

www.sava.ru

Сеть канцелярских  
маркетов

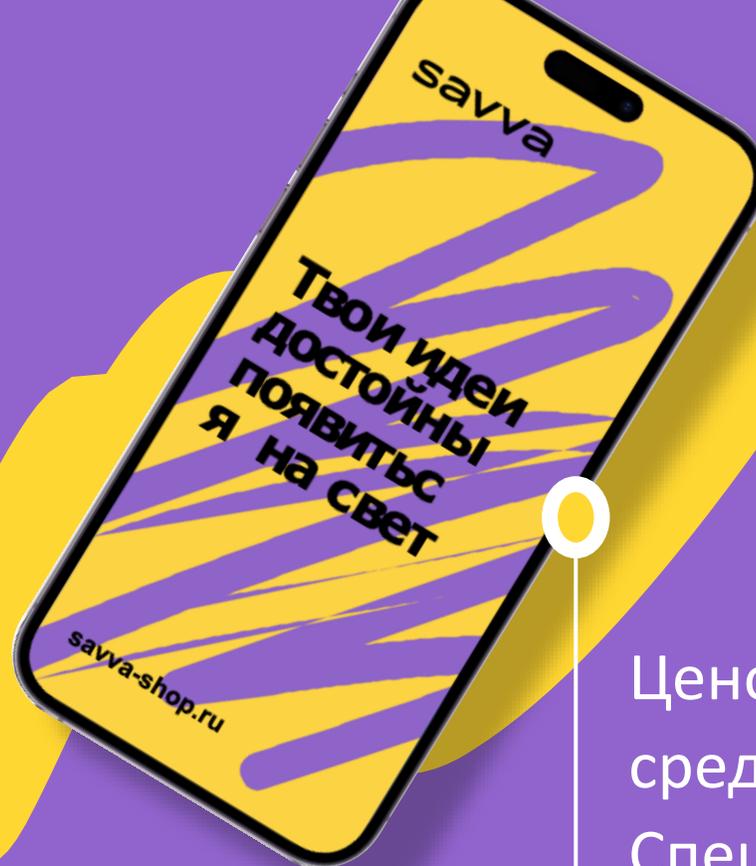
# КТО МЫ

На рынке  
с 2015г.

# 10

маркетов  
в СПб и ЛО

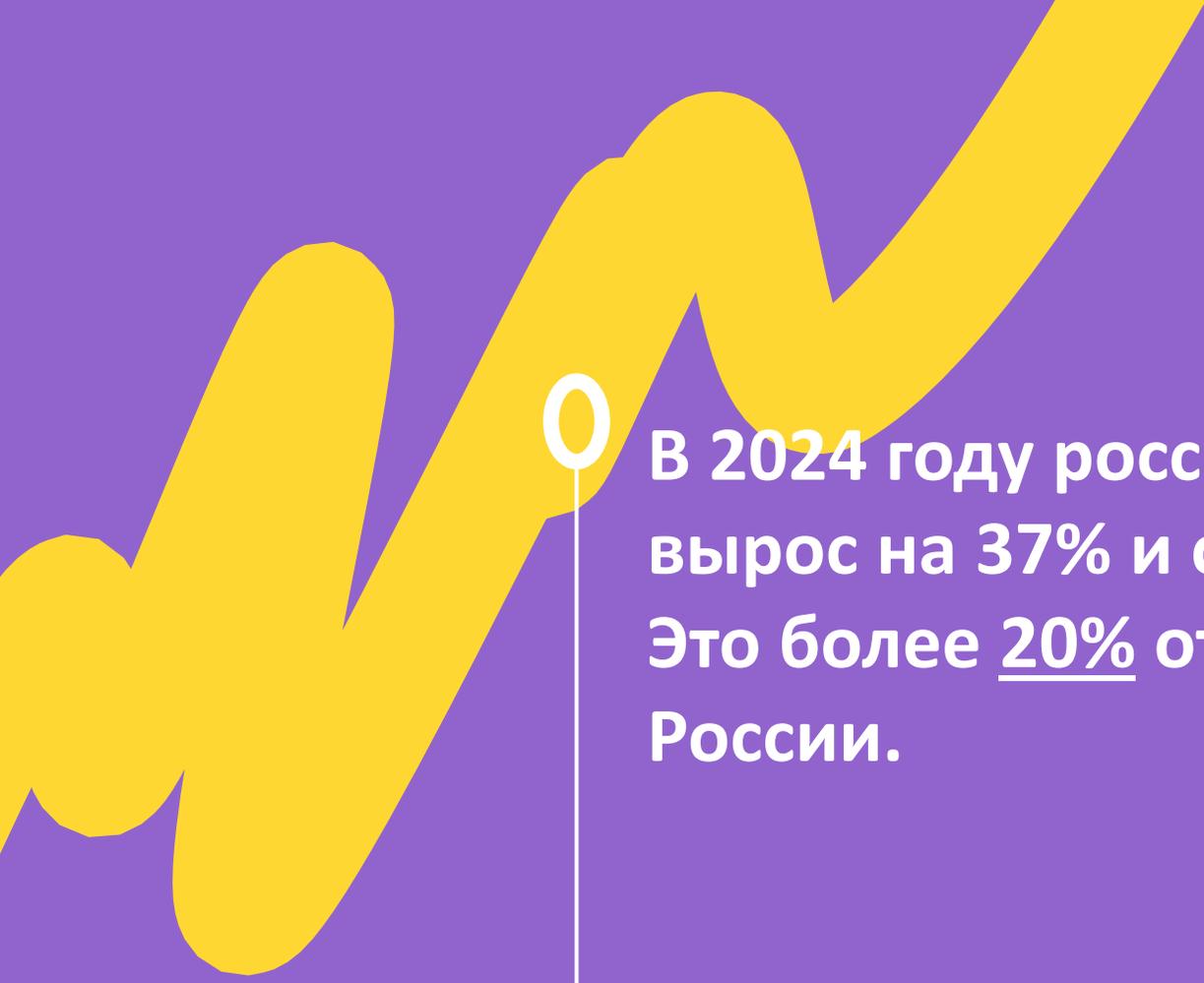
- \* Отличаемся от других
- \* Умеем продавать  
высокий сегмент
- \* Лидеры по продажам  
дорогих канцтоваров в  
регионе



