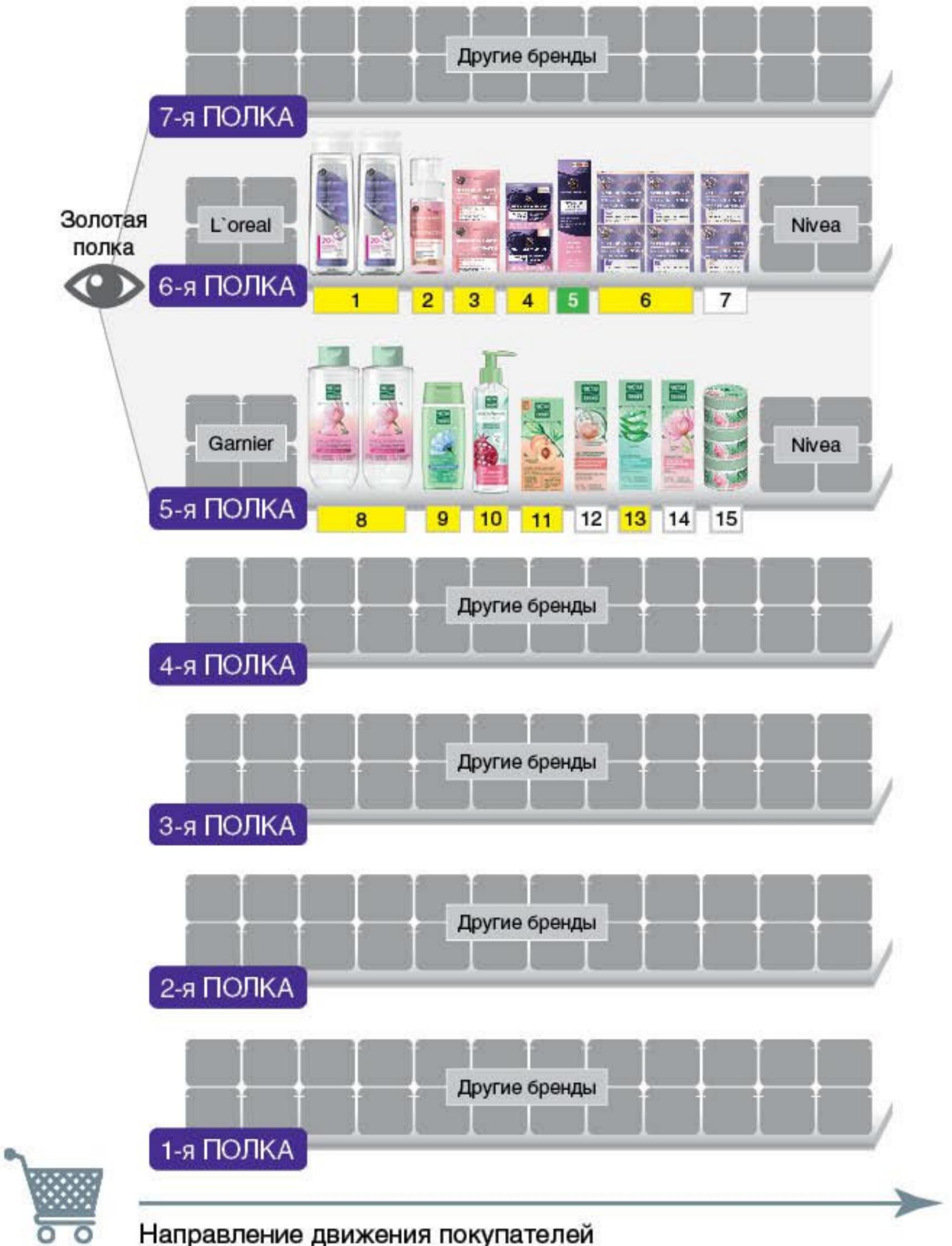
35

Новинка.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



\* 1 Core of the Core. \*\* 5 Новинка.



# БРЕНД ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ, ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

## ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

1	Мицеллярная вода для лица, век и губ Очищение и Уход, 250 мл	CoC*
2	Пенка-мусс для умывания Питание, 150 мл	CoC*
3	Крем для лица Дневной Коллаген, 46 мл	CoC*
4	Мультикрем для лица и век, 46 мл	CoC*
5	Мультикрем для лица и век легкая текстура, 40 мл	New**
6	Крем для лица Дневной от 56 лет, 50 мл	CoC*
7	Крем для лица Дневной bio-программа от 60 лет, 50 мл	

## ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

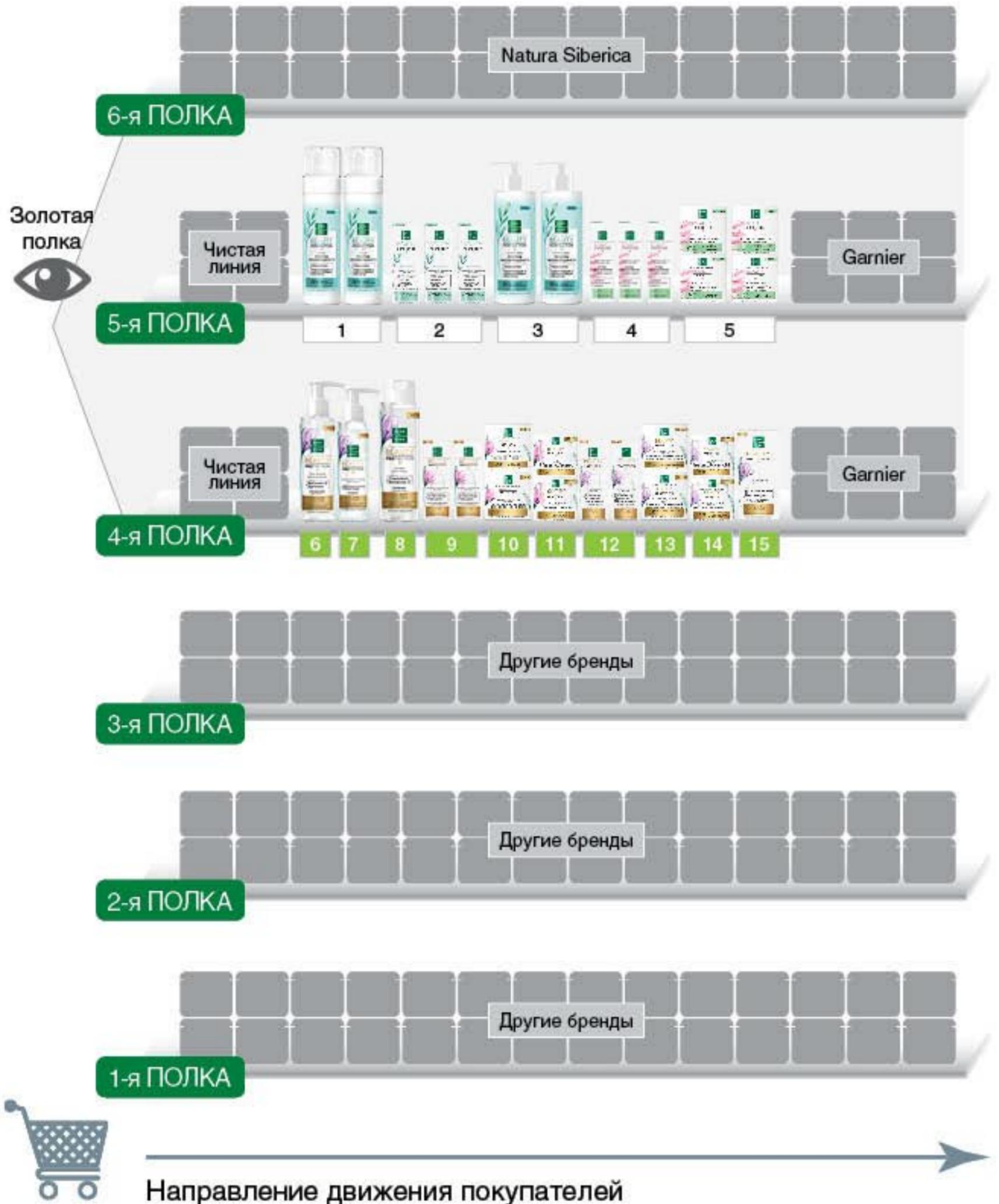
8	Мицеллярная вода для всех типов кожи 3 в 1 Цветочная, 400 мл	CoC*
9	Лосьон-тоник для нормальной кожи Василек, 100 мл	CoC*
10	Гель для умывания нежное очищение Идеальная кожа, 160 мл	CoC*
11	Скраб очищающий Абрикосовые косточки, 50 мл	CoC*
12	Крем-комфорт увлажнение и питание, 40 мл	
13	Крем для лица Дневной для нормальной и комбинированной кожи увлажняющий, 40 мл	CoC*
14	Крем для лица Дневной увлажняющий для сухой кожи, 40 мл	
15	Крем-мультиуход Для всех типов кожи лица с экстрактом розы витамины С и Е, 100 мл	

\* 1 Core of the Core. \*\* 5 Новинка.



# БРЕНД «ЧИСТАЯ ЛИНИЯ» PURE LINE

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



6

TOP NPD.



# БРЕНД «ЧИСТАЯ ЛИНИЯ» PURE LINE

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**. Гель для умывания, Гоммаж эксфолиант, Крем и сыворотка для чувствительной кожи.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренды соседи: Nivea, Garnier, Natura Siberica.
- 4** Размещение строго на золотой полке.
- 5** Соблюдён порядок в линейке: Гель для умывания, Эксфолиант-гоммаж, Тонер, Сыворотка, Крем и рефилл для чувствительной кожи, Сыворотка, крем и рефилл для комбинированной кожи, ночная маска.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

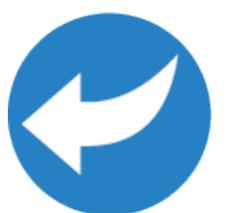
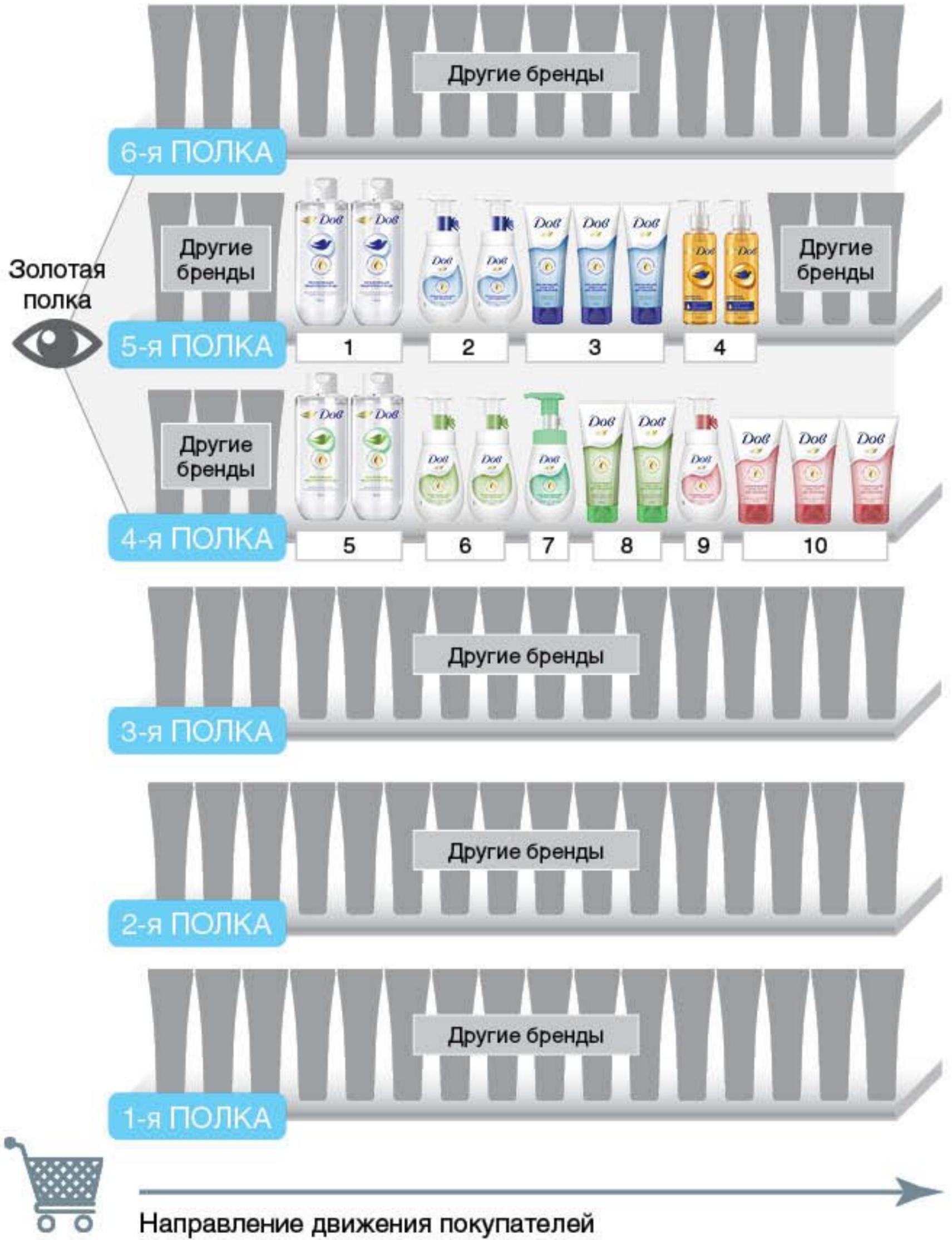
- 1 Пенка Против несовершенств, 190 мл
- 2 Сыворотка Против несовершенств, 30 мл
- 3 Лосьон Против несовершенств, 185 мл
- 4 Криогель-патчи, 30 мл
- 5 Криогель для лица, 45 мл

6	Гель флюид для умывания для всех типов кожи, 185 мл	Top NPD*
7	Эксфолиант гоммаж для всех типов кожи, 115 мл	Top NPD*
8	Тоник для всех типов кожи, 190 мл	Top NPD*
9	Сыворотка для лица Д пантенол и гиаулрон, 30 мл	Top NPD*
10	Крем для лица для сухой кожи, 45 мл	Top NPD*
11	Рефилл_крем для лица для сухой кожи, 45 мл	Top NPD*
12	Сыворотка для лица витамин С, 30 мл	Top NPD*
13	Крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл	Top NPD*
14	Рефилл_крем для лица для комбинированной кожи, 45 мл	Top NPD*
15	Ночная маска для лица для всех типов кожи	Top NPD*



# БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Очищающие средства для лица Дав рекомендуется размещать рядом с брендом Nivea на Золотой полке на уровне глаз (120–160 см от пола).
- 2** Не допускается размещение бренда рядом с брендами эконом- и среднеценового сегмента. НЕ допускается размещение рядом с брендами «Чистая Линия» и «Черный Жемчуг».
- 3** Для лучшей представленности бренда рекомендуется дублировать каждую позицию, это позволит сформировать видимый бренд-блок на полке.
- 4** Не размещать ниже третьей полки.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1** Мицеллярная вода Увлажняющая, 400 мл
- 2** Мусс пенка для умывания Увлажнение, 160 мл
- 3** Крем-гель Увлажняющий лимитированная коллекция, 120 мл
- 4** Мицеллярный гель с маслами, 120 мл
- 5** Мицеллярная вода Матирующая, 400 мл
- 6** Мусс пенка для умывания Матирующий, 160 мл
- 7** Мусс пенка для умывания для проблемной кожи, 160 мл
- 8** Крем-гель Матирующий, 120 мл
- 9** Мусс пенка для умывания Ухаживающий, 160 мл
- 10** Крем-гель для умывания Ухаживающий, 50 мл



# БРЕНД СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



# БРЕНД СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Ключевые линейки в ассортименте рекомендуется размещать на уровне вытянутой руки (60–140 см от пола).
- 2** Средства для лица «Сто рецептов красоты» **НЕ** рекомендуется размещать рядом с брендами «Чистая Линия» и «Черный Жемчуг».
- 3** Средства по уходу за телом и руками «Сто рецептов красоты» необходимо располагать не ниже уровня вытянутой руки (60–140 см от пола).
- 4** Средства по уходу за телом и руками «Сто рецептов красоты» рекомендуется располагать единым блоком.
- 5** Кремы для ног «Сто рецептов красоты» необходимо размещать в сегменте «Уход за ногами».

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1** Крем для лица Источник увлажнения Комплексный, 50 мл
- 2** Крем для лица Лифтинг и питание дневной, 50 мл
- 3** Крем для лица Лифтинг и питание ночной, 50 мл
- 4** Крем для век Лифтинг и питание, 20 мл
- 5** Тоник для лица Освежающий с соком Алоэ, 250 мл
- 6** Пенка для лица Увлажнение, 100 мл
- 7** Крем для ног Смягчающий с тыквой, 80 мл
- 8** Крем для рук Велюр, 70 мл
- 9** Крем для рук Каре, 70 мл



# МАСКИ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 5 Новинка. \*\* 10 Core of the Core.



# МАСКИ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.
- 2 В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

### ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

- 1 Маска тканевая для лица, подбородка и шеи Лифтинг-Эффект
- 2 Маска тканевая для лица Гиалурон Филлер-Эффект
- 3 Маска тканевая для лица Увлажнение
- 4 Маска тканевая для лица Питание и омоложение Mezocare

### ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

- |    |  |       |
|----|--|-------|
| 5  | Маска тканевая Восстановление и увлажнение для всех типов кожи   | New*  |
| 6  | Маска тканевая Идеальная Кожа Освежающая                         |       |
| 7  | Маска тканевая гиалурон-активатор все типы кожи Василёк          |       |
| 8  | Маска тканевая Фитосалон Увлажняющая                             |       |
| 9  | Маска тканевая Преображающая                                     |       |
| 10 | Маска тканевая Идеальная кожа Ультра-увлажнение и восстановление | CoC** |
| 11 | Маска тканевая Обновление Детокс с углем и маслом чайного дерева |       |

\* 5 Новинка. \*\* 10 Core of the Core.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Средства по уходу за телом» включает в себя средства для тела, рук, ног, универсальные кремы:

Бархатные ручки.....	более 2%
Чистая Линия .....	более 8%
Дав .....	более 6%
Черный Жемчуг .....	более 1%
Сто рецептов красоты.....	более 3%
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 20%</b>

Категория «Средства по уходу за кожей рук»:

Бархатные ручки.....	более 53%
Чистая Линия .....	более 6%
Сто рецептов красоты.....	более 3%
Дав .....	более 3%
<b>Доля брендов ЮниРусь .....</b>	<b>более 65%</b>



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

- 1 Выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более.
- 2 Бархатные ручки – в центре категории и на уровне глаз.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Чистая Линия » Garnier, EVO

Дав » Nivea

Бархатные ручки » Nivea

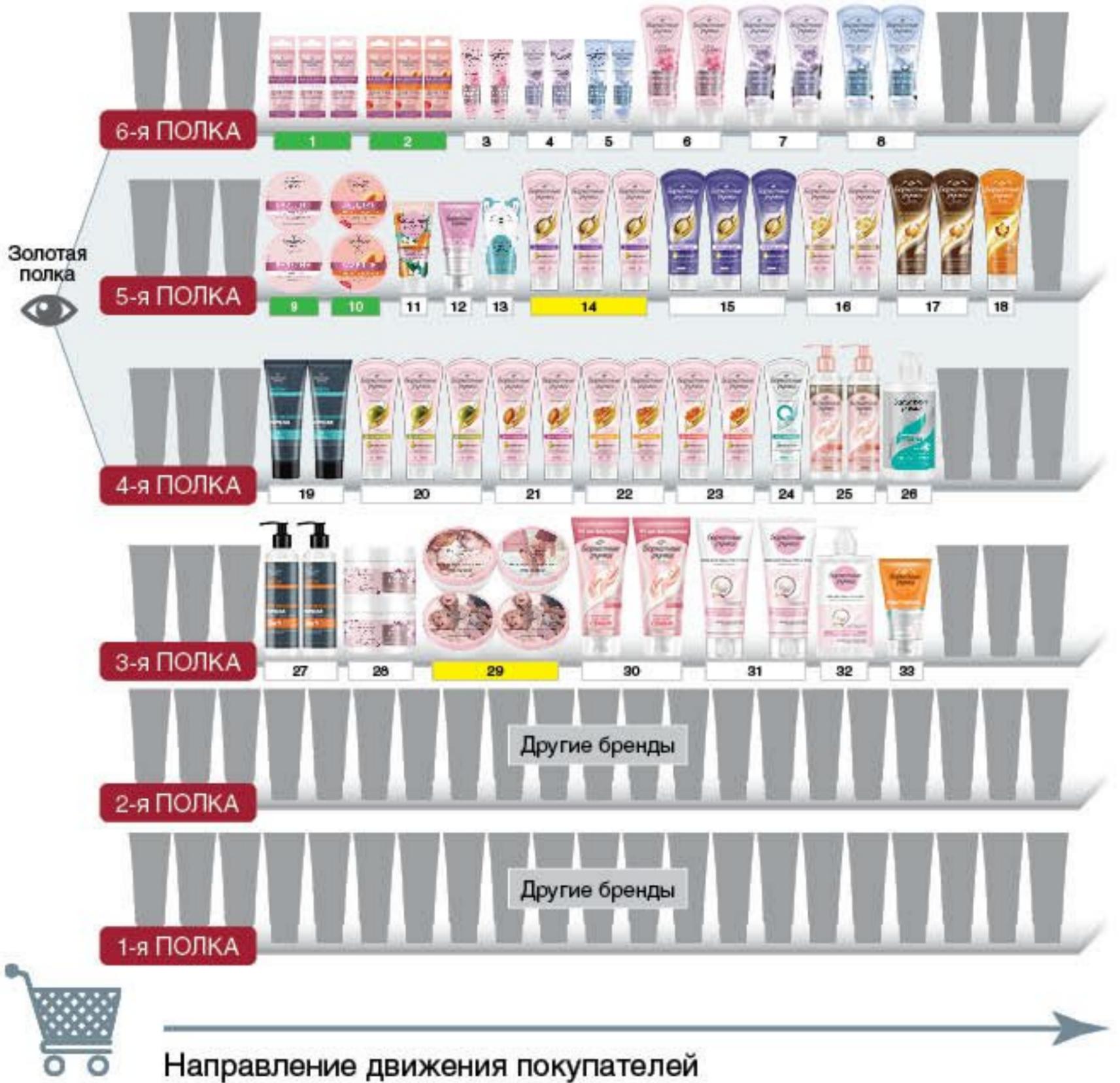
Черный Жемчуг » EVO

Сто рецептов красоты » Рецепты бабушки Агафьи



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 1 Новинка. \*\* 14 Core of the Core.



