

Псевдохолодильники в супермаркетах

Агентство - Clever Force

Заказчик - Tetra Pak

Продукт – ультрапастеризованное молоко

Период – ноябрь 2009 по настоящее время

Покрытие – все крупные города Украины

Р-04. Лучшая программа в области трейд-маркетинга (включая мерчендайзинг)

Проблема

- Ультрапастеризованное молоко обычно размещено вне молочной категории:
 - Полуфабрикаты
 - «Мосты» холодильников с пельменями и пр
 - Торцевая выкладка алко-, пивной и прочих категорий
- Паллетная выкладка
- Каждый сантиметр «холодной» полки продан поставщикам в начале года
- Сети категорически против выделять место на «холодной» полке молоку, которое может храниться без охлаждения



Решение

- Агентство разработало оборудование «псевдохолодильник», которое:
 - Может иметь любую форму
 - Производится индивидуально для каждого магазина
 - Выглядит как продолжение настоящего холодильника (цвет, подсветка, материалы, конструктив)
- Стоит значительно дешевле настоящего холодильника
 - Не позволяет занять место ультрапастеризованного молока другими молочными продуктами



Фуршет

Киев, ул. Инженерная, 1



- ДО



- ПОСЛЕ

Сильпо

Киев, проспект Победы, 47



- ДО



- ПОСЛЕ

Сильпо

Киев, ул. Гончара, 96



- ДО



- ПОСЛЕ

Сильпо, Киев, ул. Дорогожицкая, 2 Псевдохолодильник № 1



- ДО



- ПОСЛЕ

Сильпо, Киев, ул. Дорогожицкая, 2 Псевдохолодильник № 2



- ДО



- ПОСЛЕ

И ещё...

- Больше 60 псевдохолодильников в производстве и 50 на этапе согласования
- Средний рост продаж ультрапастеризованного молока после установки псевдохолодильника + 33%
- Средняя стоимость одной конструкции – около \$1100
- Сети не требуют оплаты аренды места и рады всем нашим предложениям