Ценовой сегмент – высокий  
средний.

Специализация -  
канцелярские товары – 50%  
ассортимента. Остальное –  
творчество, игры, подарки,  
сезонные товары.

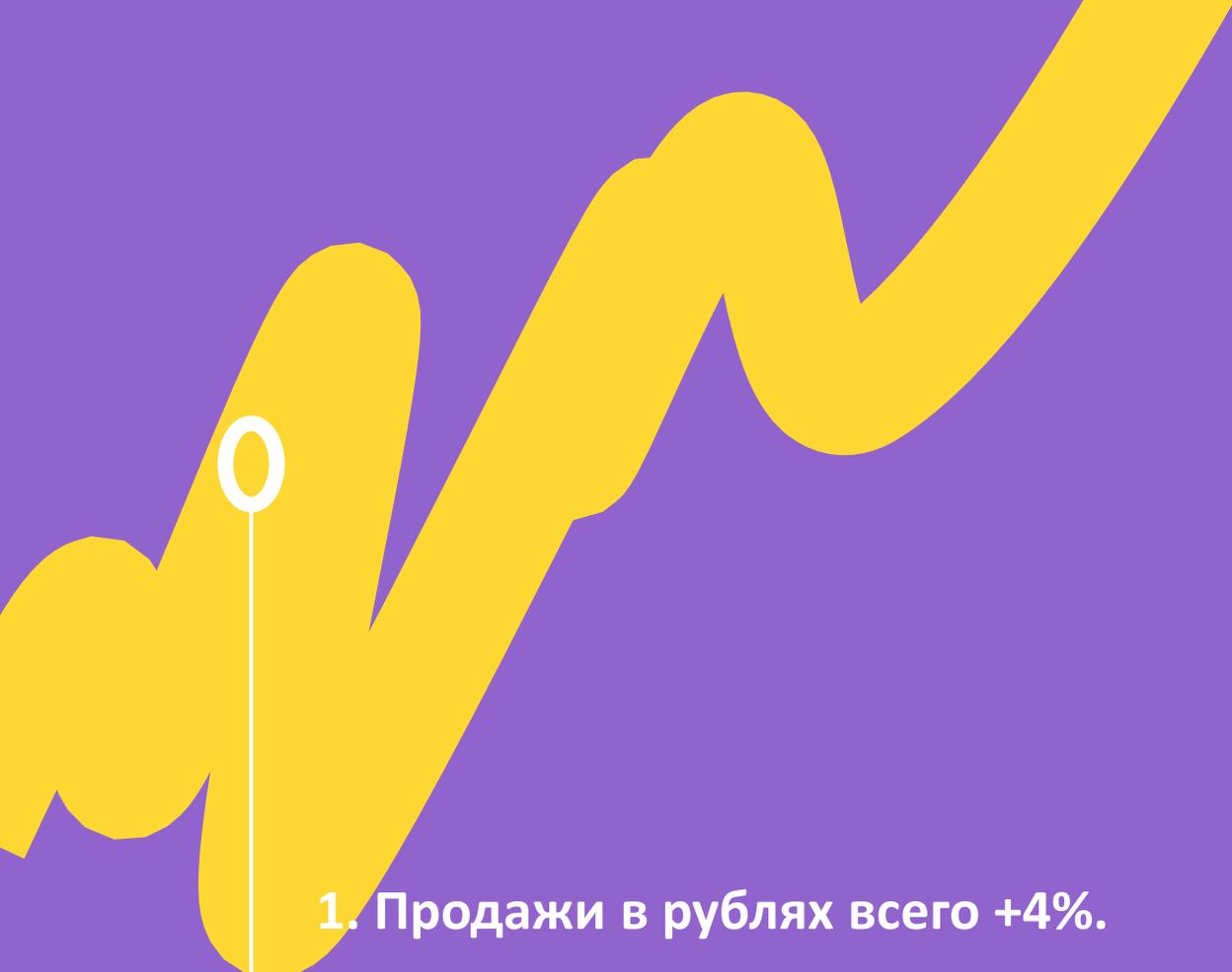
# Онлайн

A thick, yellow, wavy line graphic that starts from the left edge of the slide and trends upwards towards the top right. It has several peaks and valleys, resembling a stylized line graph or a decorative flourish. A white circle is positioned at the start of a vertical white line that extends downwards from the line's path.

0

В 2024 году российский рынок онлайн-торговли вырос на 37% и составил 11,3 триллиона рублей. Это более 20% от всех розничных продаж в России.

Прогноз на 2025 год: рынок вырастет на 32%, до 14,9 триллиона рублей. Это примерно 26% от всех розничных продаж.



0

1. Продажи в рублях всего +4%.

2. Продажи в штуках падают 10-15%

3. Маржинальность падает

### Динамика недовольственного онлайн-ритейла в 2024 году, %

Категории товаров	Прирост
Одежда, обувь и аксессуары	-2
Лекарства и медицинские товары	9
Товары для строительства, ремонта и дачи	10
Универсальные магазины	-11
Телеком оборудование и услуги	16
Подарки и цветы	12
Мебель и предметы интерьера	5
Товары для красоты и здоровья	10
Контент и СМИ	25
Спортивные товары	9
Домашние животные	10
Ювелирные изделия и часы	15
Бытовая техника	-34
