

Издательский дом «Имидж-Медиа»

Главный редактор:

Тимур Асланов
editor@image-media.ru

Заместитель главного редактора:

Карина Весновская
karina.vsn@gmail.com

Редактор выпуска:

Елена Ненашева

Отдел подписки:

руководители
Ольга Коновалова,
Татьяна Тренина

старшие менеджеры

Наталья Гайтова,
Елена Николаева,
Татьяна Ямкина

Елена Артамонова,
Мargarита Борискина,

Наталья Власова,
Екатерина Васильева,
Ольга Глаголева,

Татьяна Идутова,
Наталья Кирюхина,

Татьяна Ломоносова,
Екатерина Романова,
Татьяна Ягодина

Отдел продления подписки:

руководители
Наталья Беляева,
Марина Напылова

старший менеджер
Анна Карнова

Марина Безрукова,
Алена Белина,

Ирина Бухтеева,
Юлия Вахромова,
Юлия Гикова,
Лариса Дементьева,

Алла Каравашкина,
Ирина Матвеева,

Елена Ракитянская,
Галина Смирнова,
Элина Сперанская

Отдел доставки:

руководитель
Анастасия Тарычева
dostavka@reklamodatel.ru

Экономико-правовое обеспечение:

Наталья Кульмина

Верстка:

Игорь Кашалов

Корректоры:

Марина Белова,
Евгения Орехова

Адрес редакции:

127018, Москва, ул. Полковая,
дом 3, стр. 6, каб. 305
Тел.: (495) 723-39-49, 726-90-52,
739-86-27

В случае возникновения проблем
с доставкой издания просьба
немедленно сообщать на e-mail:
dostavka@image-media.ru
или по телефону (495) 723-17-15

Территория распространения:
Российская Федерация, Украина,
Белоруссия, Казахстан,
страны Балтии

ТЕНДЕНЦИИ

6

Михаил Бурмистров

ПРОДУКТОВЫЕ СЕТИ СНИЗЯТ ТЕМПЫ РОСТА

ТЕНДЕНЦИИ

11

Елена Баева

СТМ И УВЕЛИЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
КОМПАНИИ В РОССИЙСКОМ FMCG-СЕКТОРЕ

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

16

Наталья Мчедлидзе

КАК СОЗДАТЬ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА
НЕСЕТЕВОМУ МАГАЗИНУ

ПЕРСОНАЛ

26

Андрей Сизов

ОТКУДА ПОЯВЛЯЕТСЯ ПРОБЛЕМА
С МОТИВАЦИЕЙ ПРОДАВЦОВ

АССОРТИМЕНТ

31

Мария Прохорова, Анна Коданина

КАК ФОРМИРУЕТСЯ МАТРИЦА
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

ПОКУПАТЕЛИ И ПРОДАВЦЫ

37

Виктор Белов

ПРАВИЛА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ РОЗНИЧНОГО
ТОРГОВОГО ОБЪЕКТА

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

46

Мария Прохорова, Анна Коданина

КАК СОЗДАТЬ ВИРТУАЛЬНЫЙ
ОБРАЗ МАГАЗИНА

БЕЗОПАСНОСТЬ МАГАЗИНА

52

ПРОТИВОКРАЖНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ДЛЯ ПРОДУКТОВЫХ МАГАЗИНОВ

Статья подготовлена компанией «АНТИвор»

БЕЗОПАСНОСТЬ МАГАЗИНА

57

Наталья Новоселова

КОНТРОЛЬ ЗА СОХРАННОСТЬЮ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ
ЦЕННОСТЕЙ В РОЗНИЧНОМ МАГАЗИНЕ

ПЕРСОНАЛ

66

Антон Михайлов

БИОМЕТРИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ
В РИТЕЙЛЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

ПРАВОВОЙ КОНСАЛТИНГ

71

Виктория Батова, Вячеслав Горностаев

СИСТЕМА УЧЕТА.
КАКУЮ ВЫБРАТЬ?

ПРАВОВОЙ КОНСАЛТИНГ

74

Мария Решетова, Светлана Медведь, Юлия Березникова, Алексей Александров

ПЕСНЯ ПРО ПИВО...

ПРАВОВОЙ КОНСАЛТИНГ

76

Игорь Котыло, Максим Золотых

ДОГОВОР ОБ ЭКСКЛЮЗИВНОСТИ

Перепечатка материалов без письменного согласия и ссылки на «Управление магазином продуктов» запрещена. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Ответственность за содержание рекламы несет рекламодатель.