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Кремы для рук «Бархатные ручки» должны занимать не менее 53 % доли полочного пространства категории «Кремы для рук» и должны располагаться в центре категории на уровне 120–160 см от пола.
- 4** Профессиональную (Маникюр, SOS) и Эмоциональную серии (Королевская аргана, Роскошь макадамии) рекомендуется ставить выше основной линейки кремов для рук «Бархатные ручки».

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Вазелин для губ и кутикулы без отдушки, 15 мл	New*
2	Вазелин для губ и кутикулы с маслом персика, 15 мл	New*
3	Крем для рук Питание мини формат, 30 мл	
4	Крем-мусс для рук Смягчение мини формат, 30 мл	
5	Крем-флюид для рук Увлажнение мини формат, 30 мл	
6	Крем для рук Питание, 80 мл	
7	Крем-мусс для рук Смягчение, 80 мл	
8	Крем-флюид для рук Увлажнение, 80 мл	
9	Вазелин косметический без отдушки, 50 мл	New*
10	Вазелин косметический с маслом персика, 50 мл	New*
11	Крем для рук Питание и уход с цветочно-фруктовым ароматом, 45 мл	
12	Крем-бальзам для рук SOS восстановление, 45 мл	
13	Крем для рук Основной уход с Ушками, 45мл	
14	Крем для рук Питательный, 80 мл	CoC**
15	Крем для рук Ночной Питательный, 80 мл	
16	Крем для рук и ногтей Комплексный, 80 мл	
17	Крем для рук насыщенный Роскошь макадамии, 80 мл	
18	Крем для рук Королевская аргана, 80 мл	
19	Крем Мужской уход 3 в 1, 160 мл	

\* 1 Новинка. \*\* 14 Core of the Core.



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

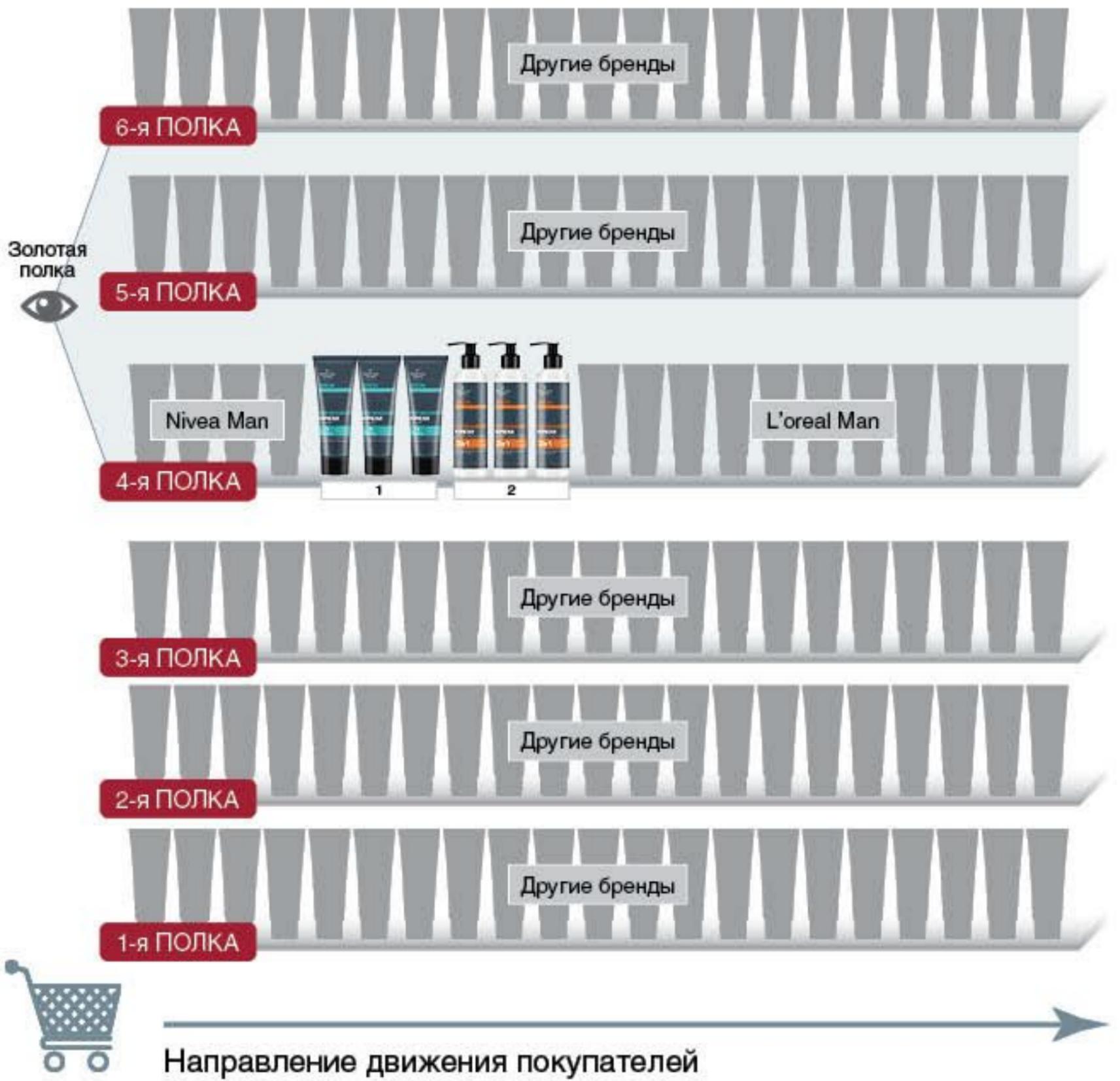
- 20 Крем для рук и ногтей Увлажняющий, 80 мл
- 21 Крем для рук Смягчающий, 80 мл
- 22 Крем для рук Защитный, 80 мл
- 23 Крем для рук Регенерирующий, 80 мл
- 24 Крем для рук Без запаха, 72 мл
- 25 Крем-лосьон для рук и ногтей Питательный Прикосновение нежности, 160 мл
- 26 Лосьон-концентрат Маникюрный уход, 430 мл
- 27 Крем Мужской уход 3 в 1, 160 мл
- 28 Крем-масло для рук и тела питание, 300 мл
- 29 Крем для рук Универсальный для всей семьи, 150 мл CoC™
- 30 Крем -уход для рук для семьи Без запаха, 200 мл
- 31 Крем для рук и тела универсальный Питание и увлажнение для всей семьи, 430 мл
- 32 Крем для рук и тела универсальный Питание и увлажнение для всей семьи, 200 мл
- 33 Крем-лосьон Пантенол, 120 мл

• 1 Новинка. • 14 Core of the Core.



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



# БРЕНД БАРХАТНЫЕ РУЧКИ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Кремы для рук «Бархатные ручки» должны занимать не менее 53 % доли полочного пространства категории «Кремы для рук» и должны располагаться в центре категории на уровне 120–160 см от пола.
- 4** Профессиональную (Маникюр, SOS) и Эмоциональную серии (Королевская аргана, Роскошь макадами) рекомендуется ставить выше основной линейки кремов для рук «Бархатные ручки».

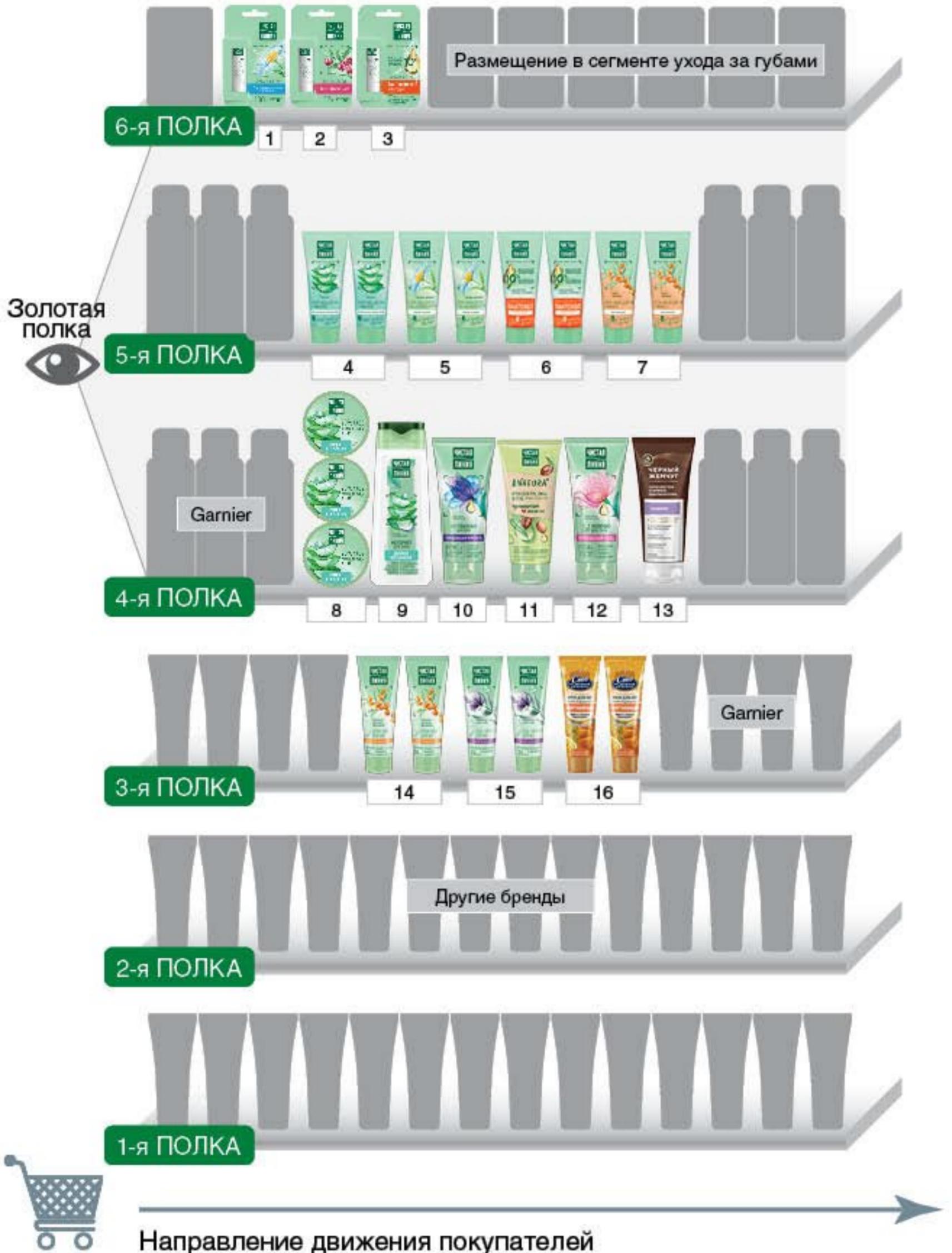
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1** Крем Мужской уход, 80 мл
- 2** Крем Мужской уход 3 в 1, 160 мл



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ, СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНДЫ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ, СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ

## КРІ БРЕНДА

- 1** Средства по уходу за телом и руками «Чистая Линия», «Черный жемчуг» необходимо располагать на золотой полке или на уровне вытянутой руки (60–140 см от пола).
- 2** Средства по уходу за телом и руками «Чистая Линия», «Черный жемчуг» рекомендуется располагать единым блоком.
- 3** Средства по уходу за телом и руками «Чистая Линия», «Черный жемчуг» рекомендуется располагать рядом с брендом Garnier.
- 4** Кремы для ног «Чистая Линия», «Сто рецептов красоты» необходимо размещать в сегменте «Уход за ногами».

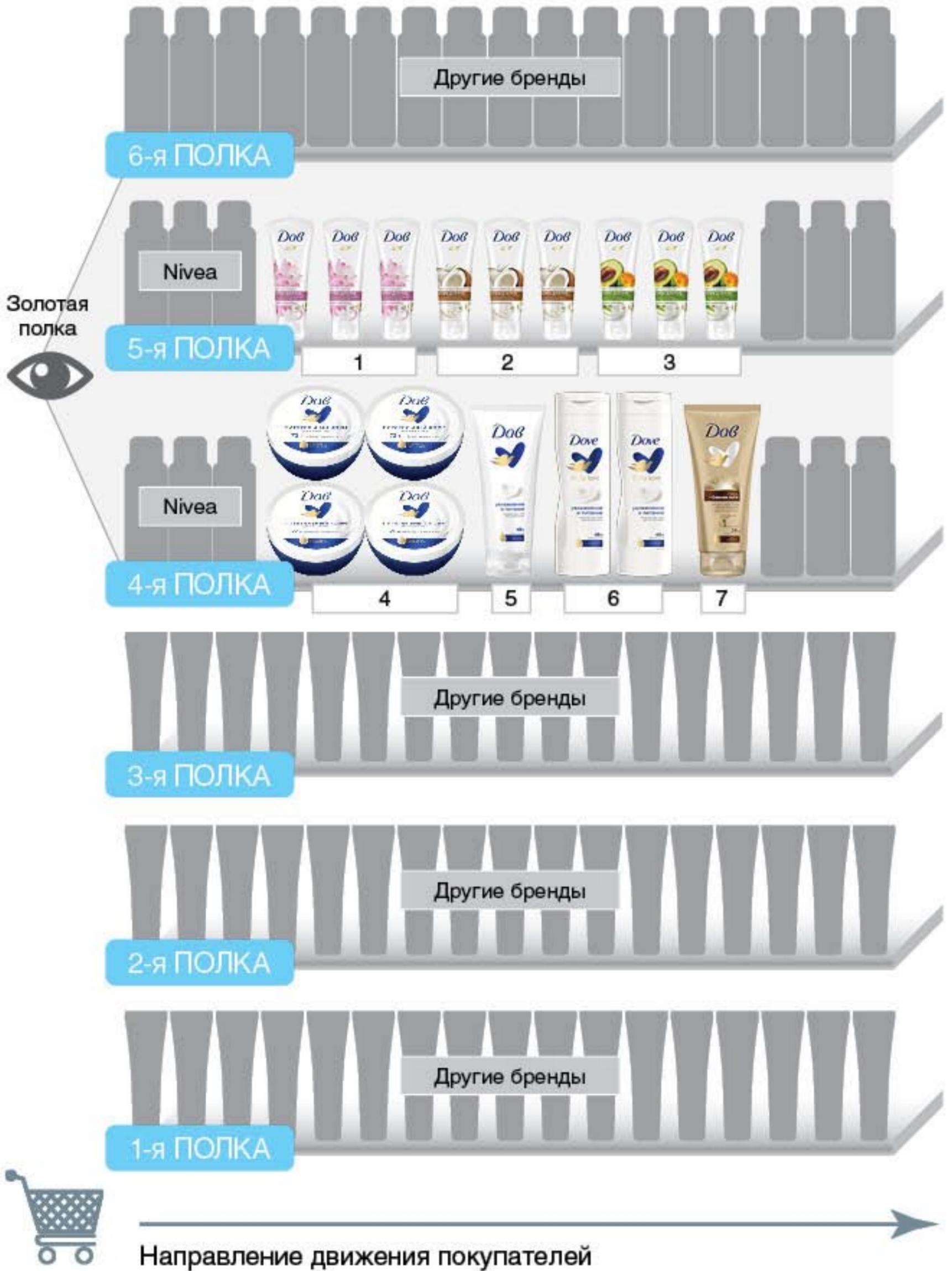
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1** Бальзам для губ «Чистая Линия» 3 в 1 Питание и увлажнение, 4 г
- 2** Бальзам для губ «Чистая Линия» Против обветривания Брусника, 4 г
- 3** Бальзам для губ «Чистая Линия» Фитопантенол, 4 г
- 4** Крем-уход «Чистая Линия» Интенсивное увлажнение Сок алоэ, 75 мл
- 5** Крем-уход «Чистая Линия» Нежное питание ромашка, 75 мл
- 6** Крем «Чистая Линия» Фитопантенол Защита и уход Календула, 75 мл
- 7** Крем-масло «Чистая Линия» для рук и ногтей Комплексный, 75 мл
- 8** Крем для лица и тела «Чистая Линия» Питание и увлажнение, 50 мл
- 9** Воздушное молочко «Чистая Линия» Двойное увлажнение Медуница и Таволга, 250 мл
- 10** Фитобальзам «Чистая Линия» Повышающий упругость, 200мл
- 11** Универсальный крем для рук лица тела «Чистая Линия» Natura, 200 мл
- 12** Молочко для тела «Чистая Линия» Роскошный уход 2 в 1, 200 мл
- 13** Скраб для тела «Чёрный Жемчуг» Идеальная кожа Кофейный, 200 мл
- 14** Крем-уход для ног «Чистая Линия» Интенсивное питание, 75 мл
- 15** Гель-свежесть для ног «Чистая Линия» Снятие усталости, 75 мл
- 16** Крем для ног «Сто рецептов красоты» Смягчающий с тыквой, 80 мл



# БРЕНД ДАВ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД ДАВ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Средства по уходу за телом и руками Дав рекомендуется располагать единым блоком рядом с брендом Nivea.
- 2 Крем Питательный (150 мл) и Лосьон для тела Сияние лета для нормальной и смуглой кожи (250 мл) должны располагаться на золотой полке.
- 3 Все новинки бренда должны располагаться слева от самых продаваемых товаров.
- 4 Бренд не должен располагаться на двух нижних полках.

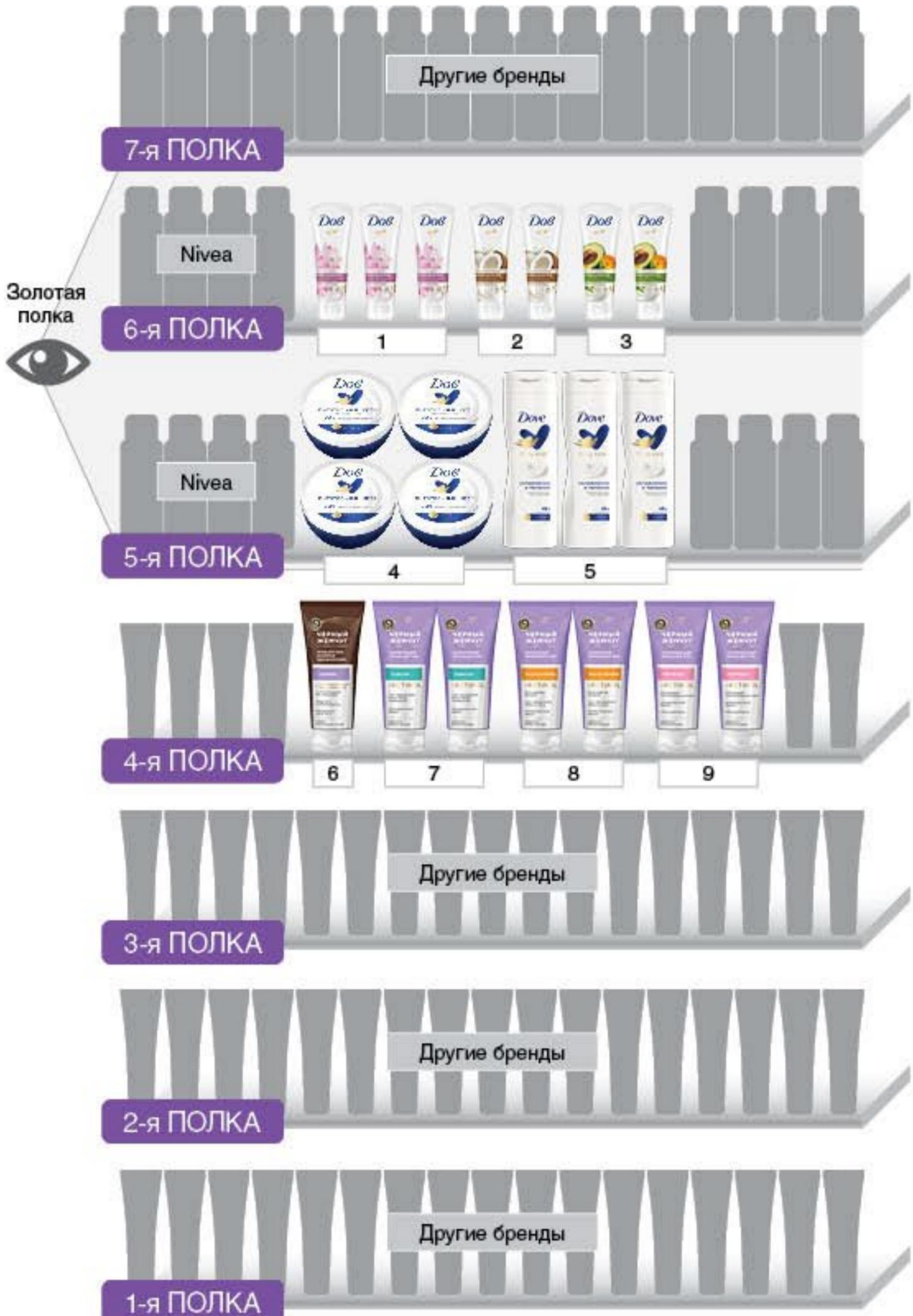
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Крем для рук Экстракт лотоса и рисовое молочко, 75 мл
- 2 Крем для рук Кокосовое масло и миндальное молочко, 75 мл
- 3 Крем для рук Масло авокадо и экстракт календулы, 75 мл
- 4 Крем Питательный, 150 мл
- 5 Молочко для тела Увлажнение и питание, 200 мл
- 6 Молочко для тела Увлажнение и питание, 250 мл
- 7 Лосьон для тела с эффектом автозагара Сияние Лета, 200 мл