Канцтовары	2
Хобби и увлечения	-1
<b>Общий итог</b>	<b>4</b>

# КАК РОЗНИЦЕ КОНКУРИРОВАТЬ С МАРКЕТ-ПЛЕЙСАМИ?

## РИТЕЙЛУ ПОРА МЕНЯТЬ ПАРАДИГМУ???

1. Человеческий фактор. Эмоции, живые продажи, скидки на месте, профессионалы-консультанты
2. Автоматизация. «Говорящие POS, парсинги цен, автоматизация ценообразования, закупок, продаж

# КАК ОТСТРОИТЬСЯ ОТ МП ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС?

## ПРИЕМЫ

0

1. Ценность. Образцы, пробники, накопительные системы лояльности, общение

2. Цена. Варианты:

- Вы можете влиять на поставщика
- Вы не можете влиять на поставщика

3. Ассортимент. Свои СТМ или СТМ поставщика не для МП

4. Работа с поставщиком!!! Розница должна быть в приоритете по ценам и представленности.

Меняем принципы работы с поставщиками! ВАЖНО! Пример.

# АКЦИИ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ



## 1. Акции от поставщиков:

- Для персонала магазинов Каждую неделю/месяц, много!
- Для конечных покупателей. Простота, понятность, хорошее оформление!

## 2. Собственные маркетинговые акции.

Распродажи, Товар недели, 2+1, 3+1, подарок за покупку, скидка на 2й товар

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН НА ГОД!

Обязательно привязан к сезону и ассортименту.

# ПРИМЕРЫ

Bruno Visconti

Купи 2 ручки Bruno Visconti

получи 3-ю в подарок!



