



## Журнал о российской сетевой торговле Оптимальные форматы текстовых рекламных материалов

### Для поставщиков FMCG:

- **Экспертиза.** Материал от экспертов вашей компании об управлении категорией, которую вы поставляете. Роль категории в магазинах разных форматов (преимущественно в супермаркетах, дискаунтерах, «магазинах у дома»), ассортиментный анализ, лэй-аут, выкладка, поддержание товарного запаса... Всё на примере ваших ассортиментных предложений. Удачный вариант использования формата – серия статей экспертов Danone об управлении молочной категорией. Первые два материала серии опубликованы в «РОСТ» №№ 1-2 (начало на стр. 36 и 38 соответственно).
- **Best practice.** Рассказ о проекте, реализованном вами совместно с розничной сетью. Supply chain management, оптимизация ассортимента, борьба с out of stocks, успешная промо-акция... Главное в этом материале – конкретика, цифры, а его цель – представить вас как надежного, думающего, лояльного партнера.
- **Обзор новинок ассортимента.** Вводите в ассортимент новую позицию или линейку? Расскажите об этом в «РОСТЕ» и про предложение сразу узнают все региональные сети.
- **Обзор ваших федеральных промо-мероприятий.** Эффективные завершённые и планируемые, предложения сетям по совместным акциям. Роль продвижения на местах продаж растёт, сети все лояльнее относятся к поставщикам, вкладывающим в промо силы и душу.
- **Success story.** Рассказ о «выстрелившем» продукте или продуктовой линейке из вашего ассортимента. С описанием позиционирования, целевой аудитории, справкой для товароведов, конкретными цифрами о росте доли рынка и присутствия. Удачный вариант использования формата – статья «Торговая марка «Северная Звезда», опубликованная в «РОСТ» №1 (начало на стр. 46).



#### Контакты:

Отдел маркетинга Федерального Закупочного Союза ЗАО «Система «ТЗС»  
+7 (495) 783-54-83

Ольга Абросимова, менеджер по рекламе, [Abrosimova.O@t3c.ru](mailto:Abrosimova.O@t3c.ru).

Наталья Кутузова, руководитель отдела маркетинга и PR-коммуникаций,  
[Kutuzova.N@t3c.ru](mailto:Kutuzova.N@t3c.ru).

– **Правила работы с брендом/продуктом.** Производители тратят значительные средства и силы на изучение потребительских предпочтений и покупательского поведения, создание правил работы со своей продукцией для розничных сетей. При передаче этих правил по цепочке «производитель–дистрибьютор–мерчендайзер» информация искажается, выхолащивается, теряет содержание. Публикация правил работы с вашим брендом/продуктом в «РОСТ»’е – хороший способ рассказать региональным розничным сетям, что они теряют от несоблюдения стандартов и что приобретают, если стандарты соблюдаются.

#### **Для поставщиков оборудования и услуг:**

– **Презентация новинки рынка.** Рассказ о вашем новом предложении, по возможности с отсылками к мировому опыту, успехам в использовании подобных решений в зарубежных сетях и пр.

– **Аннотация внедрения.** Рассказ о проекте, выполненном вами для розничной сети. В материале: технико-экономическое обоснование проекта, процесс, текущие и прогнозируемые результаты. Приветствуются комментарии заказчика.

– **Каталог предложений.** Фотообзор ваших топовых или специальных предложений с комментарием к каждому. 4-6 позиций на странице или 10-14 на развороте.



Контакты:

Отдел маркетинга Федерального Закупочного Союза ЗАО «Система «ТЗС»  
+7 (495) 783-54-83

Ольга Абросимова, менеджер по рекламе, [Abrosimova.O@t3c.ru](mailto:Abrosimova.O@t3c.ru).

Наталья Кутузова, руководитель отдела маркетинга и PR-коммуникаций,  
[Kutuzova.N@t3c.ru](mailto:Kutuzova.N@t3c.ru).