# БРЕНДЫ ДАВ И ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



Направление движения покупателей



# БРЕНДЫ ДАВ И ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

## КРИ БРЕНДА

- 1** Средства по уходу за телом и руками Дав, «Черный жемчуг» рекомендуется располагать единым блоком рядом с брендом Nivea.
- 2** Крем Питательный (150 мл) и Лосьон для тела Сияние лета для нормальной и смуглой кожи (250 мл) должны располагаться на золотой полке.
- 3** Все новинки бренда должны располагаться слева от самых продаваемых товаров.
- 4** Бренд не должен располагаться на двух нижних полках.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

### ДАВ

- 1 Крем для рук Экстракт лотоса и рисовое молочко, 75 мл
- 2 Крем для рук Кокосовое масло и миндальное молочко, 75 мл
- 3 Крем для рук Масло авокадо и экстракт календулы, 75 мл
- 4 Крем Питательный, 150 мл
- 5 Молочко для тела Увлажнение и питание, 250 мл

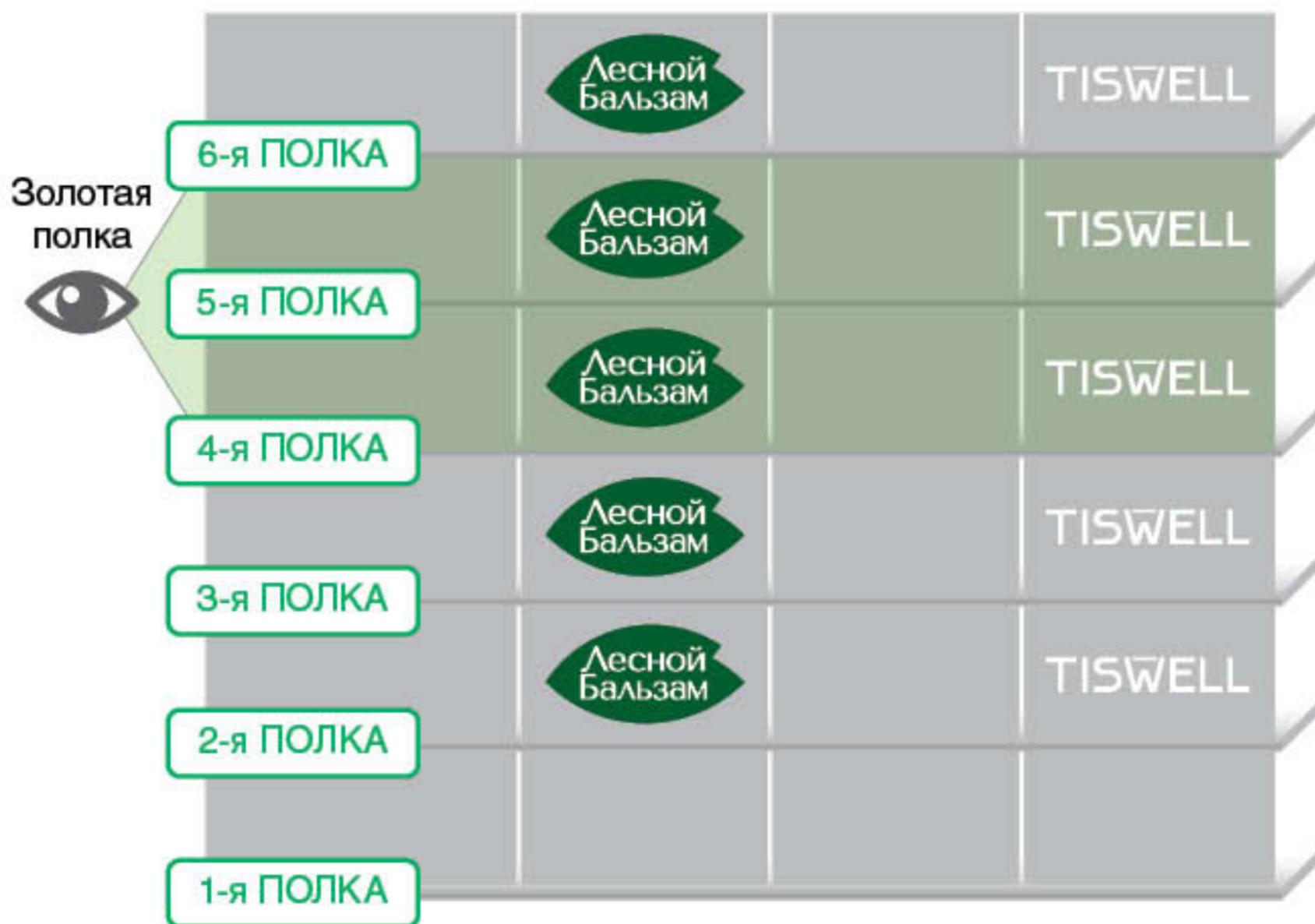
### ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

- 6 Скраб для тела Идеальная кожа Кофейный, 200 мл
- 7 Лосьон для тела Увлажнение Сквалан, 200 мл
- 8 Бальзам для тела Интенсивное питание Масло карамбе, 200 мл
- 9 Лосьон для тела Чувствительная кожа Пантенол, 200 мл



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



Выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более.



Направление движения покупателей

## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Сегмент «Ополаскиватели для полости рта»:

Лесной Бальзам ополаскиватели для полости рта ..... более 32%

Tiswell ополаскиватели для полости рта ..... более 3%

Доля брендов Юнирუსь ..... более 35%

Сегмент «Зубные пасты»:

Лесной Бальзам зубные пасты ..... более 5%

Tiswell зубные пасты ..... более 3%

Доля брендов Юнирусь ..... более 8%



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРИ КАТЕГОРИИ)

- 1** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками. Бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки. Не приемлемо размещение на нижней полке.
- 2** Зубные пасты, ополаскиватели, зубные щетки брендов ЮниРусь размещаются в соответствующих категориях, согласно выкладке магазина. При расположении категорий рядом рекомендуется расположение единым бренд-блоком для увеличения заметности бренда на полке и стимулирования импульсных покупок. При расположении категорий в отдельных блоках рекомендуется дублирование выкладки ополаскивателей (CoC SKU) в категории зубных паст, в том числе с помощью оборудования дисплеев-паразитов.
- 3** Детский ассортимент брендов «Лесной бальзам» и Tiswell необходимо размещать в детской категории вместе с детскими пастами/ополаскивателями конкурентов, при отсутствии отдельной детской категории в сети, размещать в общих выкладках бренда.
- 4** Новинки следует размещать на лучших полках рядом с самыми востребованными товарами – это сделает их более заметными, а дополнительное выделение новинок POS-материалами увеличит внимание к ним покупателей.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Зубные пасты «Лесной Бальзам» » Colgate, «Новый жемчуг»

Ополаскиватели «Лесной Бальзам» » Colgate

Зубные щетки «Лесной Бальзам» » Colgate

Зубные пасты Tiswell » R.O.C.S., Sensodyne

Ополаскиватели Tiswell » R.O.C.S., Lacalut, President

Зубные щетки Tiswell » R.O.C.S., President, Splat

Пенки Tiswell » Splat

Зубные нити Tiswell » Oral-B, Splat



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



\* 3 Core of the Core. \*\* 20 Новинка.



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Ополаскиватель с органическими маслами и алоэ, 250 мл	
2	Ополаскиватель с маслом кедровых орешков и экстрактом шалфея на отваре трав, 250 мл	
3	Ополаскиватель с корой дуба против кровоточивости десен, 250 мл	CoC*
4	Ополаскиватель Тройной эффект с алоэ и белым чаем, 250 мл	CoC*
5	Ополаскиватель Кора дуба, экстракт пихты, 400 мл	CoC*
6	Ополаскиватель с маслом кедровых орешков и экстрактом шалфея на отваре трав, 400 мл	
7	Ополаскиватель Тотал эффект 7в1, 400 мл	
8	Ополаскиватель с мандарином лаймом и мятой, 400 мл	
9	Ополаскиватель с липой и бергамотом, 400 мл	
10	Ополаскиватель с экстрактом ромашки и березовым соком на отваре трав, 400 мл	
11	Ополаскиватель Тотал комплекс Таёжные ягоды, 400 мл	
12	Ополаскиватель Комплексный имбирь и матча, 400 мл	
13	Ополаскиватель Природная свежесть, 400 мл	CoC*
14	Ополаскиватель Мята и лесные травы на отваре трав, 400 мл	
15	Ополаскиватель на отваре трав Форте Актив, 400 мл	
16	Ополаскиватель для чувствительных зубов и десен, 400 мл	
17	Ополаскиватель Для укрепления и антибактериальной защиты с корой дуба, 800 мл	
18	Ополаскиватель Антбактериальная защита с маслом черного Дерева и эвкалипта, 800 мл	
19	Ополаскиватель Тотал комплекс морская соль экстракт имбиря и чай матча, 800 мл	
20	Ополаскиватель Тотал комплекс с морской солью, экстрактом ромашки и маслом облепихи, 800 мл	New**
21	Ополаскиватель со вкусом мандарина лайма и мяты, 800 мл	New**

\* 3 Core of the Core. \*\* 20 Новинка.



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

22	Ополаскиватель для дёсен с маслом кедровых орешков и экстрактом шалфея на отваре трав, 800 мл	New**
23	Ополаскиватель для десен форте, 800 мл	New**
24	Ополаскиватель на отваре трав с мятой и экстрактами лесных трав дойпак, 800 мл	
25	Ополаскиватель с экстрактом коры дуба и пихты на отваре трав дойпак, 800 мл	
26	Ополаскиватель Природная Свежесть дойпак, 400 мл	

\* 3 Core of the Core. \*\* 20 Новинка.



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В

Lacalut, Parodontax, Sensodyne

6-я ПОЛКА

1

Золотая полка



5-я ПОЛКА

2

3

4

5

6

7

8

9

4-я ПОЛКА

10

11

12

13

14

Colgate

15

3-я ПОЛКА

16

17

18

19

20

Colgate

Новый Жемчуг, Пародонтол, Фтородент, СТМ

2-я ПОЛКА

Новый Жемчуг, Пародонтол, Фтородент, СТМ

1-я ПОЛКА



Направление движения покупателей

• 9 Core of the Core.



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

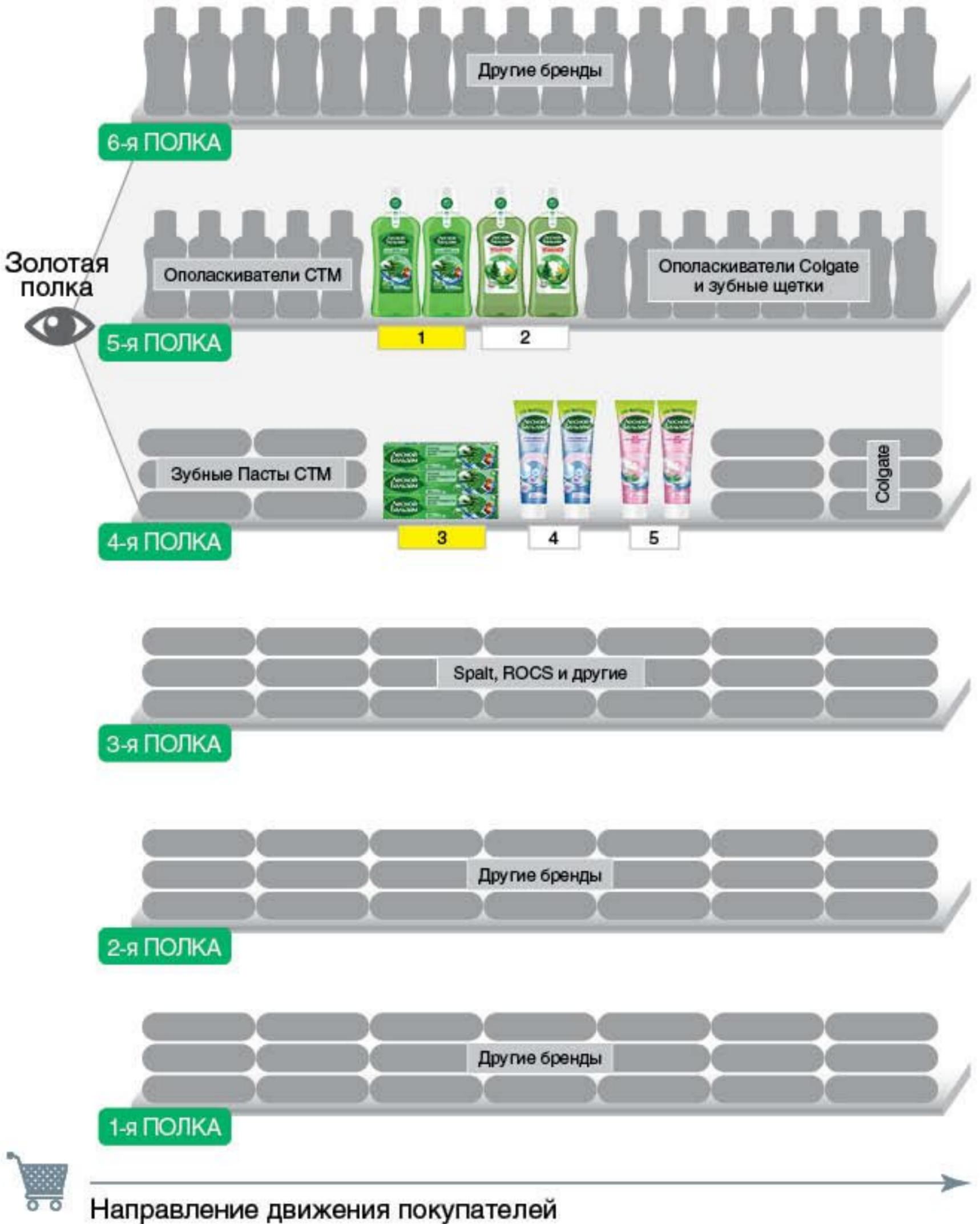
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

- 1 Зубная паста EDLP отбеливание, 113 г
- 2 Зубная паста Sensitive для чувствительных зубов и дёсен, 113 г
- 3 Зубная паста Комплекс кора дуба, можжевельник, хвойные смолы, 150 г
- 4 Зубная паста Комплекс с Морской солью, имбирем и чаем матча, 150 г
- 5 Зубная паста Комплекс Отбеливание морской солью и лимоном, 150 г
- 6 Зубная паста Тотал комплекс Отбеливающая мята, 290 г
- 7 Зубная паста Тотал комплекс морская соль, 290 г
- 8 Зубная паста Тотал комплекс антиналётное действие, гранат, 290 г
- 9 Зубная паста Тройной эффект с ромашкой и облепихой, 75 г CoC\*
- 10 Зубная паста с экстрактом алоэ-вера и белого чая, 75 г
- 11 Зубная паста тотал комплекс двойная мята на отваре трав, 75 г
- 12 Зубная паста Форте Актив, 75 г
- 13 Зубная паста с гидроксиапатитом Sensitive, 75 г
- 14 Зубная паста с корой дуба при кровоточивости десен, 50 г
- 15 Зубная паста с корой дуба при кровоточивости десен, 75 г CoC\*
- 16 Зубная паста с шалфеем и алоэ против воспаления десен, 75 г
- 17 Зубная паста с прополисом для здоровья десен, 75 г
- 18 Зубная паста с органическими маслами углём и кальцием, 75 г
- 19 Зубная паста с органическими маслами и алоэ, 75 г
- 20 Зубная паста Ночная, 75 г



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



• 1 Core of the Core.



# БРЕНД ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ  
В МАГАЗИНАХ У ДОМА

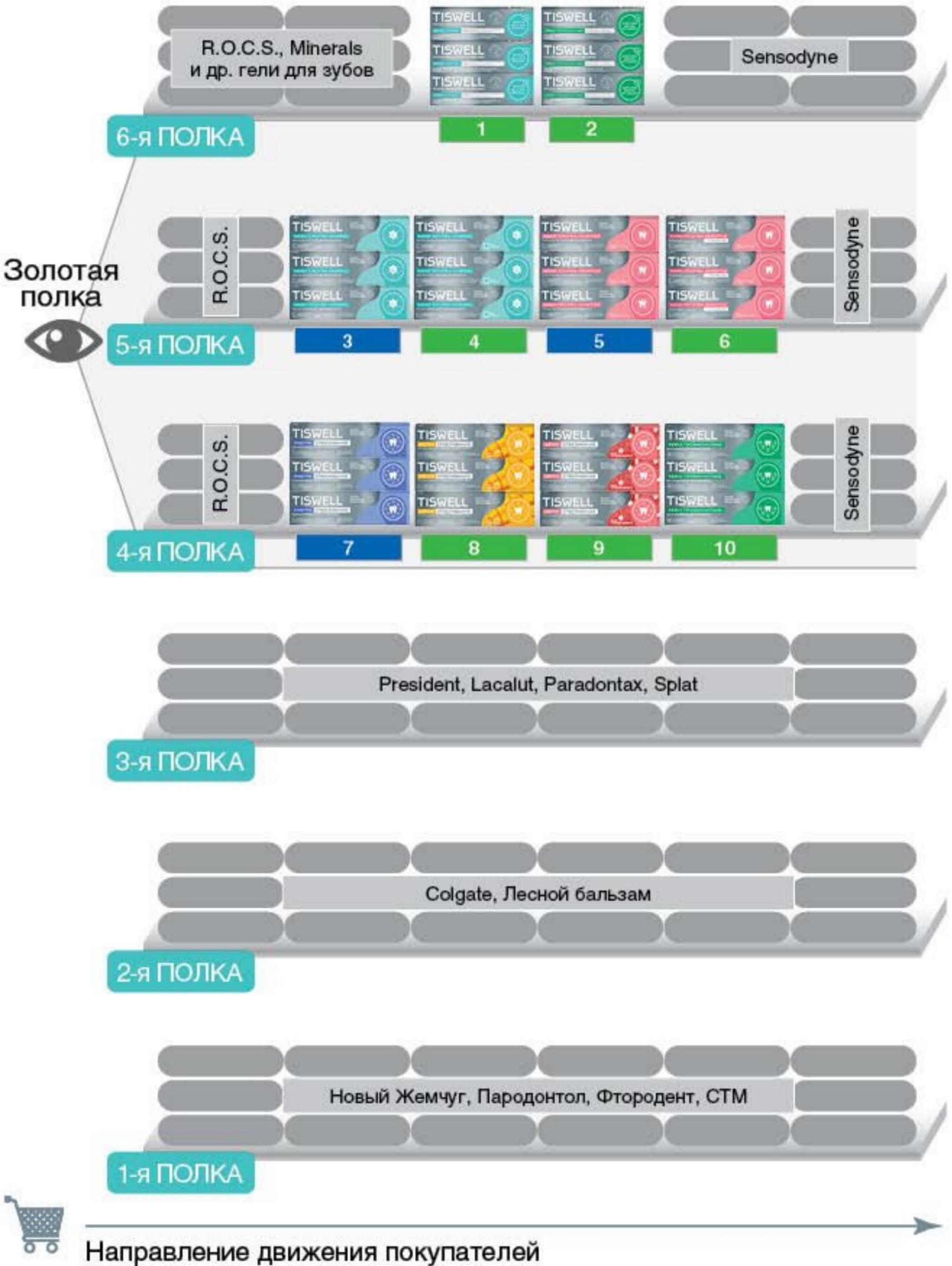
1	Ополаскиватель Кора дуба, экстракт пихты, 400 мл	CoC*
2	Ополаскиватель для полости рта Форте актив, 400 мл	
3	Зубная паста с экстрактом коры дуба и пихты на отваре трав, 75 мл	CoC*
4	Зубная паста EDLP отбеливание, 113 г	
5	Зубная паста Sensitive для чувствительных зубов и дёсен, 113 г	

1 Core of the Core.



## БРЕНД TISWELL

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* 1 Новинка. \*\* 3 Двойной фэйсинг.



## БРЕНД TISWELL

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

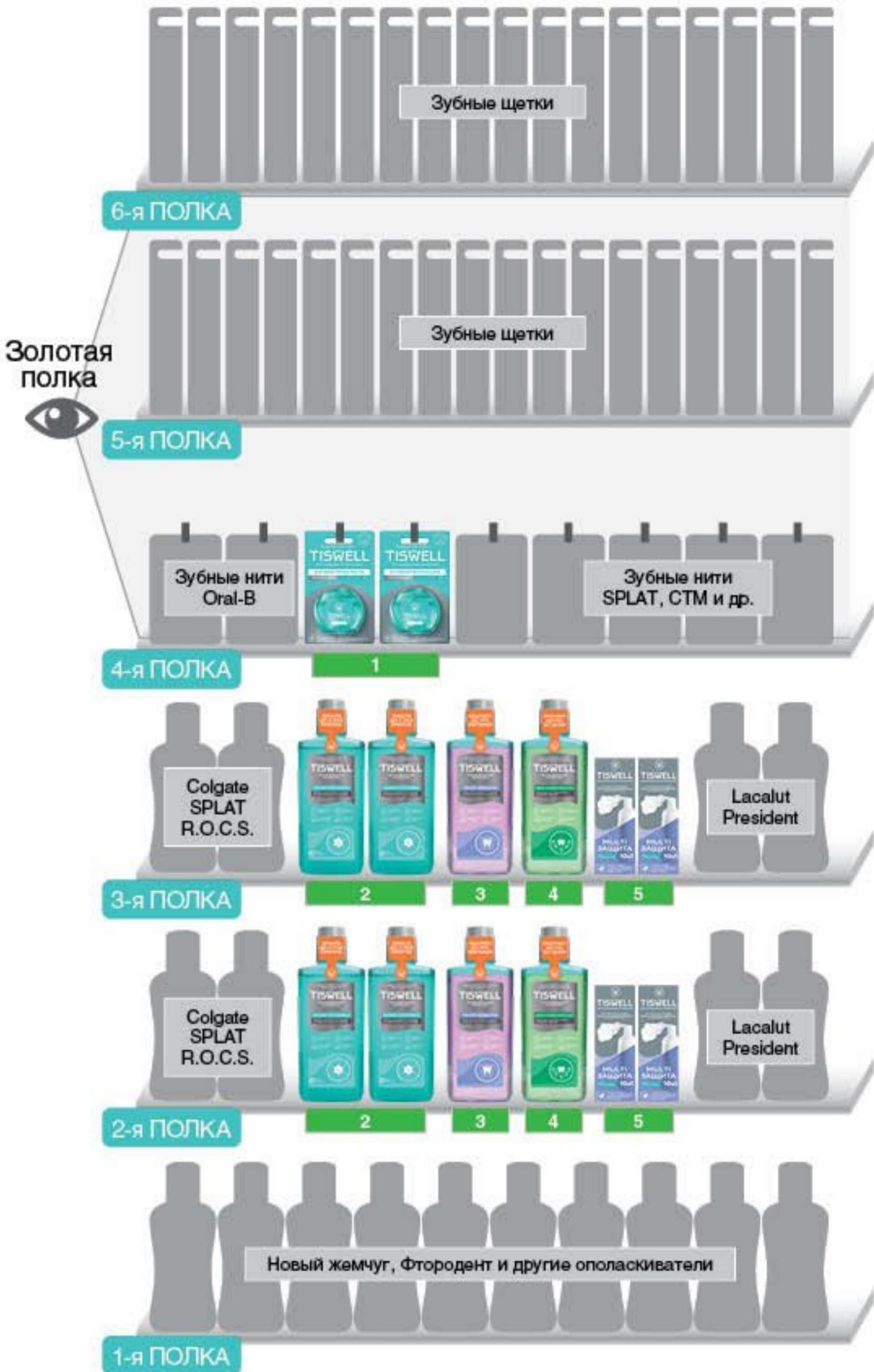
1	Гель для зубов Реминерализующий с наногидроксиапатитом для всей семьи, 40 мл	New*
2	Гель для зубов Реминерализующий с троксерутином для всей семьи, 40 мл	New*
3	Зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом, 110 г	x2**
4	Зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом без фтора, 110 г	New*
5	Зубная паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом для чувствительных зубов, 110 г	x2**
6	Зубная паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом для чувствительных зубов Отбеливание, 110 г	New*
7	Зубная паста Энзимная отбеливающая с кальцием, 110 г	x2**
8	Зубная паста Энзимная отбеливающая с каолином вкус манго, 110 г	New*
9	Зубная паста Энзимная отбеливающая с каолином вкус грейпфрута, 110 г	New*
10	Зубная паста для поддержания здоровья десен с троксерутином и гиалуроном, 110 г	New*

\* 1 Новинка. \*\* 3 Двойной фэйсинг.



