

# ЦЕНТР ЗАКУПОК НАОБОРОТ



## МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВ

Главный редактор журнала «Логистика»

29 февраля 2012 года КВК «Империя» впервые провела специальную программу «Активные Сетевые Продажи» для экспонентов выставки «СJF-Детская Moda».

Суть примененной технологии в следующем: представитель специализированной торговой сети (закупщик) по заранее проложенному маршруту посещает стенды экспонентов выставки (поставщиков). Его сопровождает координатор организатора программы. На стенде проходят переговоры в рамках установленного времени. Поставщики могут «показать товар лицом», ответить на вопросы. Закупщики — «пощупать» товар, посмотреть документы, уточнить любые детали. Все остальное зависит от искусства переговорщиков. Получается своеобразный «Центр Закупок Сетей» — только наоборот. Такой формат позволяет поставщикам провести переговоры с потенциальными стратегическими заказчиками «на своей территории», в полной мере продемонстрировав конкурентные преимущества товаров.

Технология «Центр Закупок Сетей» зарегистрирована как торговая марка компании КВК «Империя» и также представляет собой переговорный процесс между закупщиками и поставщиками в рамках выставок. Основное отличие в том, что здесь стационарно располагаются закупщики, а поставщики по заранее согласованному графику приходят к ним на переговоры. Технология мобильна и компактна. В отдельном помещении стоят столы, за которыми располагаются представители сетей. В определенное время к ним подсаживаются поставщики и начинаются переговоры. Но здесь поставщик ограничен площадью стола — он не может в полной мере представить свой товар, ведь не захватишь с собой весь ассортимент. Поэтому в ход идут каталоги, прайс-листы, сертификаты, отдельные образцы и т.п.



Обе технологии КВК «Империя» удачно дополняют друг друга. По словам Директора департамента конференций Андрея Подлеснова, в Москве «Активные Сетевые Продажи» проводятся впервые. А вот в Санкт-Петербурге компания организует их уже три года в рамках выставок продовольственной тематики.

На выставке «СJF-Детская Moda» в рамках программы 20 коммерческих директоров и руководителей отделов закупок 14 специализированных и мультиформатных сетевых ритейлеров организованно посетили стенды всех компаний-участников программы. В ней приняли участие закупщики таких сетей, как «Дети», «Здоровый малыш», «Седьмой Континент», «Утконос»,



«Сток-Центр» и др. Всего в течение дня было проведено около 120 переговоров о поставках в сети.

### МНЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

По итогам специальной программы «Активные сетевые продажи» был проведен опрос среди поставщиков и производителей. Респонденты сошлись во мнении, что данное мероприятие — полезная и продуктивная инициатива КВК «Империя». По словам Нины Мухаметовой, руководителя московского представительства ЗАО «Псковская швейная фабрика «Славянка», такая программа на выставке позволяет завязать первый личный контакт между производителем и представителями розничных сетей, что крайне важно. Пока данное мероприятие только начинает развиваться, поэтому сетей, принимающих в нем участие, не так много. Конечно, поставщики хотят, чтобы количество участников со стороны розницы увеличивалось. Как отметила Ирина Сарычева, руководитель направления франчайзинга компании De Salitto, благодаря такому мероприятию появляются интересные предложения и новые возможности для компаний-поставщиков, а налаживание деловых контактов в рамках данной программы достаточно эффективно.

Большинство поставщиков отметили, что для них «Активные Сетевые Продажи» могут быть эффективнее «Центра Закупок Сетей™», поскольку представители розничных сетей приходят к ним на стенд.

Здесь поставщики и производители имеют возможность наглядно продемонстрировать свой товар и пообщаться с закупщиками более обстоятельно, обсудив множество важных рабочих моментов в спокойной обстановке. Кроме того, каждая компания заинтересована в том, чтобы как можно больше заинтересованных лиц узнавали о ней и о ее продукции, чему способствует программа «Активные Сетевые продажи».