**ErichKrause**

купи товары ТМ ErichKrause на сумму от 200 ₽ и получи ПОДАРОК\*

Ручка шариковая ErichKrause ColorTouch (цвета в ассортименте)



Bruno Visconti

При покупке на 350 руб.

Акция

Цанговый карандаш



Подарок за покупку

Bruno Visconti

Значок в подарок

При покупке продукции Bruno Visconti и Альт на 500 руб.

При покупке продукции Bruno Visconti и Альт на 500 руб.



Bruno Visconti

При покупке продукции Bruno Visconti и Альт на 500 руб. значок в подарок

При покупке продукции Bruno Visconti и Альт на 500 руб. значок в подарок



uni MITSUBISHI PENCIL

1+1=3

Купи 2 любые ручки JETSTREAM и получи 3-ю за 1 рубль!



АКЦИЯ

ПОПРОБУЙ НОВИНКУ!

И ПОЛУЧИ В ПОДАРОК ХИТ! САМОЗАТВЕРДЕВАЮЩУЮ ГЛИНУ

DAS TERRAKOTA 500g или 1000g

\* ПОДРОБНОСТИ У ПРОДАВЦОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ

АКЦИЯ ДЕЙСТВУЕТ ПОКА ПОДАРОКИ ЕСТЬ В НАЛИЧИИ ПОДАРОКИ В ДЕНЕЖНОМ ЭКВИВАLENTE НЕ ВЫДАЮТСЯ.

СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С [ ] ПО [ ] 2024г

\*\*ПРИ ПОКУПKE DAS WOOD 350g В ПОДАРОК DAS TERRAKOTA 500g, ПРИ ПОКУПKE DAS WOOD 700g В ПОДАРОК DAS TERRAKOTA 1000g



# ФРАНШИЗА

Основа:

1. Концепция. Дизайн.
2. Ассортимент
3. Маркетинг

- Опциональность. Мы берем на себя те блоки, которые не может взять франчайзи
- Соблюдение стандартов бренда.
- Согласованная матрица на 80%, уникальные СТМ
- Годовой маркетинговый план



# Формат

## 60-200м<sup>2</sup>

площадь

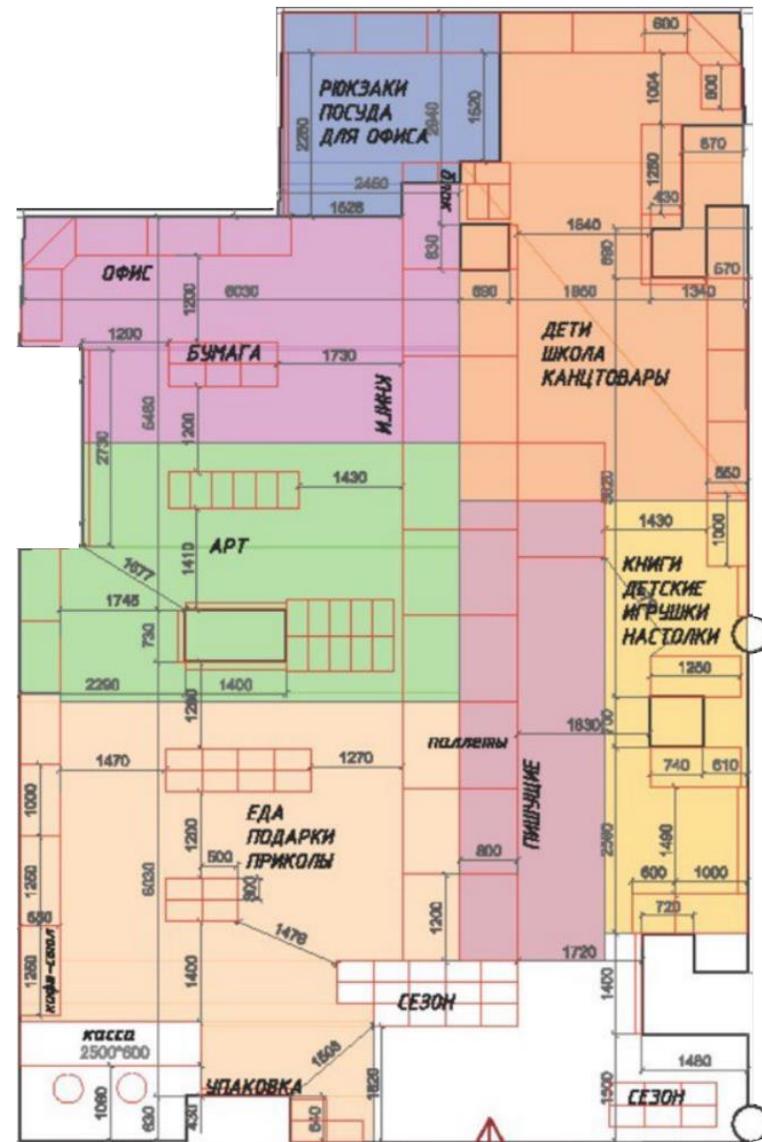
ТК

1 этаж или рядом с food зоной, не в зоне одежды

Street-retail

по дороге домой и на работу, около остановок транспорта или метро, возле учебных учреждений