# БРЕНД TISWELL

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&В



Направление движения покупателей →

• 1 Новинка.



## БРЕНД TISWELL

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

1	Зубная нить воощеная с мятным вкусом, 1 шт	New*
2	Ополаскиватель для полости рта Реминерализующий с наногидроксипатитом для всей семьи, 500 мл	New*
3	Ополаскиватель для полости рта Мицеллярный защита от бактерий и налета для всей семьи, 500 мл	New*
4	Ополаскиватель для десен с троксерутином для всей семьи, 500 мл	New*
5	Пенка для полости рта Реминерализующая вкус Сладкая мята, 50 мл	New*

1 Новинка.



# БРЕНДЫ ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ, HAPPY MOMENTS, TISWELL

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В ГМ И Н&В

Товары по уходу за детьми

6-я ПОЛКА

Золотая полка



5-я ПОЛКА

R.O.C.S.



Sensodyne

1 2 3 4 5 6

Colgate

4-я ПОЛКА



SPLAT

7 8 9 10 11

Товары по уходу за детьми

3-я ПОЛКА

Товары по уходу за детьми

2-я ПОЛКА

Товары по уходу за детьми

1-я ПОЛКА



Направление движения покупателей

• 1 Новинка.



# БРЕНДЫ ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ, HAPPY MOMENTS, TISWELL

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&В

1	Tiswell детская зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом без фтора вкус Клубника со сливками от 1 года, 60 г	New*
2	Tiswell детская паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом вкус Клубничный пломбир с 2 лет, 60 г	New*
3	Tiswell детская паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом вкус Ягодный зефир с 2 лет, 60 г	New*
4	Tiswell детская паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом вкус Тропическое манго с 6 лет, 60 г	New*
5	Tiswell детская паста Реминерализующая с наногидроксиапатитом вкус Нежный персик с 6 лет, 60 г	New*
6	Tiswell детская пенка для полости рта Реминерализующая вкус Клубника со сливками с 3 лет, 50 г	New*
7	Лесной Бальзам Ополаскиватель Детский, 400 мл	
8	Лесной Бальзам зубная паста детская с 2 лет Нежная клубника, 50 мл	
9	Лесной Бальзам зубная паста детская Ягодный взрыв, 50 мл	
10	Happy Moments Дракоша зубная паста Малина, 60 мл	
11	Happy Moments Дракоша зубная паста Клубника, 60 мл	

1 Новинка.



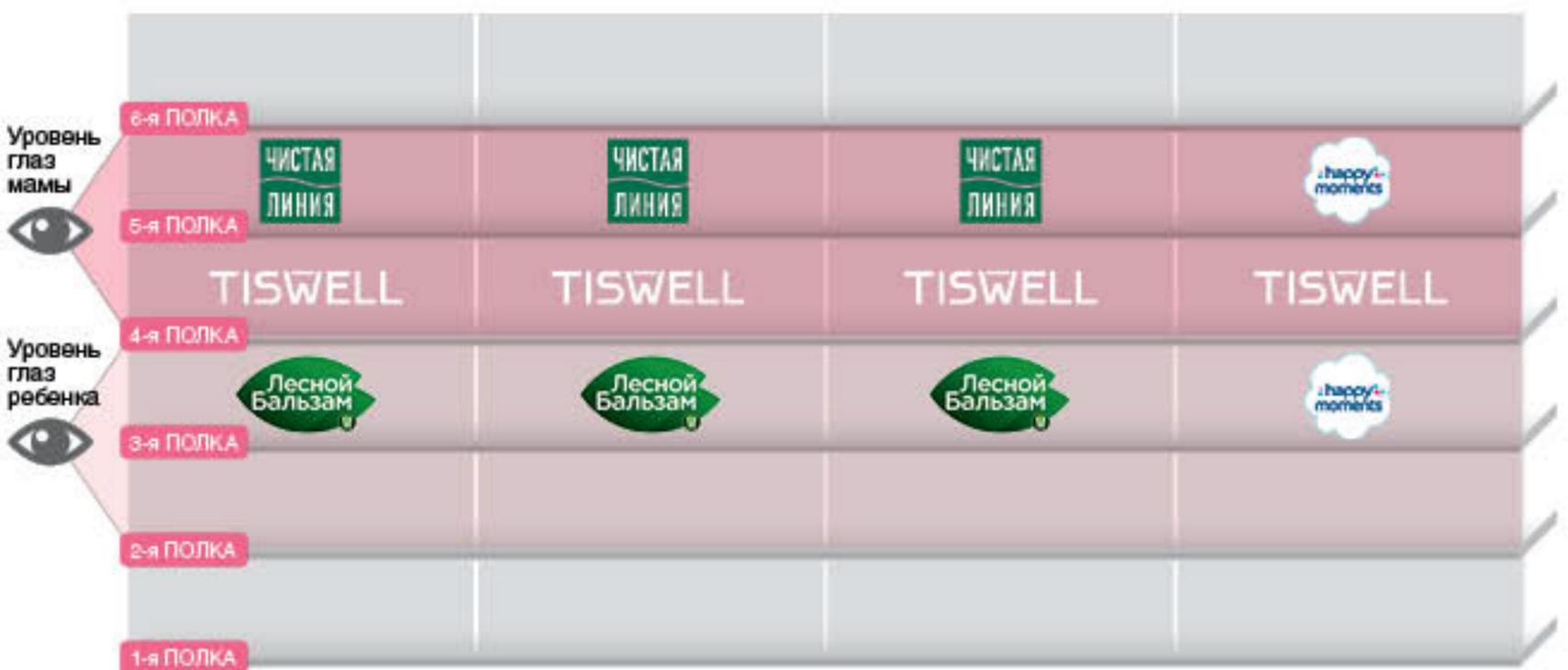
# БРЕНДЫ HAPPY MOMENTS, ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, TISWELL

## КРИ БРЕНДА HAPPY MOMENTS

Принципы выкладки в детской категории:

- 1** Детский ассортимент брендов «Лесной бальзам», Tiswell и Happy Moments необходимо размещать в детской категории вместе с детскими пастами/ополаскивателями конкурентов.
- 2** Детский ассортимент брендов «Чистая линия» и Happy moments необходимо размещать в детской категории вместе с шампунями, гели/пенами, кремами для купания конкурентов.

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



Выкладка бренда на 1–2 полках по горизонтали.

Направление движения покупателей

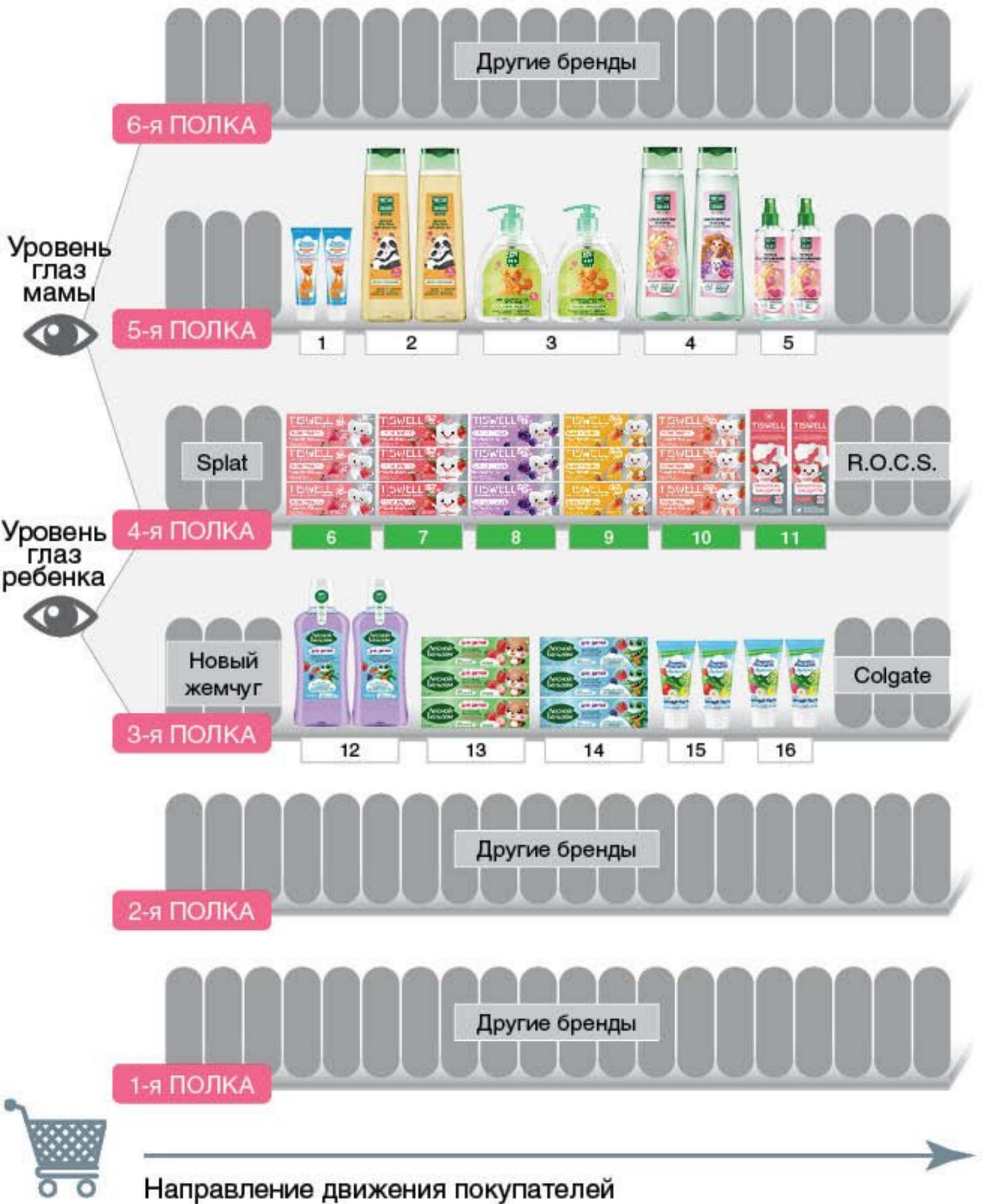
## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Чистая линия детский ассортимент .....	более 5%
Лесной бальзам детский ассортимент .....	более 4%
TISWELL детский ассортимента .....	более 1%
Доля брендов Юнирусь .....	более 10%



# БРЕНДЫ HARRY MOMENTS, ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, TISWELL

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



• 6 Новинка.



# БРЕНДЫ HAPPY MOMENTS, ЛЕСНОЙ БАЛЬЗАМ ЧИСТАЯ ЛИНИЯ, TISWELL

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Happy Moments крем детский Лисичка, 45 мл
- 2 «Чистая линия» гель-пена для душа 2в1 Много пузырьков, 400 мл
- 3 «Чистая линия» шампунь-гель, 600 мл
- 4 «Чистая линия» шампунь Шелковистые локоны, 400 мл
- 5 «Чистая линия» спрей для волос Легкое расчесывание, 160 мл

6	Tiswell зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом без фтора вкус клубника со сливками от 1 года, 60 г	New*
7	Tiswell зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом вкус клубничный пломбир с 2 лет, 60 г	New*
8	Tiswell зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом вкус ягодный зефир с 2 лет, 60 г	New*
9	Tiswell зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом вкус тропическое манго с 6 лет, 60 г	New*
10	Tiswell зубная паста Реминерализирующая с наногидроксиапатитом вкус нежный персик с 6 лет, 60 г	New*
11	Tiswell пенка для полости рта Реминерализирующая вкус клубника со сливками с 3 лет, 50 мл	New*

- 12 «Лесной Бальзам» детский ополаскиватель для полости рта с 7 лет, 400 мл
- 13 «Лесной Бальзам» зубная паста для детей с 2 лет, 50 мл
- 14 «Лесной Бальзам» зубная паста для детей с 7 лет, 50 мл
- 15 Happy Moments гелевая зубная паста «ДРАКОША» Клубника, 60 мл
- 16 Happy Moments гелевая зубная паста «ДРАКОША» Малина, 60 мл

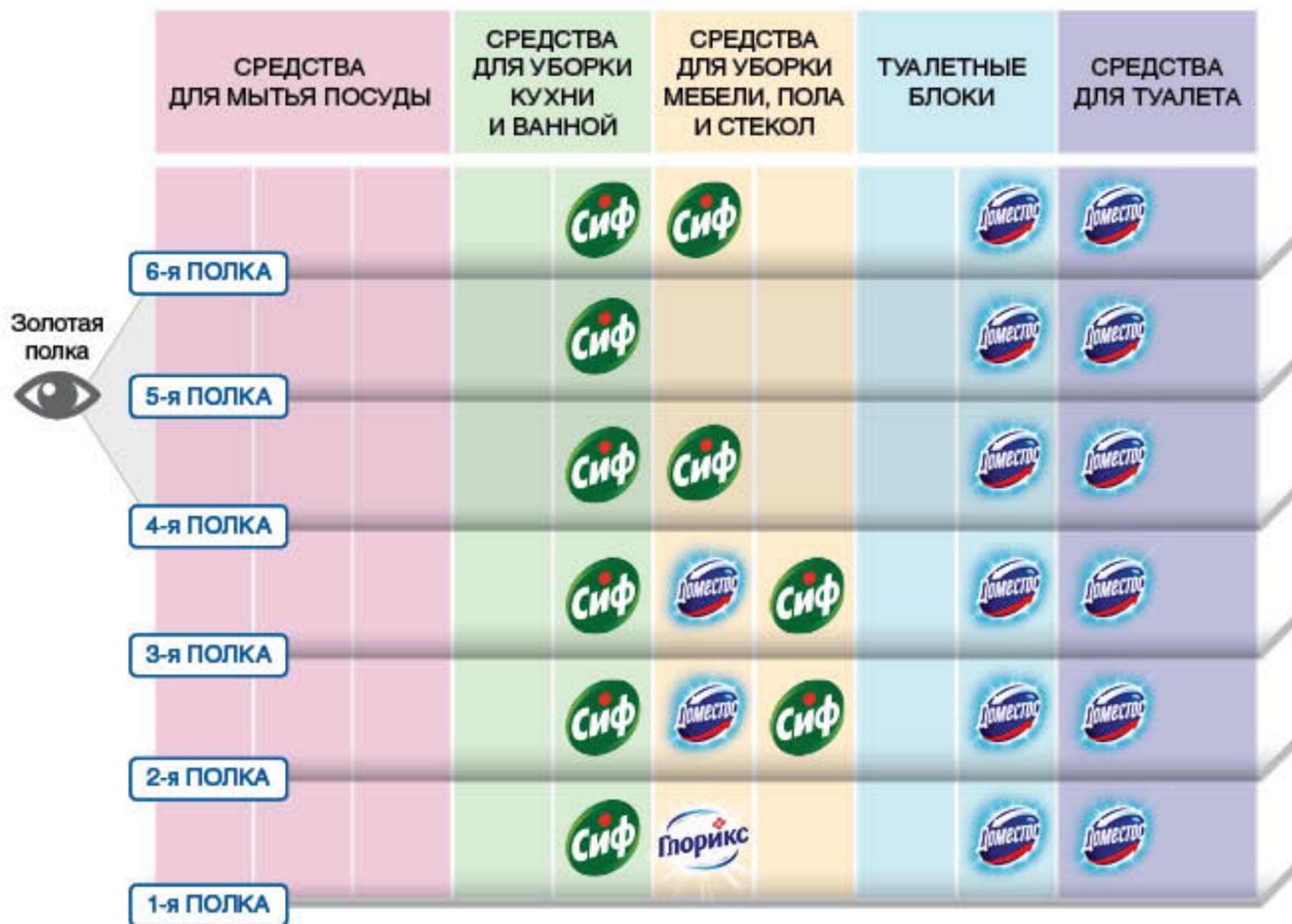
6

Новинка.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



Выкладка вертикальным единым блоком на 3 полки и более.



Направление движения покупателей

## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

Категория «Чистящие средства для дома» (без учета средств для мытья посуды и посудомоечных машин):

Доместос .....	более 21 %
Сиф .....	более 10 %
Глорикс .....	более 2 %
Доля брендов ЮниРусь .....	более 33 %

Категория «Туалетные блоки»:

Доместос .....	более 20 %
Доля брендов ЮниРусь .....	более 20 %



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРИ КАТЕГОРИИ)

- 1** Туалетные блоки необходимо располагать рядом со средствами для туалета, чтобы обучать покупателя совместной покупке и использованию этих средств.
  - чистящие средства для посуды (35 %);
  - чистящие средства для кухни и ванной (20 %);
  - чистящие средства для мебели, пола и стекол (15 %);
  - чистящие средства для туалета и туалетные блоки (30 %).
- 2** Выкладка должна производиться четкими бренд-блоками; бренды должны занимать полочное пространство исходя из целевых долей полки. Вертикальная выкладка бренд-блоков предпочтительнее горизонтальной. При горизонтальной выкладке более дорогие бренды размещаются на верхних полках, дешевые – на нижних.
- 3** Туалетные блоки необходимо располагать рядом со средствами для туалета, чтобы обучать покупателя совместной покупке и использованию этих средств.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Доместос (гели) » Туалетный утенок

Доместос (блоки) » Бреф

Доместос (пол) » Mr. Proper

Глорикс » Mr. Proper

Сиф (пол) » Mr. Proper

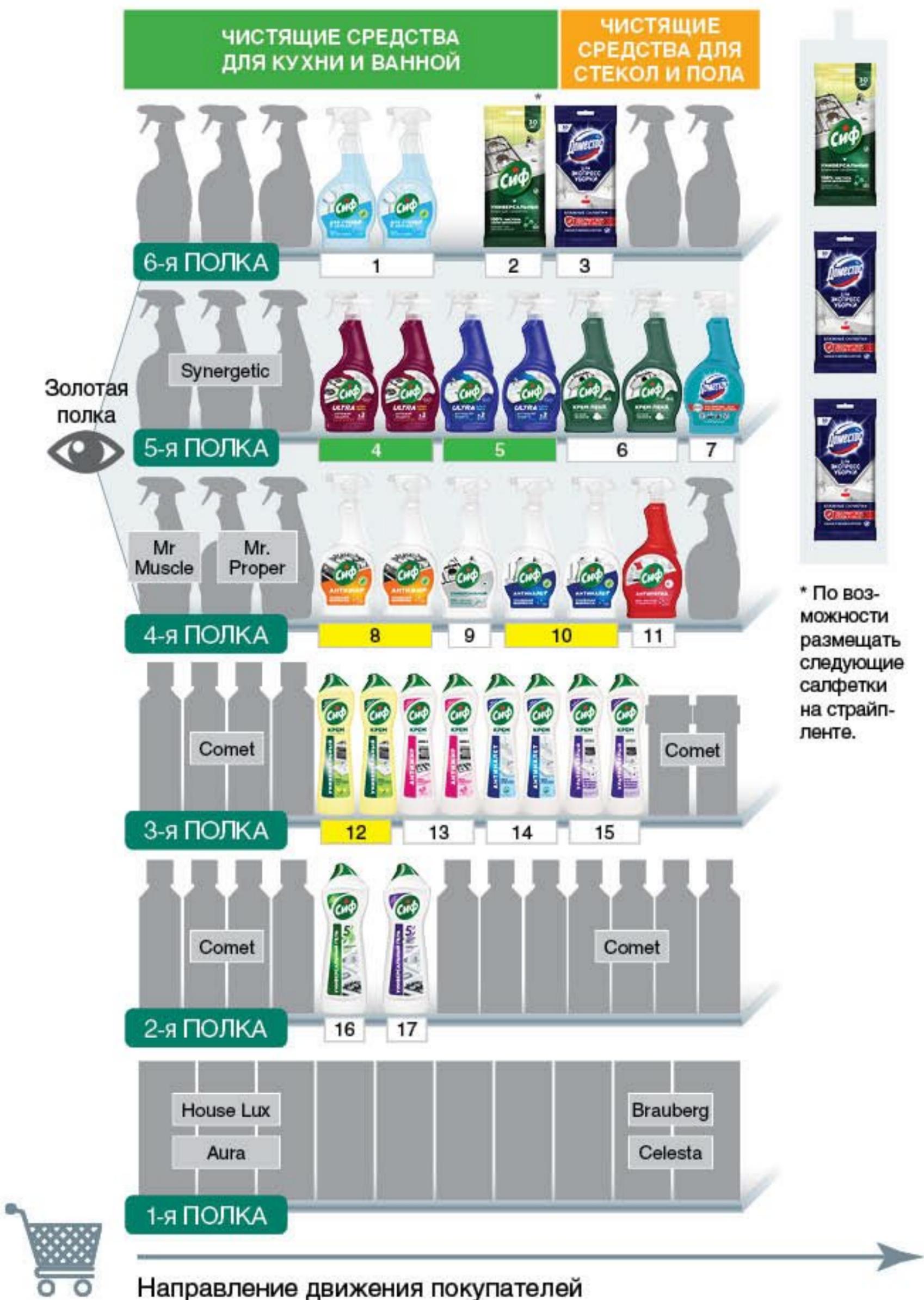
Сиф (кремы) » Grass, Remolux

Сиф (спреи) » Cillit Bang



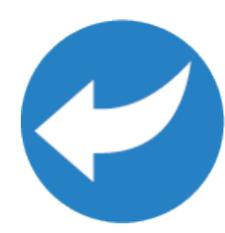
# БРЕНД СИФ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



\* По возможности размещать следующие салфетки на страйп-ленте.