БЕЗОПАСНОСТЬ МАГАЗИНА

78

Виктор Белов

КЛАССИФИКАЦИЯ И ВНУТРЕННЯЯ КВАЛИФИКАЦИЯ
ФАКТОВ ПРИЧИНЕНИЯ УЩЕРБА ТОРГОВОМУ ПРЕДПРИЯТИЮ

ПОКУПАТЕЛИ И ПРОДАВЦЫ

87

Кира Канаян, Рубен Канаян

РИТЕЙЛ СТРОИТ, КЛИЕНТ РОПЩЕТ.
КАК РАБОТАТЬ С ЖАЛОБАМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ?

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

94

Игорь Ходыкин

ОСНОВЫ РАЗМЕЩЕНИЯ И ВЫКЛАДКИ
ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

АВТОМАТИЗАЦИЯ

98

Дмитрий Мартынов

ЧТО ОГРАНИЧИВАЕТ БЫСТРОДЕЙСТВИЕ УЧЕТНЫХ СИСТЕМ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОДУКТОВЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ)

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

105

Маргарита Акулич

КАК НЕ ЗАТЕРЯТЬСЯ В «ИНФОРМАЦИОННЫХ
ДЖУНГЛЯХ» ПРИ ПОКУПКЕ БИЗНЕСА

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

112

Екатерина Крупецкая

РАДУЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ... ЗАКАЗОВ ПРОДУКТОВ
ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

118

Олеся Иванова

ПРОДУКТОВЫЙ МАГАЗИН «У ДОМА» –
ПРАВИЛА ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

124

Как построить эффективную

РАБОТУ МАГАЗИНА В ФОРМАТЕ «У ДОМА» В РЕГИОНЕ?

Интервью с Ольгой Туляковой, директором магазина продуктов «Водник»

АССОРТИМЕНТ

127

Наталья Мchedлидзе

ЧТО НАДО ЗНАТЬ ПРИ ПРОДАЖЕ
БАКАЛЕЙНОГО ТОВАРА

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

134

Специфика работы холодильного

ОБОРУДОВАНИЯ В ПРОДУКТОВЫХ МАГАЗИНАХ

Интервью с Натальей Федоровой, коммерческим директором ООО «Торговый стиль»

МАРКЕТИНГ

139

Екатерина Бузукова

ГЕРОИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ.

СЕКРЕТЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В РАБОТЕ С ПОКУПАТЕЛЕМ

ПЕРСОНАЛ

144

Жанна Завьялова

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

...НАД САМООЦЕНКОЙ РУКОВОДИТЕЛЯ МАГАЗИНА

ПЕРСОНАЛ

148

Ирина Винникова

К ВОПРОСУ О ТЕХНИКЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ

РУКОВОДИТЕЛЕМ МАГАЗИНА

ПЕРСОНАЛ

150

Мария Шевченко

НЮАНСЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В ПЕРИОД АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА МАГАЗИНА

ПОКУПАТЕЛИ И ПРОДАВЦЫ

156

Владислав Коробейников

КАК ПОНИМАТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ МАГАЗИНА?

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

161

Алексей Скворцов

ВВЕДЕНИЕ СТИЛЯ ПРОДАЖ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ МАГАЗИНЕ

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

164

Наталья Баршева

КАК ВЫБРАТЬ ЭФФЕКТИВНОЕ НАЗВАНИЕ МАГАЗИНУ ПРОДУКТОВ

ТЕНДЕНЦИИ

168

Мария Первушкина

ЧТО СЕГОДНЯ ВЫБИРАЕТ ПОКУПАТЕЛЬ

МАРКЕТИНГ

170

Дмитрий Петряшов

МЕТОДИКА АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОВ

ПОКУПАТЕЛИ И ПРОДАВЦЫ

176

Елена Трофимова, Анна Шипунова

ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ ПРИЛАВОК

МАРКЕТИНГ

180

Виктор Тамберг, Андрей Бадьин

ХОЧУ КОНФЕТЫ ЕМ, ХОЧУ – ПРЯНИКИ...
О СОЗРЕВШЕЙ НЕОБХОДИМОСТИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА

МАРКЕТИНГ

185

Роман Назаров

КАК РЕКЛАМИРОВАТЬ ФРУКТЫ И ОВОЩИ

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

187

Александр Левитас

РАБОТА ...
ПСЕВДОПРЕДЛОЖЕНИЯ!

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

190

Владимир Журавель

К ВОПРОСУ О НЕЙМИНГЕ
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

АВТОМАТИЗАЦИЯ

194

Андрей Краснопольский

ОПТИМИЗАЦИЯ АНАЛИЗА ПРОДАЖ
В МАГАЗИНЕ ПРОДУКТОВ

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

197

Елизавета Спасская

КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ
С ПОМОЩЬЮ РЕКЛАМЫ МАГАЗИНА