### НЕМНОГО ИСТОРИИ

В 2005 году на выставке «Торговля и склад» ее директор Елена Соловей предложила посетителям новую технологию под названием «С гидом по экспозиции». До выставки потенциальным посетителям предлагались своего рода тематические экскурсии, например, «Торгово-кассовое оборудование» или «Стеллажное оборудование». Сформированные группы по проложенному маршруту водил гид. На стенде представитель компании-экспонента проводил презентации своей продукции, раздавал материал. Дальше шел обмен визитками. Переговорный процесс был уже следующим этапом. Так впервые в России появилась технология «экскурсий по выставке».

# ПОСТАВЩИКИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ И NON-FOOD: РАЗНЫЕ ПОДХОДЫ К РАБОТЕ С СЕТЯМИ

В прошлом номере журнала мы рассказали вам о том, как поставщики сегмента non-food работают с розничными сетями. В этот раз маркетологи компании «Агентство Маркет Гайд» выясняли, как взаимодействуют с сетями поставщики продовольствия. Результаты опроса однозначны: «пищевики», в отличие от non-food, выстраивают стратегию работы.

Опрос поставщиков «Агентство Маркет Гайд» проводило на VII Всероссийском торговом форуме «Компетентный поставщик-2012. Стратегии работы с розничными сетями». Организатор форума — компания «Империя», мероприятие проходило в ЦВК «Экспоцентр». Выборка составила около 15% слушателей и участников форума. Респонденты отвечали на несколько вопросов. Как и в прошлый раз, маркетологов больше всего интересовало, есть ли у компании стратегия по работе с сетями и из чего она состоит.



По сравнению с опросом на январском форуме «Эффективный поставщик non-food. Стратегия-2012», количество поставщиков продовольственных товаров, у которых существует стратегия по работе с сетями, оказалось гораздо выше. Интересно, что большинство компаний, у которых отсутствует стратегия, посетили форум «Империи» именно для того, чтобы ее разработать.

Следующий вопрос, на который отвечали респонденты, касался взаимодействия компаний-поставщиков и сетей до кризиса, во время и после него. Здесь участники двух опросов проявили большее единодушие. Как на форуме «Эффективный поставщик non-food. Стратегия-2012» участники форума «Компетентный поставщик-2012».

Стратегии работы с розничными сетями говорили о том, что глобально кризис не повлиял на взаимоотношения с сетями. Конечно, такой ответ чаще можно было услышать от представителей крупных компаний, давних игроков рынка, а «новички» зачастую утверждали, что сети ужесточили отбор поставщиков. Региональные же игроки справедливо жаловались на сложности в налаживании работы со столичными сетями. Московские сети предлагают слишком большие бюджеты, которые регионалам просто не «потянуть», а также повышают ставки на вход в сеть.

И крупные компании, и новички рынка, и региональные игроки солидарны в одном — форумы «Империи» помогают поставщикам и сетям наладить контакт, дают прекрасную возможность завести полезные бизнес-знакомства, провести переговоры и заключить выгодные сделки.

**МАРГАРИТА ПАПАЯН**

Специалист по информационной поддержке, журнал «Логистика»

<sup>1</sup> Журнал «Логистика». — 2012. — №2. — с. 5.

26-27 АПРЕЛЯ 2012  
LOTTE HOTEL MOSCOW

forum  
**imperia**  
www.imperiaforum.ru



IX Всероссийский Антикризисный  
**ТОРГОВЫЙ ФОРУМ**

С ЦЕНТРОМ ЗАКУПОК СЕТЕЙ™  
FOOD/NON-FOOD

## Компетентный Поставщик-2012:

Стратегии работы с розничными сетями food/non-food

### В ПРОГРАММЕ ФОРУМА:

- ✓ **Конференция**  
Собственникам и топ-менеджерам
- ✓ **Интегрированная программа**  
Руководителям отделов продаж
- ✓ **Центр Закупок Сетей™**  
Поставщикам товаров food/non-food

**3** простых способа  
участия



Тел./факс:  
E-mail:  
Вебсайт:

**(495) 730 7906, (812) 327 4918**  
imperia@imperiaforum.ru  
www.no-crysis.ru