• 4 Новинка. • 8 Core of the Core.



# БРЕНД СИФ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Спреи должны располагаться на уровне глаз.
- 2 Линейку «Сила природы» размещать рядом с Synergetic (приоритет!) и Frosch.
- 3 Гели Сиф важно размещать отдельно от кремов Сиф. Гели Сиф размещать в категории универсальных гелей рядом с Comet, Санфор.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

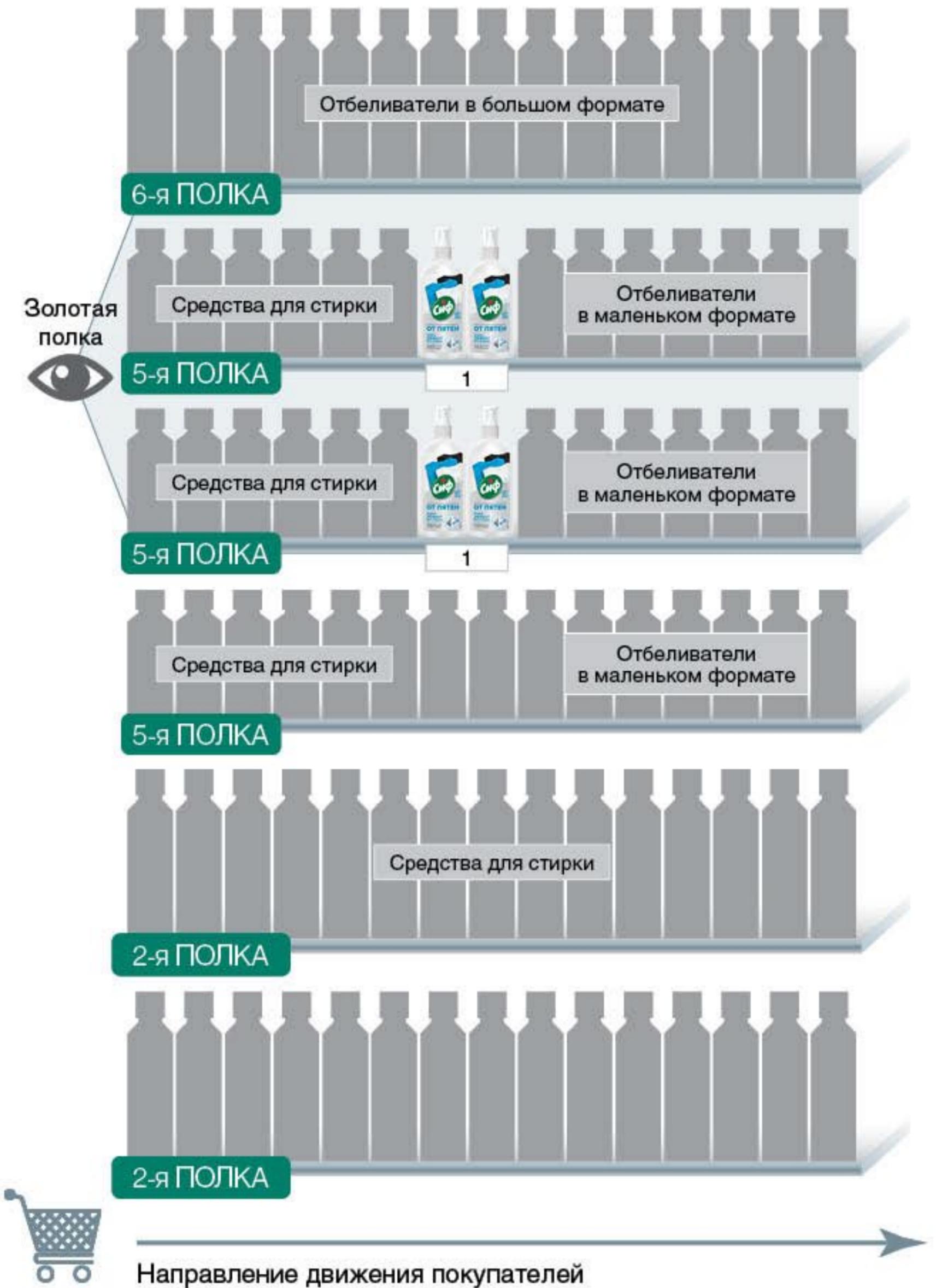
- 1 Сиф Спрей Ультраблеск для стекол и зеркал, 500 мл
- 2 Сиф Очищающие салфетки Универсальные, 30 штук
- 3 Доместос Влажные салфетки Антибактериальные, 30 штук
- 4 Сиф Спрей Антижир Ultra, 500 мл New\*
- 5 Сиф Спрей Антиналет Ultra, 500 мл New\*
- 6 Крем-пена Кухня и ванная, 500 мл
- 7 Доместос Спрей Универсальный, 500 мл
- 8 Сиф Спрей Антижир для плит и духовок, 500 мл CoC\*\*
- 9 Сиф Универсальный спрей Антибактериальный, 500 мл
- 10 Сиф Спрей Антиналет для ванной, 500 мл CoC\*\*
- 11 Сиф Универсальный спрей Ультрабыстрый, 500 мл
- 12 Сиф Крем Актив Лимон универсальный, 500 мл CoC\*\*
- 13 Сиф Крем Розовая свежесть для плит, 500 мл
- 14 Сиф Крем Актив Фреш для ванной, 500 мл
- 15 Сиф Крем Ультра белый с хлором, 450 мл
- 16 Сиф Универсальный гель 5 в 1 Бодрящий цитрус, 750 мл
- 17 Сиф Универсальный гель 5 в 1 Прованская лаванда, 750 мл

\* 4 Новинка. \*\* 8 Core of the Core.



## БРЕНД СИФ

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



# БРЕНД СИФ

## КРІ БРЕНДА

- 1 Спреи должны располагаться на уровне глаз.
- 2 Выкладка СИФ спрей от пятен 100 мл должна быть в SRP коробе.

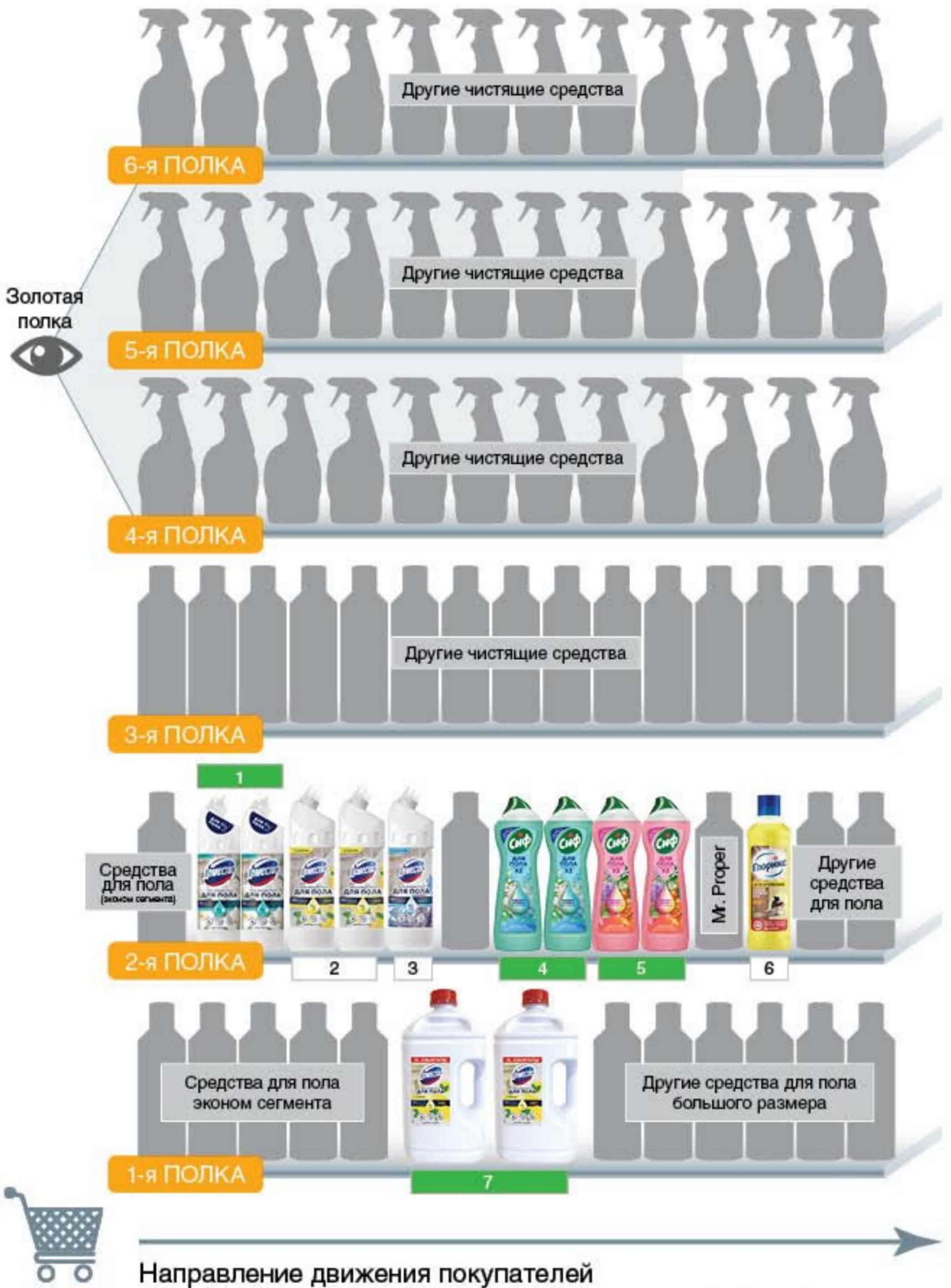
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Спрей от пятен, 100 мл



# БРЕНДЫ ДОМЕСТОС, СИФ, ГЛОРИКС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ



\* 1 Новинка.



# БРЕНДЫ ДОМЕСТОС, СИФ, ГЛОРИКС

## КРІ БРЕНДОВ

- 1 Бренды Доместос, Глорикс необходимо располагать рядом с Mr. Proper.
- 2 Бренды Доместос, Глорикс не ставить рядом.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

1	Доместос Средство для пола Гель-концентрат Магнолия и эвкалипт, 750 мл	New*
2	Доместос гель-концентрат для пола Лимон и мята, 1 л	
3	Доместос гель-концентрат для пола Горная свежесть, 1 л	
4	Сиф Средство для пола Аква, 750 мл	New*
5	Сиф Средство для пола Цветы и грейпфрут, 750 мл	New*
6	Глорикс средство для мытья пола Лимонная энергия, 1 л	
7	Доместос Средство для пола Чистота и блеск, 2,5 л	New*

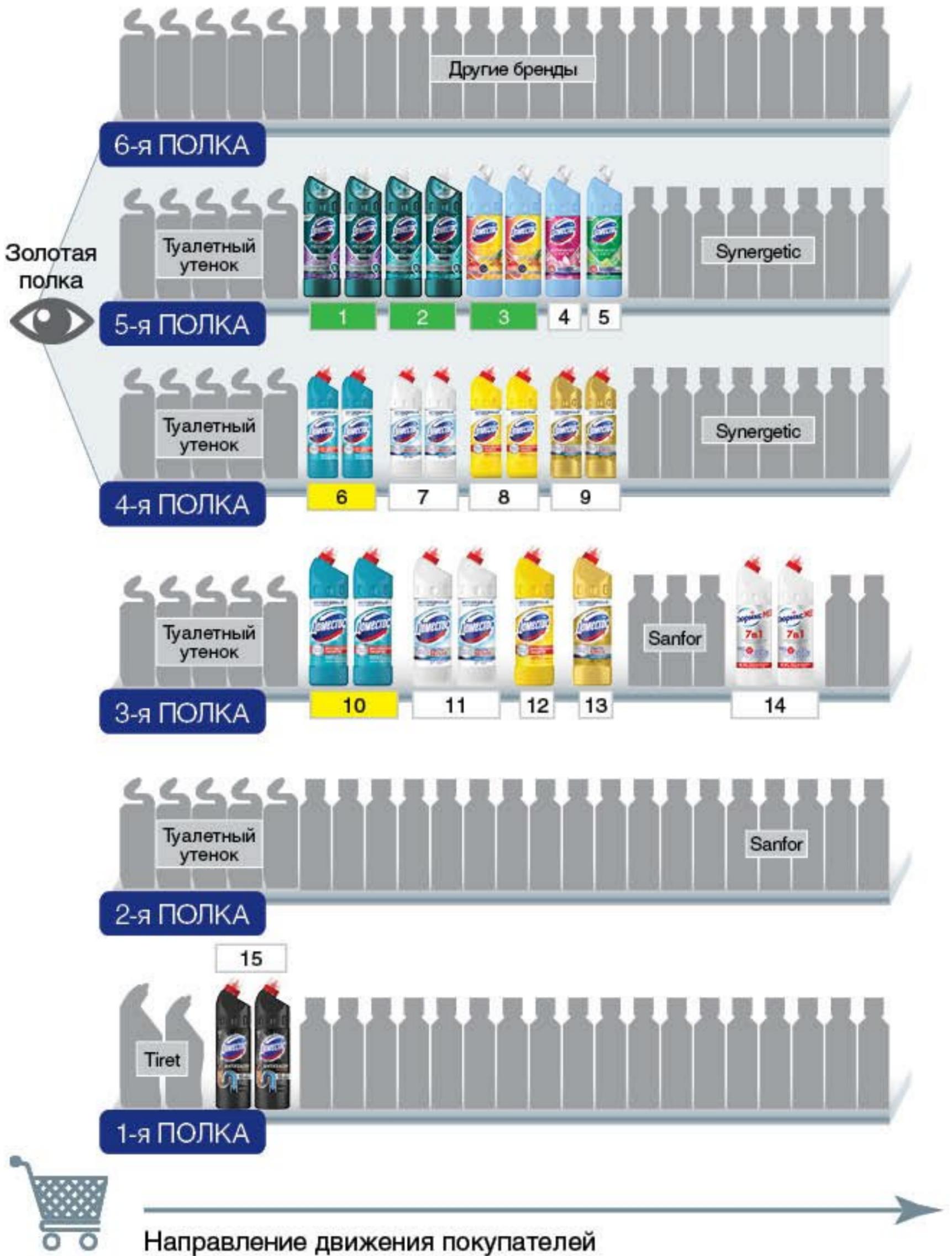
1

Новинка.



## ДОМЕСТОС, ГЛОРИКС МЕД

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В Н&amp;В



\* 1 Новинка. \*\* 6 Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться в центре сегмента чистящих средств для туалета.
- 4** Формат 1,5 л необходимо располагать в начале соответствующей линейки, продолжая выкладку форматами 1 л, 500 мл.
- 5** Средство для труб Доместос необходимо размещать рядом с Tiret или с другими средствами для труб.
- 6** В случае, если упаковка Доместос 1,5 л не помещается на полках на уровне глаз, допустимо размещение всех SKU данного формата на нижней/верхней полке.
- 7** Доместос ECO размещаем на полке с туалетными гелями: справа от хлорных гелей Domestos и слева от кислотных средств других брендов (Туалетный утенок, Synergetic, Frosch).
- 8** При наличии эко-полки – он-топ размещение Доместос ECO.

# БРЕНД ГЛОРИКС MED

## КРИ БРЕНДА

- 1** **ВАЖНО!**  
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED размещаем в категории универсальных гелей, рядом с Sanfor WC gel, Sanfor белизна гель, Утенок.
- 2** Для получения максимальных инкрементальных продаж **НЕ РАЗМЕЩАТЬ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED РЯДОМ С:**
  - ДОМЕСТОС гелями
  - ГЛОРИКС для пола.



# ДОМЕСТОС, ГЛОРИКС МЕД

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В Н&В

1	Доместос гель универсальный с пробиотиками Цветочная свежесть, 750 мл	New*
2	Доместос гель универсальный с пробиотиками Зеленая свежесть, 750 мл	New*
3	Доместос гель универсальный Смена аромата Сила тропиков, 750 мл	New*
4	Доместос гель универсальный антиналет и блеск цветущая магнолия, 750 мл	
5	Доместос гель универсальный антиналет и блеск освежающий цитрус, 750 мл	
6	Доместос гель универсальный Свежесть Атлантики, 500 мл	CoC**
7	Доместос гель универсальный Ультра Белый для туалета и ванной Антибактериальный эффект, 500 мл	
8	Доместос гель универсальный Лимонная свежесть против бактерий и запахов, 500 мл	
9	Доместос гель универсальный Ультра Блеск для туалета, 500 мл	
10	Доместос гель универсальный для унитаза Свежесть Атлантики, 1000 мл	CoC**
11	Доместос гель универсальный для унитаза Лимонная свежесть против бактерий и запахов, 1000 мл	
12	Доместос гель универсальный Ультра Белый для туалета и ванной Антибактериальный эффект, 1000 мл	
13	Доместос гель универсальный Ультра Блеск для туалета, 1000 мл	
14	Глорикс гель универсальный антибактериальный ультра гигиена, 750 мл	
15	Доместос средство от засоров в трубах для устранения засоров в трубах, 750 мл	

1

Новинка. \*\*

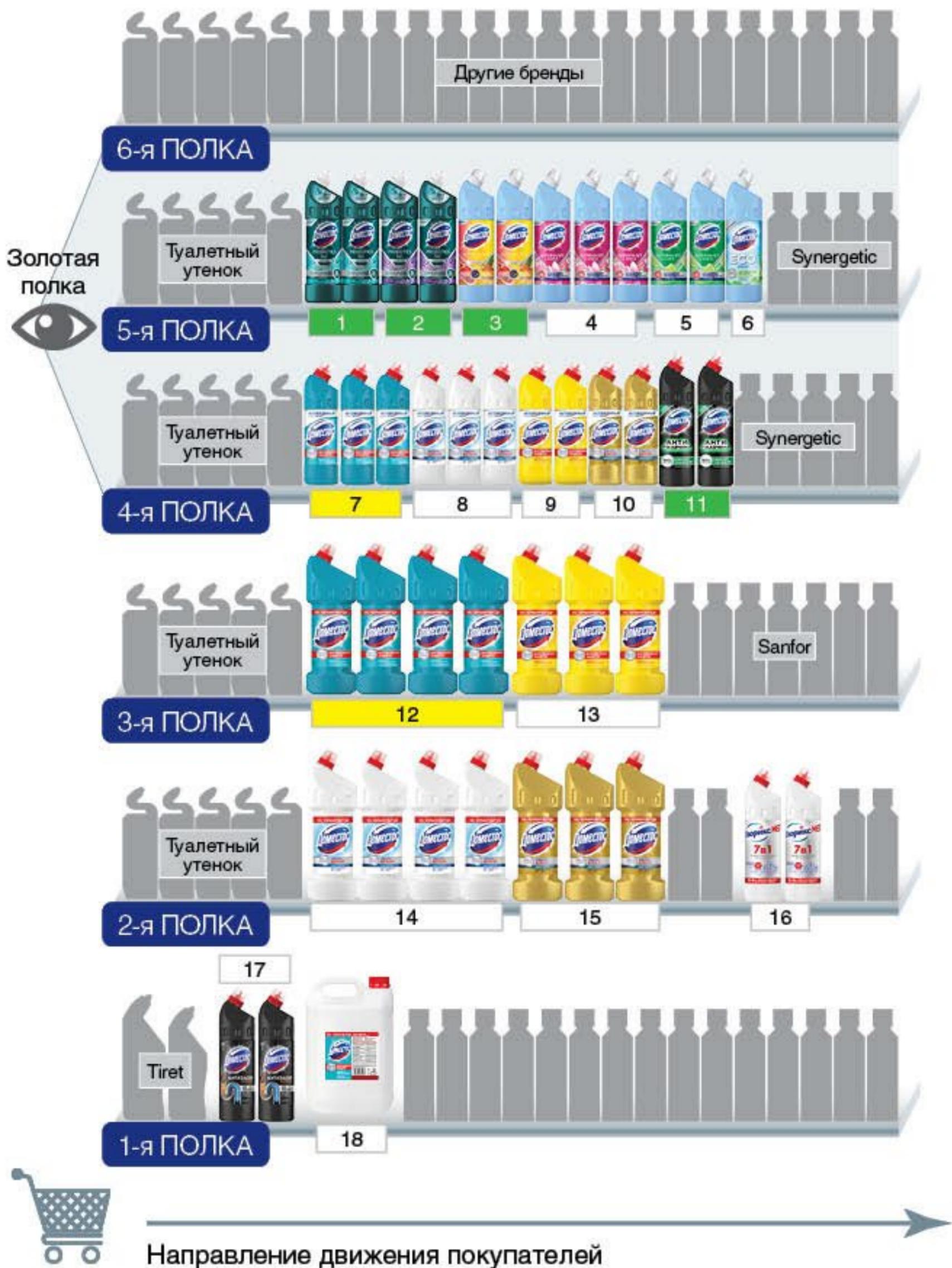
6

Core of the Core (CoC позиции).



