

БРИФ
НА РАЗРАБОТКУ СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО МАРКЕТИНГА
(TRADE MARKETING)

ДАННЫЕ О ТОВАРЕ	
<p>Укажите название торговой марки, для которой планируется мероприятие по торговому маркетингу</p>	
<p>Опишите товар/компанию (специализацию, товарную категорию, отличительные характеристики, позиционирование продукта/компания, ценовой сегмент, сезонность ...)</p>	
<p>Дайте краткое описание текущей ситуации на рынке, в той нише, где находится Ваш продукт/компания (укажите приоритетных конкурентов, тенденции, перспективы и т.д.)</p>	



ТРЕБОВАНИЯ К МЕРОПРИЯТИЮ ПО ТОРГОВОМУ МАРКЕТИНГУ

<p>Укажите цели, которые должны быть достигнуты после проведения мероприятия по торговому маркетингу</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> вывод на рынок нового бренда или новой товарной категории <input type="checkbox"/> поддержание рекомендуемого ассортимента товара <input type="checkbox"/> формирование запасов товара под маркетинговую активность <input type="checkbox"/> увеличение уровня дистрибуции продукта <input type="checkbox"/> стимулирование увеличения объема продаж <input type="checkbox"/> содействие распродажам товарных остатков <input type="checkbox"/> формирование и поддержание лояльности торгового персонала <input type="checkbox"/> повышение уровня знаний продавцов о продукте <input type="checkbox"/> повышение узнаваемости торговой марки <input type="checkbox"/> поддержка проводимой акции для потребителей <input type="checkbox"/> другое _____ 																				
<p>Укажите целевую аудиторию, на которую будет направлено мероприятие по торговому маркетингу</p>	<p>Категория торговых посредников</p>		<p><input type="checkbox"/> руководители торговых предприятий</p>																		
	<p><input type="checkbox"/> крупнооптовые предприятия</p>	<p>Кол-во</p>	<p><input type="checkbox"/> менеджеры по закупкам, категориальные менеджеры</p>																		
	<p><input type="checkbox"/> мелкооптовые предприятия</p>	<p>Кол-во</p>	<p><input type="checkbox"/> менеджеры по продажам, продавцы-консультанты</p>																		
<p>Укажите сроки проведения мероприятия</p>	<p><input type="checkbox"/> розничные торговые точки (ТТ)</p> <table border="1" data-bbox="497 1003 1536 1529"> <thead> <tr> <th>Категория</th> <th>Кол-во ТТ</th> <th>Примечание (название, специализация, город)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> торговые сети</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> торговые киоски</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> торговые павильоны на рынках</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> магазины формата «у дома»</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> несетевая розница</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Категория	Кол-во ТТ	Примечание (название, специализация, город)	<input type="checkbox"/> торговые сети			<input type="checkbox"/> торговые киоски			<input type="checkbox"/> торговые павильоны на рынках			<input type="checkbox"/> магазины формата «у дома»			<input type="checkbox"/> несетевая розница		
Категория	Кол-во ТТ	Примечание (название, специализация, город)																			
<input type="checkbox"/> торговые сети																					
<input type="checkbox"/> торговые киоски																					
<input type="checkbox"/> торговые павильоны на рынках																					
<input type="checkbox"/> магазины формата «у дома»																					
<input type="checkbox"/> несетевая розница																					
<p>Укажите географический охват (территория, на которой планируется проводить мероприятия по торговому маркетингу: город, область, регион...).</p>																					

ПЕРЕЧЕНЬ РАБОТ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМО ВЫПОЛНИТЬ

- разработать механику акции
- разработать дизайн и вид POSM в поддержку акции
- подобрать виды призов для призового фонда
- составить смету на проведение акции
- разработать процедуру контроля проведения акции
- разработать рекламный стенд
- разработать эскиз места выкладки товара
- разработать комплект POSM (рекламные материалы для оформления мест продаж: каталоги, буклеты, плакаты и т.д.)
- выполнить оценку эффективности проведенной акции

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

1. **Отметьте наличие brand-book** (описание логотипа, фирменного стиля, корпоративных цветов, шрифтов и т.д.).
 - Есть brand-book
 - Нет
 - Есть элементы фирменного стиля (например, только логотип, фирменные цвета), но они не собраны в brand-book
2. **Существует ли в Вашей компании система авторизации дилеров?**
 - Да, существует
 - Нет, отсутствует
3. **Существуют ли в Вашей компании разработанные стандарты мерчандайзинга?**
 - Да
 - Нет
4. **Кто занимается выполнением функции мерчандайзинга на Вашем предприятии?**
 - мерчандайзер
 - торговый представитель
 - менеджер по продажам
 - укажите должность _____
 - нет необходимости в мерчандайзере
5. **Есть ли у Вас брендированное торговое оборудование** (брендированный рекламный стенд или витрина, подставка под товар и т.д.)?
 - Да, имеется
 - Нет, отсутствует
 Если да, то укажите, какое именно:

Если нет, то за счет чего Ваш товар выделяется в месте продаж:

- особой выкладкой
- нестандартной упаковкой
- размещением POSM (рекламные материалы для оформления мест продаж: каталоги, буклеты, плакаты и т.д.)
- другое _____

6. **Отметьте, пожалуйста, имеются ли у Вашей компании, разработанные POSM** (рекламные материалы для оформления мест продаж: каталоги, буклеты, плакаты и т.д.)
 - Да, имеются
 - Нет, отсутствуют

7. Проводились ли до этого какие-либо мероприятия по торговому маркетингу (акции, направленные на персонал торговых посредников – менеджеров по закупкам, продавцов-консультантов и пр.), если да, то какие и когда?

- Да, проводились Нет, не проводились

Название акции	Период проведения	Краткое описание условий акции

АНКЕТНЫЕ ДАННЫЕ

Название компании	
Адрес компании	
Ф.И.О. директора	
Ф.И.О. контактного лица	
Должность контактного лица	
Телефон, факс	
E-mail	
Web-сайт	

ВАШИ ПОЖЕЛАНИЯ