- Новое открытие
- Реновация действующего магазина



# Немного финансов

Срок окупаемости – 2 года.  
Срок жизни магазина без  
глобальных изменений – 5 лет

## Инвестиции:

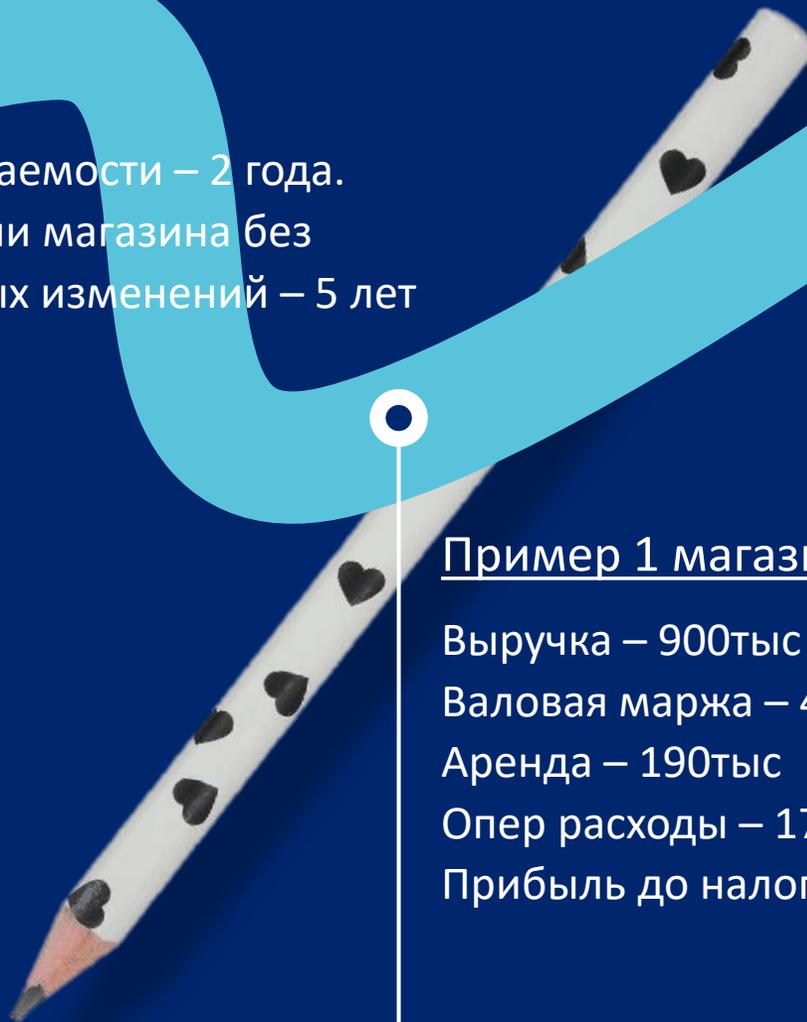
Открытие: проекты,  
оборудование, вывеска,  
небольшой ремонт и прочее  
– 2,5 млн руб.  
Товарный остаток – 1,5–2,5  
млн руб.

## Пример 1 магазина, февраль

Выручка – 900тыс  
Валовая маржа – 450тыс  
Аренда – 190тыс  
Опер расходы – 170тыс  
Прибыль до налогов – 90тыс

Ключевые показатели магазина:

1. Прибыльность
2. Валовая маржа
3. Оборачиваемость
4. Рентабельность





**savva** ПОДЧЕРНИ  
СВОЮ  
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ







**bavva**

ПОДАРОК СВОЮ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ

ПОДАРКИ • СУВЕНИРЫ  
**КАНЦТОВАРЫ**  
ХУДОЖКА • СЛАДОСТИ • НАСТОЛКИ

# sava

ПОДЧЕРКНИ СВОЮ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ











www.sawva