# ДОМЕСТОС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 1 Новинка. \*\* 7 Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться в центре сегмента чистящих средств для туалета.
- 4** Формат 1,5 л необходимо располагать в начале соответствующей линейки, продолжая выкладку форматами 1 л, 500 мл.
- 5** Средство для труб Доместос необходимо размещать рядом с Tiret или с другими средствами для труб.
- 6** В случае, если упаковка Доместос 1,5 л не помещается на полках на уровне глаз, допустимо размещение всех SKU данного формата на нижней/верхней полке.
- 7** Доместос ECO размещаем на полке с туалетными гелями: справа от хлорных гелей Domestos и слева от кислотных средств других брендов (Туалетный утенок, Synergetic, Frosch).
- 8** При наличии эко-полки – он-топ размещение Доместос ECO.

# БРЕНД ГЛОРИКС MED

## КРИ БРЕНДА

- 1** **ВАЖНО!**  
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED размещаем в категории универсальных гелей, рядом с Sanfor WC gel, Sanfor белизна гель, Утенок.
- 2** Для получения максимальных инкрементальных продаж **НЕ РАЗМЕЩАТЬ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED РЯДОМ С:**
  - ДОМЕСТОС гелями
  - ГЛОРИКС для пола.



# ДОМЕСТОС, ГЛОРИКС MED

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

1	Доместос гель универсальный с пробиотиками Цветочная свежесть, 750 мл	New*
2	Доместос гель универсальный с пробиотиками Зеленая свежесть, 750 мл	New*
3	Доместос гель универсальный Смена аромата Сила тропиков, 750 мл	New*
4	Доместос гель универсальный антиналет и блеск цветущая магнолия, 750 мл	
5	Доместос гель универсальный антиналет и блеск освежающий цитрус, 750 мл	
6	Доместос ЕСО гель универсальный с натуральными компонентами Мята Ирис и Пачули, 750 мл	
7	Доместос гель универсальный Свежесть Атлантики, 750 мл	CoC**
8	Доместос гель универсальный Ультра Белый для туалета и ванной Антибактериальный эффект, 750 мл	
9	Доместос гель универсальный Лимонная свежесть против бактерий и запахов, 750 мл	
10	Доместос гель универсальный Ультра Блеск для туалета, 750 мл	
11	Доместос Универсальный гель Антиржавична кислотный, 750 мл	New*
12	Доместос гель универсальный для унитаза Свежесть Атлантики, 1,5 л	CoC**
13	Доместос гель универсальный для унитаза Лимонная свежесть против бактерий и запахов, 1,5 л	
14	Доместос гель универсальный Ультра Белый для туалета и ванной Антибактериальный эффект, 1,5 л	
15	Доместос гель универсальный Ультра Блеск для туалета, 1,5 л	
16	Глорикс гель универсальный антибактериальный ультра гигиена, 750 мл	
17	Доместос средство от засоров в трубах для устранения засоров в трубах, 750 мл	
18	Доместос гель универсальный для унитаза Свежесть атлантики, 5000 мл	

1

Новинка. \*\*

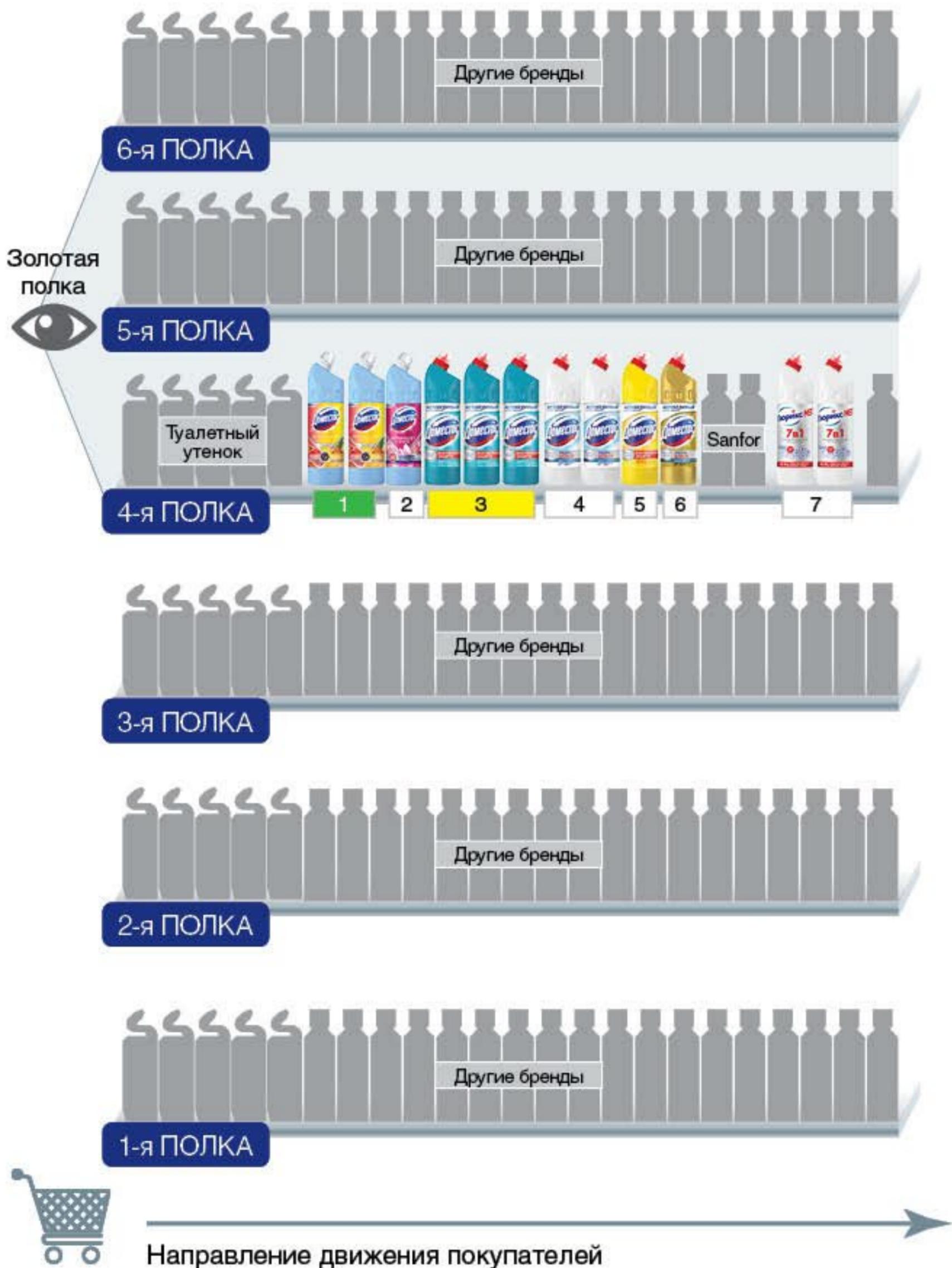
7

Core of the Core (CoC позиции).



# ДОМЕСТОС, ГЛОРИКС МЕД

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В МАГАЗИНАХ У ДОМА



\* **1** Новинка. \*\* **3** Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРИ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться в центре сегмента чистящих средств для туалета.
- 4** Формат 1,5 л необходимо располагать в начале соответствующей линейки, продолжая выкладку форматами 1 л, 500 мл.
- 5** Средство для труб Доместос необходимо размещать рядом с Tiret или с другими средствами для труб.
- 6** В случае, если упаковка Доместос 1,5 л не помещается на полках на уровне глаз, допустимо размещение всех SKU данного формата на нижней/верхней полке.
- 7** Доместос ECO размещаем на полке с туалетными гелями: справа от хлорных гелей Domestos и слева от кислотных средств других брендов (Туалетный утенок, Synergetic, Frosch).
- 8** При наличии эко-полки – он-топ размещение Доместос ECO.

# БРЕНД ГЛОРИКС MED

## КРИ БРЕНДА

- 1** **ВАЖНО!**  
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED размещаем в категории универсальных гелей, рядом с Sanfor WC gel, Sanfor белизна гель, Утенок.
- 2** Для получения максимальных инкрементальных продаж **НЕ РАЗМЕЩАТЬ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ГЕЛЬ ГЛОРИКС MED РЯДОМ С:**
  - ДОМЕСТОС гелями
  - ГЛОРИКС для пола.



# ДОМЕСТОС, ГЛОРИКС МЕД

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В МАГАЗИНАХ У ДОМА

- 1 Доместос гель универсальный Смена аромата Сила тропиков, 750 мл **New\***
- 2 Доместос гель универсальный антиналет и блеск цветущая магнолия, 750 мл
- 3 Доместос гель универсальный Свежесть Атлантики, 750 мл **CoC\***
- 4 Доместос гель универсальный Ультра Белый для туалета и ванной Антибактериальный эффект, 750 мл
- 5 Доместос гель универсальный Лимонная свежесть против бактерий и запахов, 750 мл
- 6 Доместос гель универсальный Ультра Блеск для туалета, 750 мл
- 7 Глорикс гель универсальный антибактериальный ультра гигиена, 750 мл

1

Новинка. \*\*

3

Core of the Core (CoC позиции).



# АНТИСЕПТИКИ

## АНТИСЕПТИКИ ДЛЯ РУК



## СЕГМЕНТ АНТИСЕПТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ПОВЕРХНОСТЕЙ



## КРИ БРЕНДА

- 1** Доместос Аэрозоли размещаем в категории дезинфицирующих средств для рук и поверхностей.
- 2** В качестве вторичной выкладки рекомендуется размещение в сегменте спреев категории «Уход за домам».

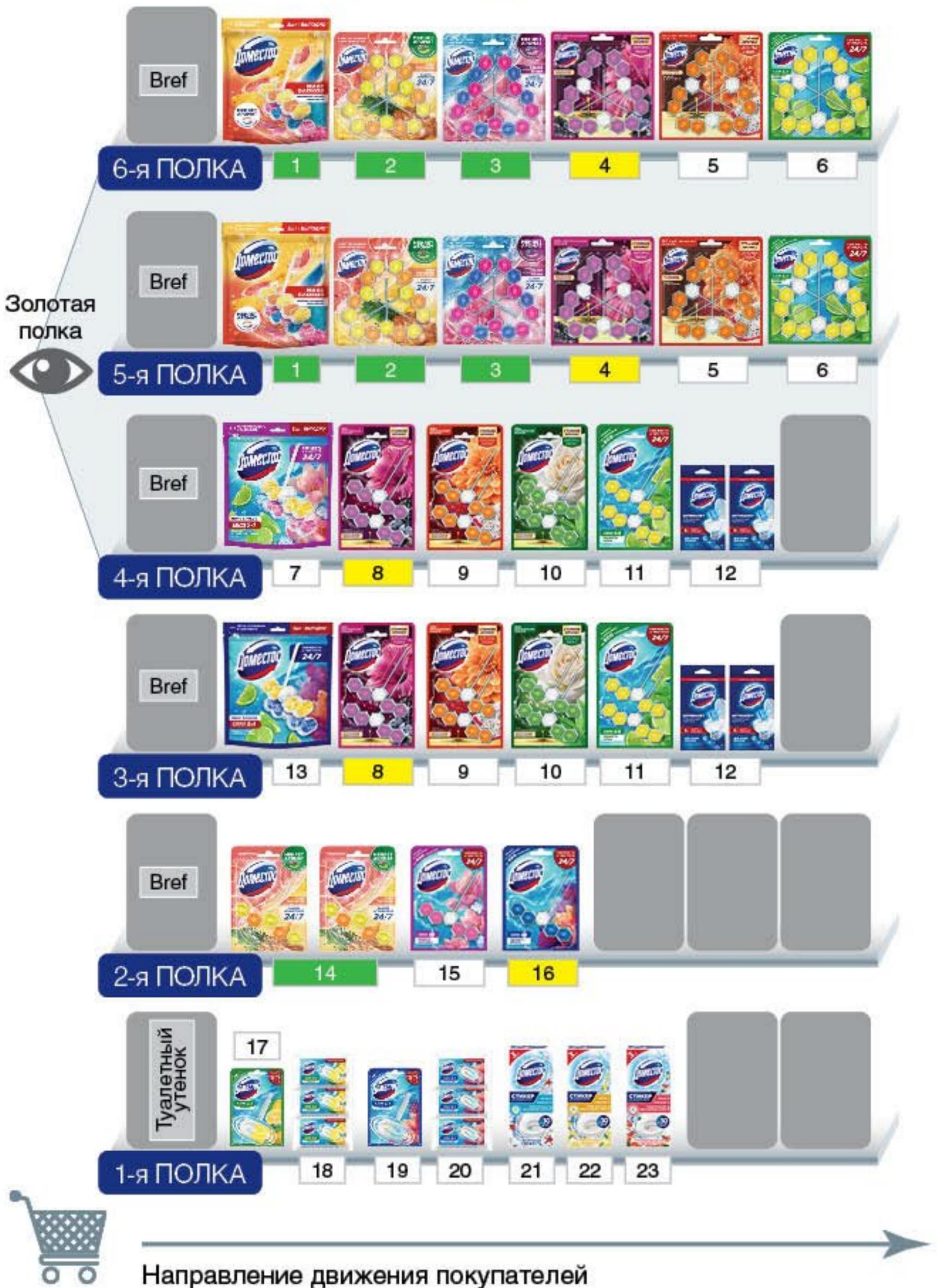
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1** БАРХАТНЫЕ РУЧКИ Санитайзер гель для рук Антисептический, 100 мл
- 2** DOMESTOS Универсальный аэрозоль для поверхностей, 250 мл



## БРЕНД ДОМЕСТОС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ



\* 1 Новинка. \*\* 4 Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться рядом с Bref.
- 4** Все блоки линейки Сила 5в1 должны располагаться на уровне глаз.
- 5** Стикеры и чистящий кубик располагаются на нижних полках.



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ

1	Блок для очищения унитаза Смена аромата Сила тропиков, 250 г	New*
2	Блок для очищения унитаза Трио аромата Смена аромата Сила тропиков, 150 г	New*
3	Блок для очищения унитаза Трио аромата Смена аромата Океан и Пион, 150 г	New*
4	Блок для очищения унитаза Трио аромата Сказочный аромат блокировка неприятного запаха, 150 г	CoC**
5	Блок для очищения унитаза Трио аромата Экзотический букет блокировка неприятного запаха, 150 г	
6	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Трио Свежесть лайма защита от микробов и налета, 165 г	
7	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Свежесть лайма и Ледяная магнолия, защита от микробов и налета, 250 г	
8	Блок для очищения унитаза Duo аромата Сказочный аромат блокировка неприятного запаха, 100 г	CoC**
9	Блок для очищения унитаза Duo аромата Экзотический букет блокировка неприятного запаха, 100 г	
10	Блок для очищения унитаза Duo аромата Свежесть зеленого чая блокировка неприятного запаха, 100 г	
11	Блок для очищения унитаза Свежесть лайма защита от микробов и налета, 100 г	
12	Блок для очищения унитаза Антиналет таблетки для слива, 90 г	
13	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Свежесть лайма и Свежесть океана. защита от микробов и налета, 250 г	
14	Блок для очищения унитаза Смена аромата Сила тропиков, 50 г	New*
15	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Ледяная магнолия, защита от микробов и налета, 55 г	
16	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Свежесть океана, защита от микробов и налета, 55 г	CoC**
17	Блок гигиенический для унитаза 3 в 1 Атлантик, 40 г	
18	Блок гигиенический сменный для унитаза Атлантик, 40 г	
19	Блок гигиенический для унитаза 3 в 1 Лимон, 40 г	
20	Блок гигиенический сменный для унитаза Лимон, 40 г	
21	Стикер для очищения унитаза Морская свежесть, 30 г	
22	Стикер для очищения унитаза Лимонная свежесть, 30 г	
23	Стикер для очищения унитаза Тропическая свежесть, 30 г	

1

Новинка. \*\*

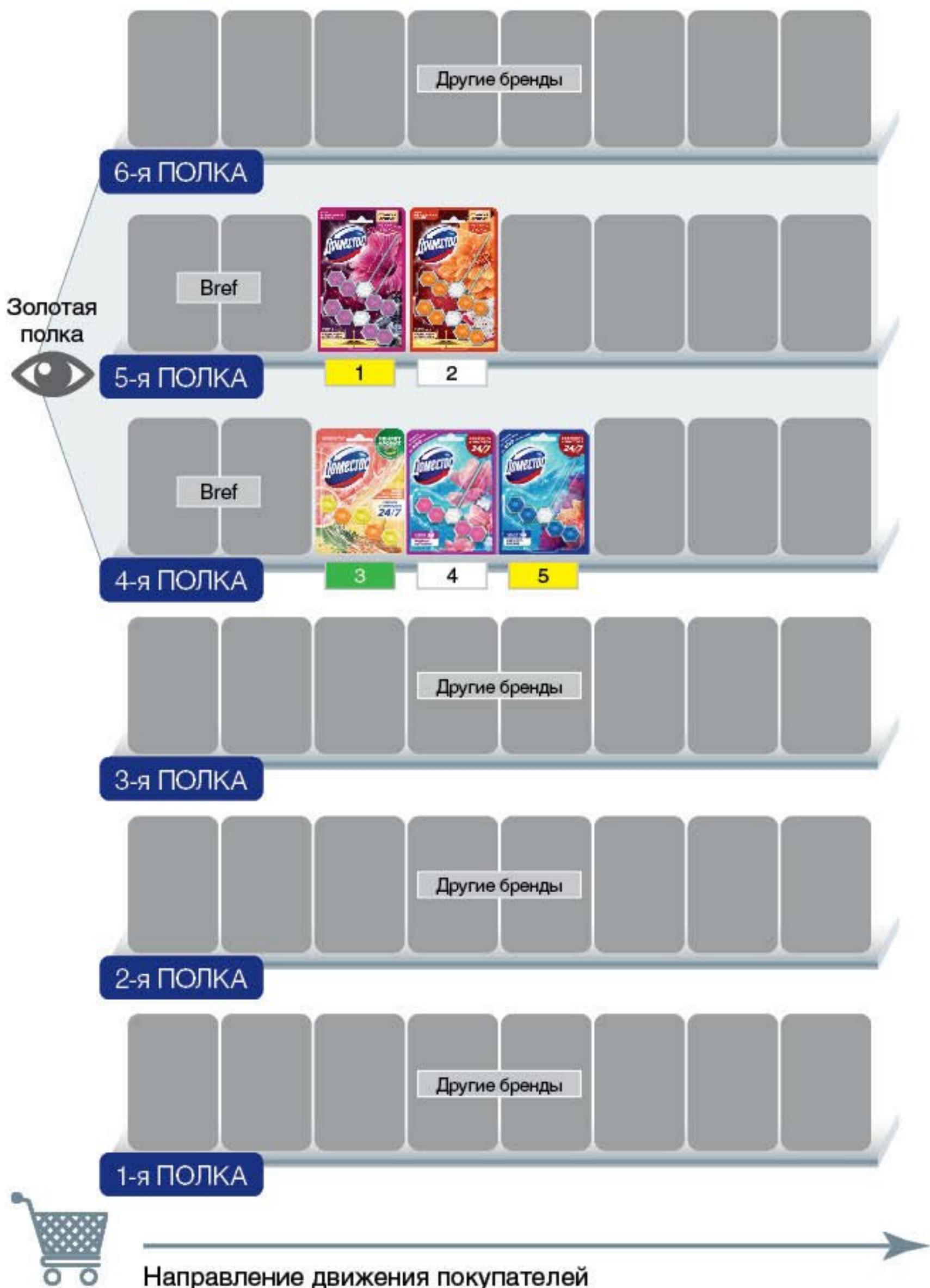
4

Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В СУПЕРМАРКЕТАХ



• **1** Core of the Core (CoC позиции). \*\* **3** Новинка.



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться рядом с Bref.
- 4** Все блоки линейки Сила 5в1 должны располагаться на уровне глаз.
- 5** Стикеры и чистящий кубик располагаются на нижних полках.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В СУПЕРМАРКЕТАХ

1	Блок для очищения унитаза Дуо арома Сказочный аромат, блокировка неприятного запаха, 100 г	CoC*
2	Блок для очищения унитаза Дуо арома Экзотический букет, блокировка неприятного запаха, 100 г	
3	Блок для очищения унитаза Смена аромата Сила тропиков, 50 г	New**
4	Блок для очищения унитаза Ледяная магнолия, защита от микробов и налета, 55 г	
5	Блок для очищения унитаза Свежесть океана, защита от микробов и налета, 55 г	CoC*

1

Core of the Core (CoC позиции). \*\*

3

Новинка.



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В Н&В

Другие бренды

6-я ПОЛКА

Bref



1

2

3

Золотая полка



5-я ПОЛКА

Bref



4

5

6

7

8

4-я ПОЛКА

Bref



9

10

3-я ПОЛКА

Другие бренды

2-я ПОЛКА

Другие бренды

1-я ПОЛКА



Направление движения покупателей

\* 1 Новинка. \*\* 2 Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC.**
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться рядом с Bref.
- 4** Все блоки линейки Сила 5в1 должны располагаться на уровне глаз.
- 5** Стикеры и чистящий кубик располагаются на нижних полках.

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКОВ В Н&В

1	Блок для очищения унитаза Трио аромата Смена аромата Сила тропиков, 150 г	New*
2	Блок для очищения унитаза Трио аромата Сказочный аромат блокировка неприятного запаха, 150 г	CoC**
3	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Свежесть лайма и Ледяная магнолия, защита от микробов и налета, 250 г	
4	Блок для очищения унитаза Duo аромата Сказочный аромат блокировка неприятного запаха, 100 г	CoC**
5	Блок для очищения унитаза Duo аромата Экзотический букет блокировка неприятного запаха, 100 г	
6	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Duo Свежесть лайма защита от микробов и налета, 110 г	
7	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Duo Свежесть океана защита от микробов и налета, 110 г	
8	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Duo Ледяная магнолия защита от микробов и налета, 110 г	
9	Блок для очищения унитаза Смена аромата Сила тропиков, 50 г	New*
10	Блок для очищения унитаза Сила 5в1 Свежесть океана, защита от микробов и налета, 55 г	CoC**

1

Новинка. \*\*

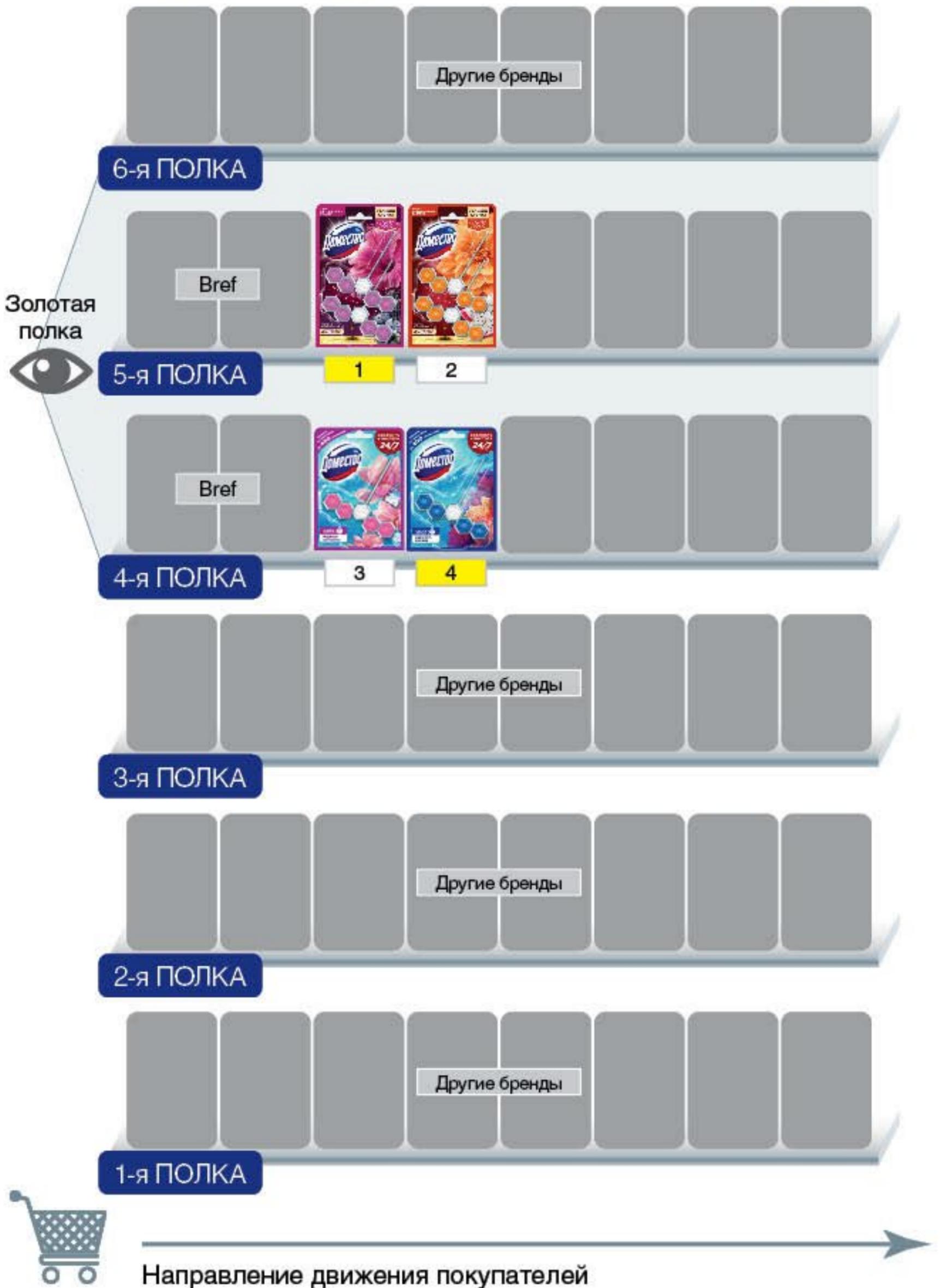
2

Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА



• 1 Core of the Core (CoC позиции).



# БРЕНД ДОМЕСТОС

## КРІ БРЕНДА

- 1** Золотое правило любой выкладки (первичная, вторичная) с CoC SKU: выкладка **минимум 2 фэйса каждого SKU CoC**.
- 2** В случае, если в промо активности участвует ассортимент CoC и другой ассортимент, то выкладка CoC SKU должна занимать на оборудовании не менее 40 %.
- 3** Бренд-блок Доместос должен располагаться рядом с Bref.
- 4** Все блоки линейки Сила 5в1 должны располагаться на уровне глаз.
- 5** Стикеры и чистящий кубик располагаются на нижних полках.

## ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В МАГАЗИНАХ У ДОМА

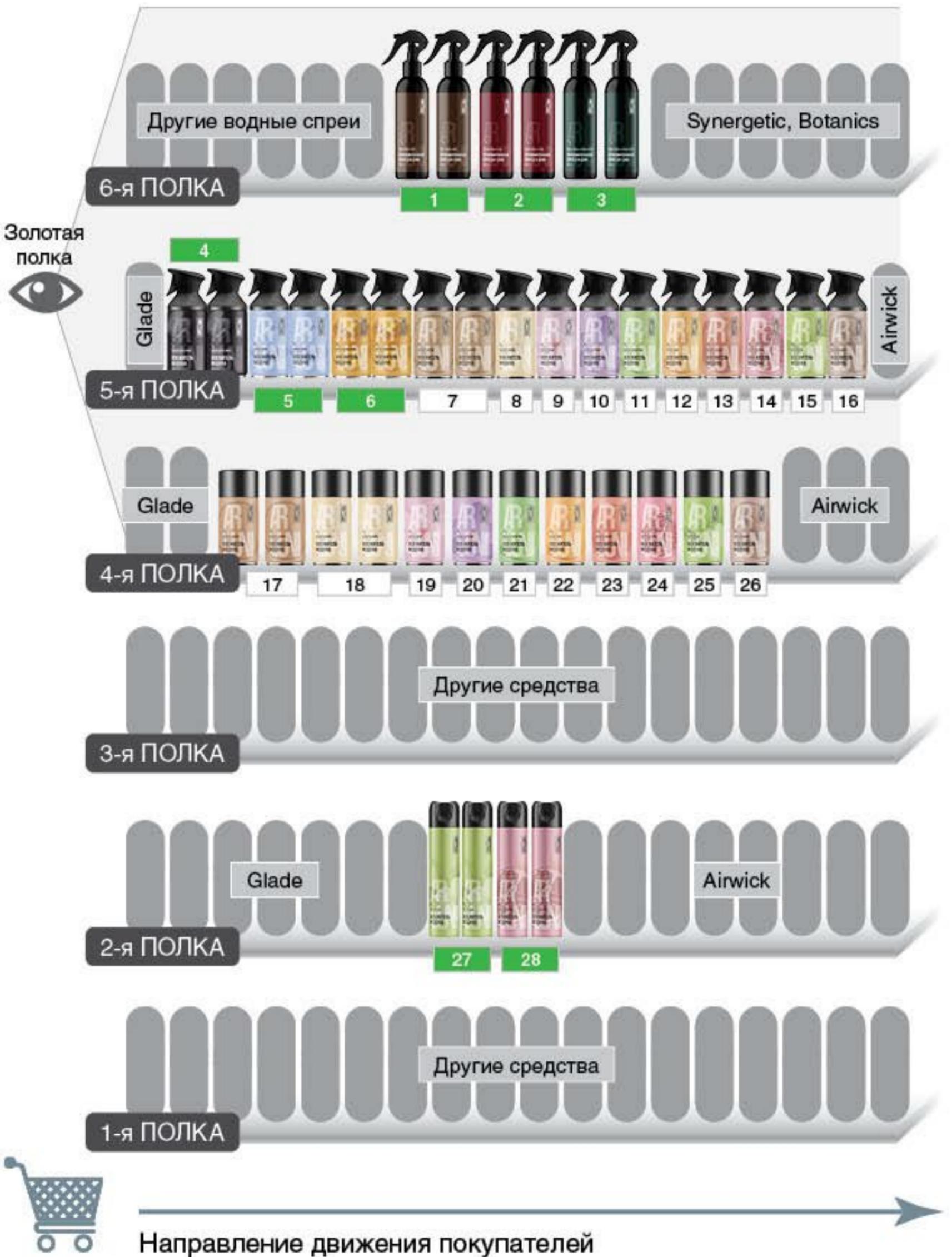
1	Блок для очищения унитаза Дуо арома Сказочный аромат, блокировка неприятного запаха, 100 г	CoC*
2	Блок для очищения унитаза Дуо арома Экзотический букет, блокировка неприятного запаха, 100 г	
3	Блок для очищения унитаза Ледяная магнолия, защита от микробов и налета, 55 г	
4	Блок для очищения унитаза Свежесть океана, защита от микробов и налета, 55 г	CoC*

• **1** Core of the Core (CoC позиции).



## БРЕНД ARLUNI

ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА В ГМ И Н&amp;В



\* 1 Новинка.



# БРЕНД ARLUNI

## КРІ БРЕНДА

- 1** Освежитель с триггером и сменный баллон Arluni Кашемир дерево и Arluni Жасмин и Ваниль размещается в 2 фейса в начале бренд-блока.
- 2** Вертикальная выкладка бренд-блока Arluni предпочтительнее горизонтальной: 1 линия освежителей с триггером, под ней выкладка сменных блоков. При горизонтальной выкладке сначала размещаются освежители с триггером, а потом сменные баллоны.
- 3** Освежители Arluni необходимо размещать на золотой полке, на уровне глаз.
- 4** Освежители Arluni необходимо размещать рядом с Glade и Airwick, желательно между ними.
- 5** Новинки по возможности необходимо размещать в 2 фейса.
- 6** Освежители с триггером могут размещаться на полке с другими видами ароматов для дома, например, с водными спреями Synergetic, арома диффузорами и т.д.
- 7** Парфюмированные спреи ARLUNI 300 мл необходимо размещать на полке с другими парфюмированными спреями, желательно рядом с водными спреями Synergetic, Botanics.



## БРЕНД ARLUNI

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ В ГМ И Н&amp;В

1	Парфюмированный спрей Амбра, ваниль, пион, 300 мл	New*
2	Парфюмированный спрей Гвоздика, вишня, табак, 300 мл	New*
3	Парфюмированный спрей Сандал, лаванда, можжевельник, 300 мл	New*
4	Аэрозольный баллон с триггером, Черный перец и Амбра, 250 мл	New*
5	Аэрозольный баллон с триггером, Хлопок и лотос, 250 мл	New*
6	Аэрозольный баллон с триггером, Янтарь и дубовый мох, 250 мл	New*
7	Аэрозольный баллон с триггером, Кашемир и дерево, 250 мл	
8	Аэрозольный баллон с триггером, Жасмин и ваниль, 250 мл	
9	Аэрозольный баллон с триггером, Сакура и вишня, 250 мл	
10	Аэрозольный баллон с триггером, Фиалка и бергамот, 250 мл	
11	Аэрозольный баллон с триггером, Имбирь и лемонграсс, 250 мл	
12	Аэрозольный баллон с триггером, Персик и пион, 250 мл	
13	Аэрозольный баллон с триггером, Миндаль и яблоко, 250 мл	
14	Аэрозольный баллон с триггером, Гранат и нектарин, 250 мл	
15	Аэрозольный баллон с триггером, Липа и зелень, 250 мл	
16	Аэрозольный баллон с триггером, Кофе и кардамон, 250 мл	
17	Сменный аэрозольный баллон, Кашемир и дерево, 250 мл	
18	Сменный аэрозольный баллон, Жасмин и ваниль, 250 мл	
19	Сменный аэрозольный баллон, Сакура и вишня, 250 мл	
20	Сменный аэрозольный баллон, Фиалка и бергамот, 250 мл	
21	Сменный аэрозольный баллон, Имбирь и лемонграсс, 250 мл	
22	Сменный аэрозольный баллон, Персик и пион, 250 мл	
23	Сменный аэрозольный баллон, Миндаль и яблоко, 250 мл	
24	Сменный аэрозольный баллон, Гранат и нектарин, 250 мл	
25	Сменный аэрозольный баллон, Липа и зелень, 250 мл	
26	Сменный аэрозольный баллон, Кофе и кардамон, 250 мл	
27	Освежитель Липа и зелень, 300 мл	New*
28	Освежитель Гранат и нектарин, 300 мл	New*

1 Новинка.



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА



Выкладка вертикальным единым блоком на 5 полок и более. Кнорр в центре категории и на Лучшей полке.



Направление движения покупателей

## ЦЕЛЕВАЯ ДОЛЯ ПОЛКИ

**Категория «Приправы и продукты быстрого приготовления, не учитывая лапшу»**

Кнорр чашки супа.....	55%
Кнорр приправы на второе.....	10%
Кнорр ароматные приправы.....	5%
Кнорр супы для быстрого домашнего приготовления.....	5%

**Категория «Готовая еда»**

Кнорр готовые супы-пюре.....	10%
------------------------------	-----

**Категория «Консервация, готовые блюда»**

Кнорр готовые супы-пюре.....	10%
------------------------------	-----

**Категория «Замороженные готовые блюда»**

Кнорр замороженные полуфабрикаты из картофеля.....	10%
--	-----



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

- 1** Кнорр должен стоять с брендом Maggi в сегментах приправы и продукты быстрого приготовления.
- 2** Кнорр «На второе» должен стоять на Лучшей полке (120–160 см).
- 3** Кнорр супы для быстрого домашнего приготовления необходимо размещать в категории супов для варки (при этом избегать размещения с «Чашками супа»). Если сегмент супов для варки в сети не выделен, то размещаем в общем бренд-блоке.
- 4** Если Кнорр супы для быстрого домашнего приготовления стоят в бренд-блоке, то их необходимо ставить на границе Кнорр и Maggi, на полке с приправами «На второе».

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Кнорр » Maggi



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

- 1** Готовые супы-пюре Кнорр рекомендовано размещать в холодильниках с готовой едой.
- 2** Готовые супы-пюре Кнорр должны дублироваться в категории Консервация.
- 3** Дополнительные места продажи готовых супов-пюре Кнорр: полка со здоровой едой и категория Овощи.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Кнорр » Maggi

# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫКЛАДКЕ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ

## СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ (КРІ КАТЕГОРИИ)

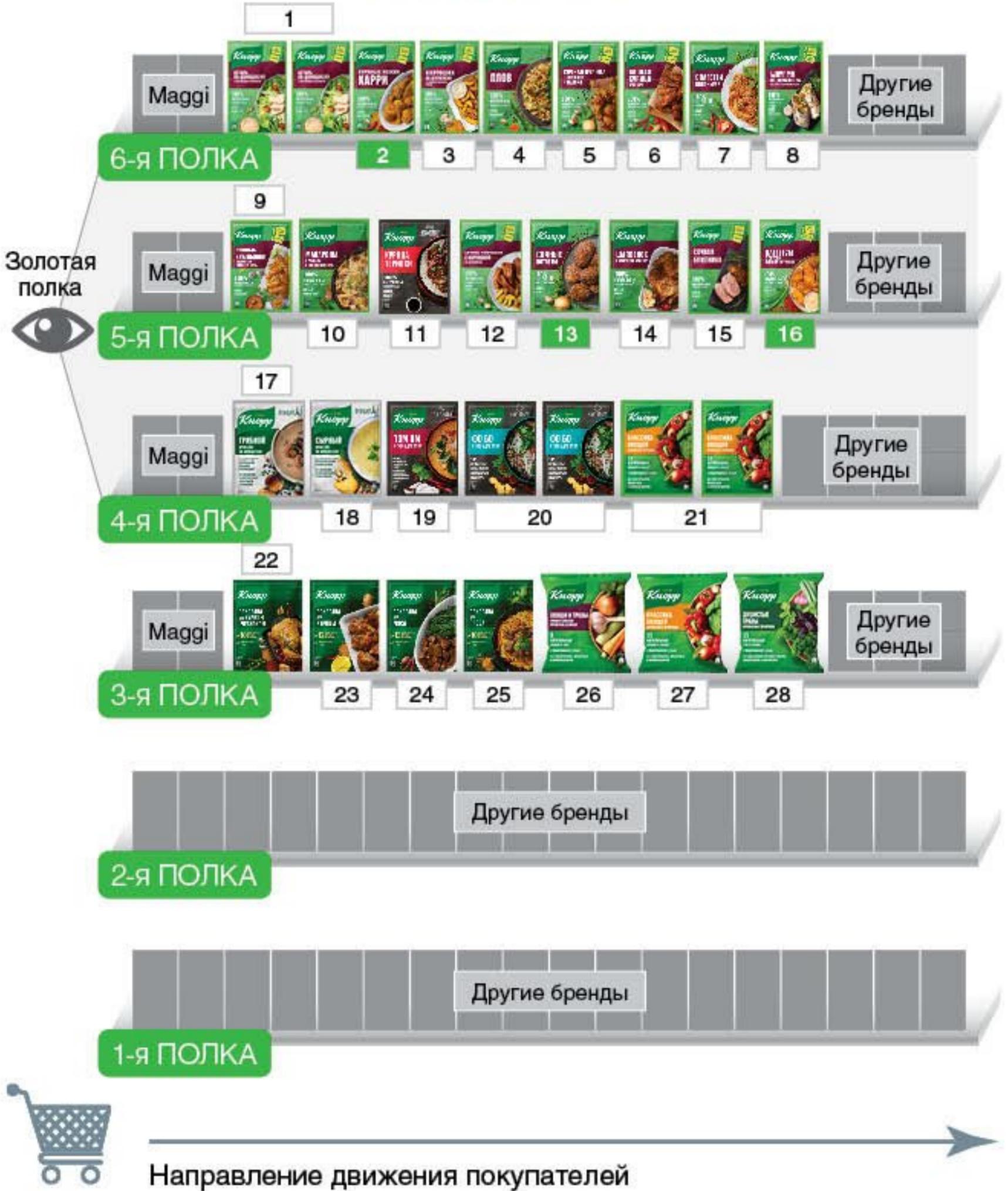
- 1** Замороженные полуфабрикаты из картофеля Кнорр рекомендовано размещать в холодильнике глубокой заморозки с готовой едой в соседстве с пиццей, замороженными готовыми вторыми блюдами, готовыми кулинарными изделиями с мясом, курицей сыром и т.д., готовыми овощными и растительными блюдами.
- 2** НЕ РЕКОМЕНДОВАНО СОСЕДСТВО с замороженными овощами, картофелем фри, пельменями.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОСЕДСТВО БРЕНДОВ

Кнорр » Maggi



## БРЕНД КНОРР

ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА  
БРЕНД-БЛОКА

• 2 Новинка.



## БРЕНД KNORR

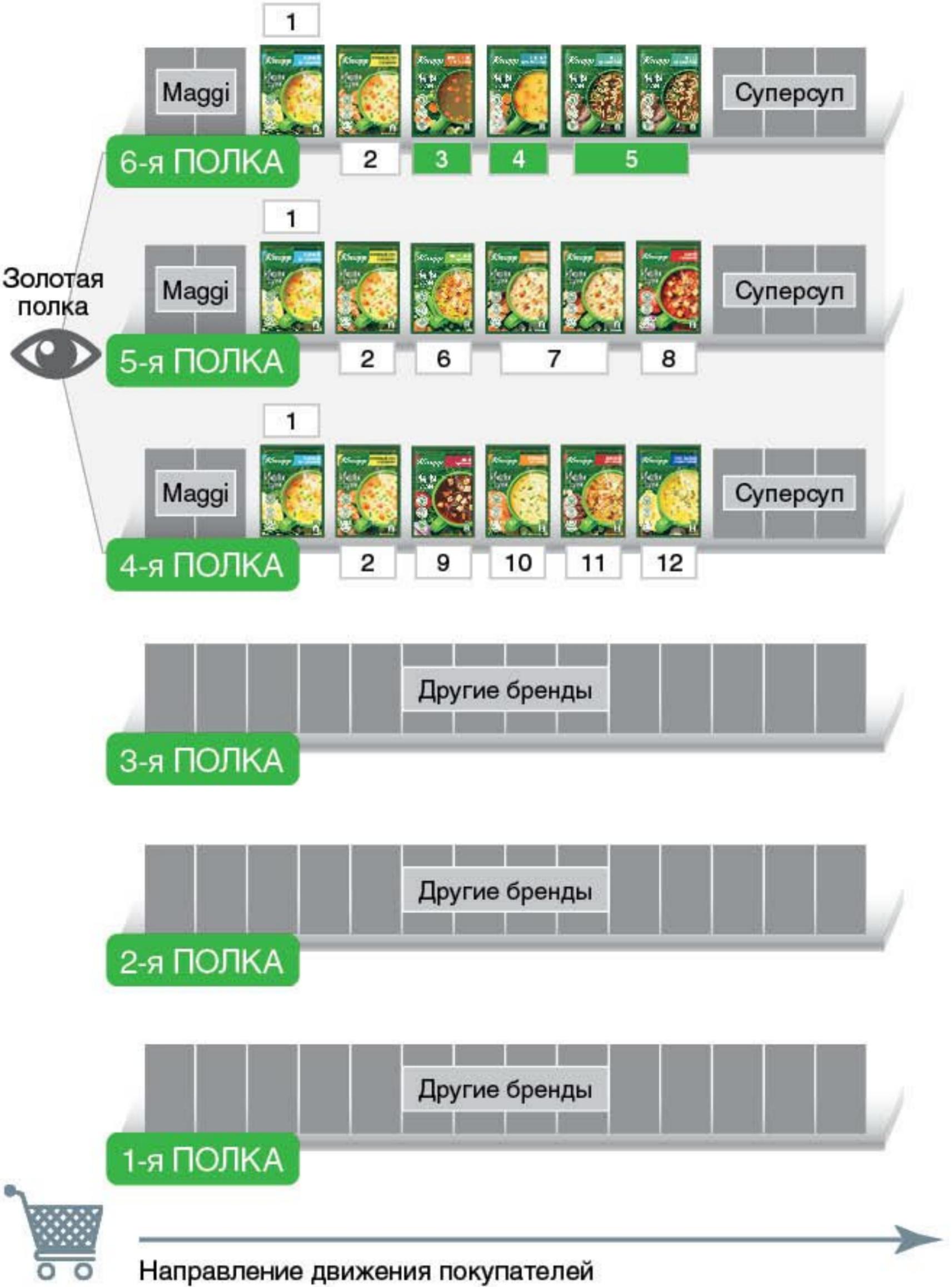
## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Цезарь по-домашнему с хрустящими сухарикам, 30 г
- 2 Для приготовления куриных ножек карри, 28 г New\*
- 3 Картошка по-деревенски со сливочно-чесночным соусом, 28 г
- 4 Плов, 27 г
- 5 Сочная курица с чесноком и травами, 27 г
- 6 Сочная курица барбекю, 26 г
- 7 Спагетти болоньезе, 25 г
- 8 Шаурма по-домашнему с нежным чесночным соусом, 32 г
- 9 Сочные крылышки в горчишно-медовом соусе, 23 г
- 10 Макароны с грибами в сливочном соусе, 26 г
- 11 Курица терияки, 28 г
- 12 Сочные ребрышки с картошкой по-деревенски, 23 г
- 13 Сочные котлеты, 27 г New\*
- 14 Цыпленок в хрустящей корочке, 29 г
- 15 Сочная буженина, 30 г
- 16 Наггетсы с соусом тысяча островов, 49 г New\*
- 17 Ароматный грибной крем-суп по-французски, 48 г
- 18 Ароматный сырный крем-суп по-французски, 49 г
- 19 Основа для супа том ям, 31 г
- 20 Основа для супа фо бо, 20 г
- 21 Универсальная ароматная «Классика овощей», 75 г
- 22 Приправа для курицы с чесноком, 25 г
- 23 Приправа для курицы, 25 г
- 24 Приправа для мяса, 25 г
- 25 Приправа для плова, 25 г
- 26 Универсальная приправа деликат «Овощи и травы», 200 г
- 27 Универсальная ароматная приправа «Классика овощей», 200 г
- 28 Универсальная ароматная приправа «Душистые травы», 200 г



# БРЕНД КНОРР

## ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА



• 3 Новинка.



## БРЕНД KNORR

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Сырный суп с сухариками, 15,6 г
- 2 Куриный суп с сухариками, 16 г
- 3 Минестроне по-итальянски, 13,5 г
- 4 Рыбный суп по-скандинавски, 17,5 г
- 5 Фо бо по-вьетнамски, 17,5 г
- 6 Гороховый суп с сухариками, 21 г
- 7 Грибной суп с сухариками, 15,5 г
- 8 Харчо с сухариками, 13,7 г
- 9 Борщ с сухариками, 14,8 г
- 10 Куриный суп с лапшой, 13 г
- 11 Мясной суп с лапшой, 13 г
- 12 Суп-лапша с сыром и грибами, 15,5 г

New\*

New\*

New\*

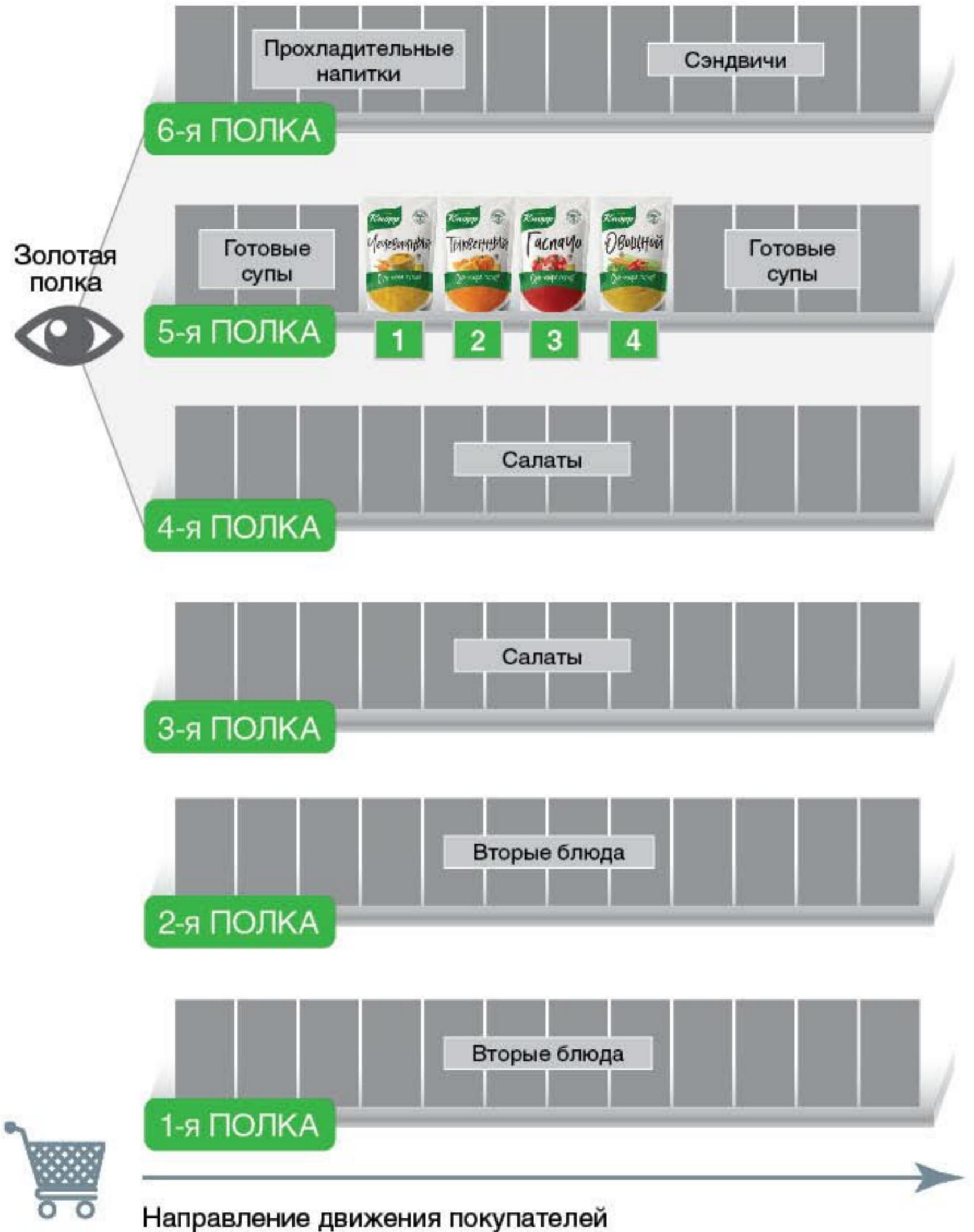
3 Новинка.



# БРЕНД КНОРР

ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

ОСНОВНОЕ МЕСТО ПРОДАЖИ –  
ХОЛОДИЛЬНИКИ С ГОТОВОЙ ЕДОЙ

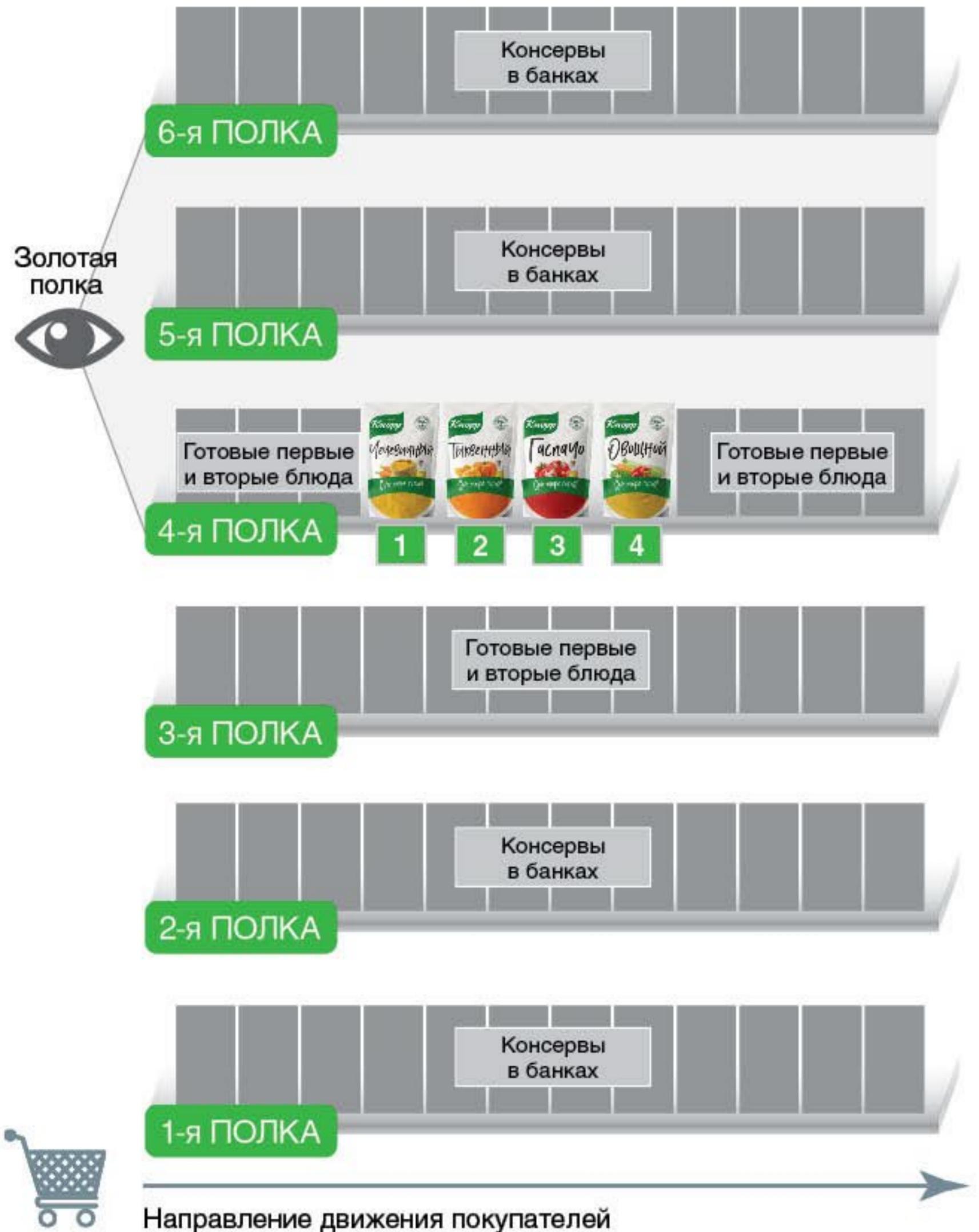


• 1 Новинка.



## БРЕНД КНОРР

ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

ДУБЛИРОВАНИЕ ПРОДУКТА  
В КАТЕГОРИИ КОНСЕРВЫ

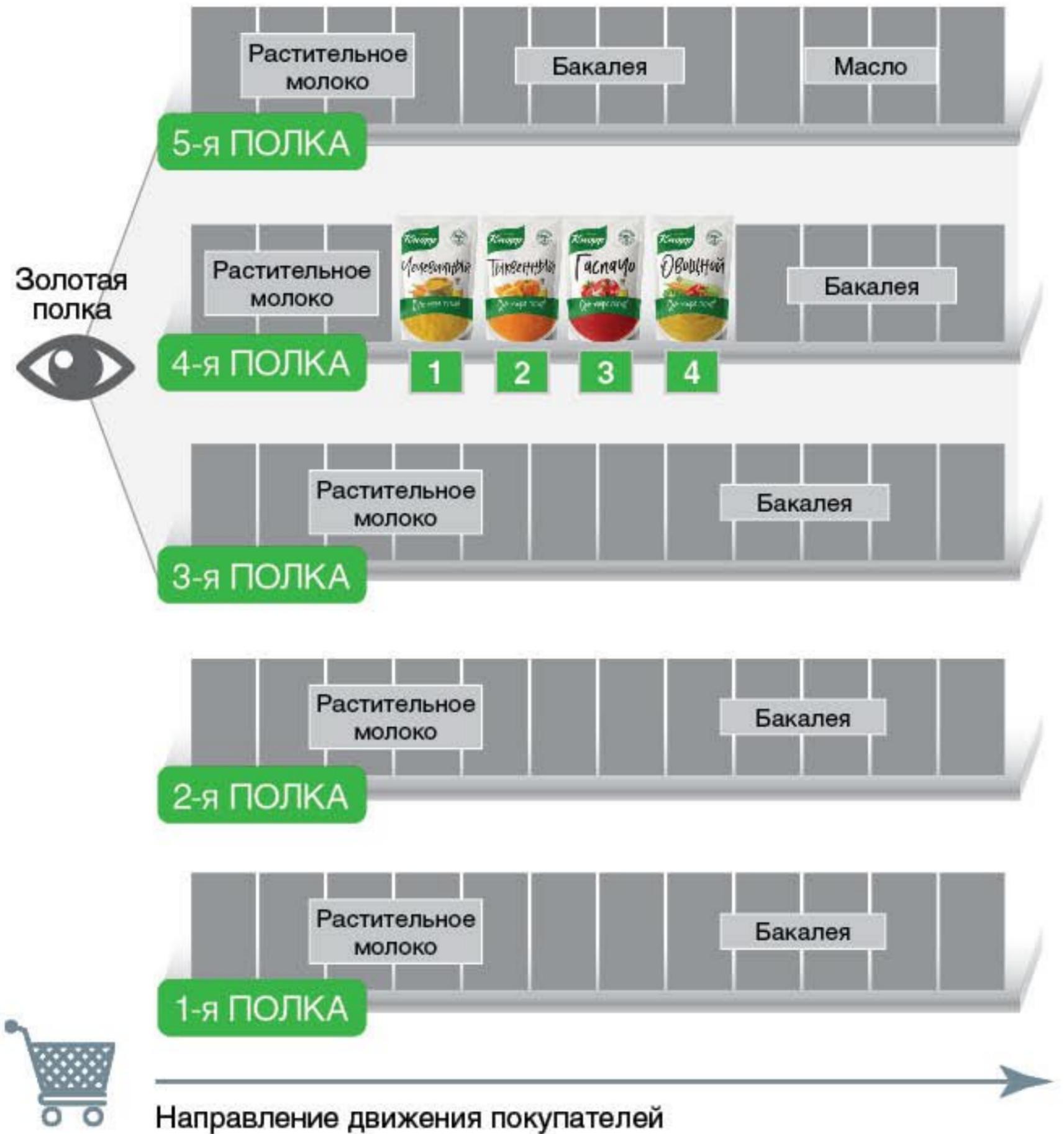
• 1 Новинка.



# БРЕНД КНОРР

ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ МЕСТО ПРОДАЖИ –  
ПОЛКА СО ЗДОРОВОЙ ЕДОЙ



• 1 Новинка.





# БРЕНД КНОРР

## КРІ БРЕНДА

- 1** Готовые супы-пюре Кнорр рекомендовано размещать в холодильниках с готовой едой.
- 2** Готовые супы-пюре Кнорр должны дублироваться в категории Консервация.
- 3** Дополнительные места продажи готовых супов-пюре Кнорр: полка со здоровой едой и категория Овощи.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

1	Суп-пюре тыквенный, 250 г	New*
2	Суп-пюре чечевичный, 250 г	New*
3	Суп-пюре гаспачо, 250 г	New*
4	Суп-пюре овощной, 250 г	New*

**1** Новинка.



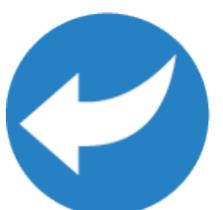
# БРЕНД КНОРР

ПЕРВИЧНАЯ ВЫКЛАДКА БРЕНД-БЛОКА

РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫКЛАДКЕ:  
ХОЛОДИЛЬНИК ГЛУБОКОЙ ЗАМОРОЗКИ  
С ГОТОВОЙ ЕДОЙ



• 1 Новинка.



# БРЕНД КНОРР

## КРІ БРЕНДА

- 1** Замороженные полуфабрикаты из картофеля Кнорр рекомендовано размещать в холодильнике глубокой заморозки с готовой едой в соседстве с пиццей, замороженными готовыми вторыми блюдами, готовыми кулинарными изделиями с мясом, курицей сыром и т.д., готовыми овощными и растительными блюдами.
- 2** НЕ РЕКОМЕНДОВАНО СОСЕДСТВО с замороженными овощами, картофелем фри, пельменями.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

1	Хашбрауны из картофеля, 280 г	New*
2	Байтсы из картофеля, 400 г	New*
3	Палочки из картофеля со сладким перцем, 400 г	New*

**1** Новинка.



# ПРАВИЛА ВЫКЛАДКИ МОРОЖЕНОГО

- Выкладку мороженого необходимо осуществлять придерживаясь правил, установленных планаграммами индивидуально для канала/ региона/ типа холодильного оборудования
- В зависимости от времени года планаграммы корректируются
- Мороженое необходимо выкладывать лицевой стороной (этикеткой) вверх
- Объемное мороженое форматов ванна, пинта, пластиковый стакан выкладывать строго вертикально (крышкой вверх) во избежание порчи продукта
- Продукты без содержания заменителей молочного жира – вкладывать отдельно от остальных (в т.ч. льдов).
- Мороженое бренда «Золотой стандарт» необходимо выкладывать одним блоком (не разрывая)
- Детское мороженое размещается внизу сетки
- Ассортимент СОС и NPD необходимо выкладывать по центру блока

## ПРИМЕР ВЫКЛАДКИ В МОРОЗИЛЬНОЙ КАМЕРЕ С 5 СЕТКАМИ:



# ПРАВИЛА ВЫКЛАДКИ МОРОЖЕНОГО В БОНЕТЕ

- Ассортимент «Инмарко» должен быть выложен слева от конкурентного.
- В основе выкладки – разделение на импульсное (до 170г) и для дома (от 171г).
- Порционное мороженое на жировой основе (не менее 95%) выкладываем отдельным блоком, не смешивая с мороженым на фруктовой основе.
- Так же соблюдается выделение мороженого БЗМЖ.

## ФОРМАТЫ МОРОЖЕНОГО РАЗМЕЩАЕМ ПО ПОПУЛЯРНОСТИ:



Внутри формата мороженое размещаем по брендам производителей. Конкурирующие бренды в одной ценовой категории размещаем рядом друг с другом.



30 лет  
Инмарко

# НОВИНКИ 2025



Магнат  
GOLD



Макс  
COLA BOOM



Ms. Круизо  
Сочный Ананас



Инмарко  
Peache lychee



Пинта  
Ice-Ice Disco



Сэндвич  
Ice-Ice Cookie



# СХЕМАГРАММА. ЗОНА ПРИКАССЫ

В СЛУЧАЕ РАЗМЕЩЕНИЯ  
СРЕДИ ПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ



• **6** Core of the Core.



# СХЕМАГРАММА. ЗОНА ПРИКАССЫ

## В СЛУЧАЕ РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДИ ПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ

- 1 Размещение на прикассовой зоне приоритетно отдельно от пищевой продукции.
- 2 Маски необходимо размещать на крючках.
- 3 Первый приоритет для размещения на прикассе – Спреи для полости рта. Рекомендуется размещение в категории жевательных резинок и средств освежения дыхания.
- 4 Второй приоритет для размещения на прикассе – Кремы для рук 30-45 мл.
- 5 Третий приоритет – Маски и патчи для лица. Маски по приоритетности Чистая линия, Чёрный жемчуг.
- 6 Четвёртый приоритет Кремы для лица, Средства для очищения лица и Кремы для рук от 50мл, Маски перчатки Бархатные ручки и Маски носочки Сто рецептов красоты.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Чистая линия бальзам для губ 3-в-1 питание увлажнение смягчение Ромашка, 4 г
- 2 Чистая линия тканевая маска для лица Идеальная кожа (маска-ситуация), 1 шт
- 3 Черный жемчуг тканевая маска для лица Гиалурон филлер-эффект, 1 шт
- 4 Черный жемчуг патчи для лица Питание, 1 шт
- 5 Happy moments Лисичка крем детский, 45 мл
- 6 Бархатные ручки крем для рук Питательный, 80 мл CoC
- 7 Бархатные ручки крем для рук Основной уход, 45 мл
- 8 Бархатные ручки крем для рук Райское масло бабасу, 30 мл
- 9 Бархатные ручки крем-бальзам для рук SOS-восстановление, 45 мл
- 10 Чистая линия крем Увлажняющий дневной для нормальной и комбинированной кожи, 40 мл CoC
- 11 Чистая линия скраб Очищающий абрикосовый, 50 мл CoC
- 12 Черный жемчуг дневной крем для лица Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 13 Черный жемчуг пенка-мусс для умывания Питание, 150 мл CoC



# СХЕМАГРАММА. ЗОНА ПРИКАССЫ

В СЛУЧАЕ РАЗМЕЩЕНИЯ  
СРЕДИ НЕПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ



• 6 Core of the Core.



# СХЕМАГРАММА. ЗОНА ПРИКАССЫ

## В СЛУЧАЕ РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДИ НЕПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ

- 1 Размещение на прикассовой зоне приоритетно отдельно от пищевой продукции.
- 2 Маски необходимо размещать на крючках.
- 3 Первый приоритет для размещения на прикассе – Спреи для полости рта. Рекомендуется размещение в категории жевательных резинок и средств освежения дыхания.
- 4 Второй приоритет для размещения на прикассе – Кремы для рук 30-45 мл.
- 5 Третий приоритет – Маски и патчи для лица. Маски по приоритетности Чистая линия, Чёрный жемчуг.
- 6 Четвёртый приоритет Кремы для лица, Средства для очищения лица и Кремы для рук от 50мл, Маски перчатки Бархатные ручки и Маски носочки Сто рецептов красоты.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫКЛАДКИ

- 1 Чистая линия бальзам для губ 3-в-1 питание увлажнение смягчение Ромашка, 4 г
- 2 Чистая линия тканевая маска для лица Идеальная кожа (маска-ситуация), 1 шт
- 3 Черный жемчуг тканевая маска для лица Гиалурон филлер-эффект, 1 шт
- 4 Черный жемчуг патчи для лица Питание, 1 шт
- 5 Happy moments Лисичка крем детский, 45 мл
- 6 Бархатные ручки крем для рук Питательный, 80 мл CoC
- 7 Бархатные ручки крем для рук Основной уход, 45 мл
- 8 Бархатные ручки крем для рук Райское масло бабасу, 30 мл
- 9 Бархатные ручки крем-бальзам для рук SOS-восстановление, 45 мл
- 10 Чистая линия крем Увлажняющий дневной для нормальной и комбинированной кожи, 40 мл CoC
- 11 Чистая линия скраб Очищающий абрикосовый, 50 мл CoC
- 12 Черный жемчуг дневной крем для лица Экстремальное увлажнение, 50 мл
- 13 Черный жемчуг пенка-мусс для умывания Питание, 150 мл CoC

6 Core of the Core.

