

Взаимодействие с региональными товаропроизводителями



Игнатов Андрей Андреевич

Директор департамента по категорийному менеджменту
Московского округа

13 августа 2021
г. Нижний Новгород



Наши конкурентные преимущества

- ✓ Мультиформатная модель
- ✓ Широкое присутствие в регионах и лучшее предложение ассортимента от местных производителей
- ✓ Собственное производство и частная марка
- ✓ Устойчивое развитие



№1 ритейлер в России

По количеству магазинов с уникальной инфраструктурой

22 344

магазина

7 748

Торговая площадь,

тыс. кв. м

39

Распределительных центров

4 367

Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке, сильная рентабельность по EBITDA и низкая долговая нагрузка

9,6%

Рост выручки за 2 кв. 2021 года, год-к-году

10,9%

Доля на продовольственном розничном рынке России за 2020 год

7,1%

EBITDA маржа за 2 кв. 2021 год

1,2

Чистый долг / EBITDA, за 1П 2021 года

Семья магазинов



Магазины
«у дома»

399



Косметик

144



Аптека

29



Супермаркеты

11

583

Магазина

> 7 000

Число сотрудников

≈ 570 млн руб.

Налоговые поступления в 2020 г.

**Фокус на локальное
предложение**



Доля локальных поставщиков в товарообороте «Магнит» в Нижегородской области

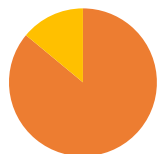
27%

доля местных поставщиков
в ассортименте соц. значимых товаров

> 100

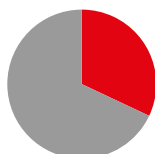
местных поставщиков

Доля местных поставщиков в продажах



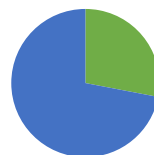
86%

Хлеб и
хлебобулочные
изделия



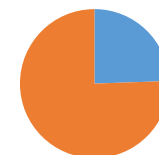
32%

Мука
пшеничная



28%

Молоко
питьевое



22%

Овощи

Региональная концепция КМ - возможность оперативно реагировать на изменения предпочтений локальных покупателей

Децентрализация принятия операционных решений



Трансформация категорийного менеджмента



Расширение функционала категорийного менеджмента и перераспределение ответственности



Передача принятия операционных решений в округа. Головная компания – разработка стратегии и методологии



Повышение эффективности категорийного менеджмента

Полномочия руководителя категории в округе



Управление ассортиментом



Взаимодействие с поставщиками



Проведение промо-акций



Принципы управления запасами



Принципы ценообразования категории



Выкладка

В Московском округе категорийный менеджмент организован в 4 группы

1

Свежие продовольственные товары

- Яичные товары
- Детское питание
- Молочная продукция
- Сыры
- Майонез

2

Ультрасвежие продовольственные товары

- Мясная гастрономия
- Замороженная продукция
- Хлеб и хлебобулочные изделия
- Кулинария
- Мясо
- Птица
- Рыба и рыбная гастрономия

3

Фрукты и овощи

- Бананы, косточковые плоды
- Цитрусовые, семечковые плоды
- Корнеплоды, зелень
- Тепличные овощи
- Экзотические овощи и фрукты

4

Бакалея и напитки

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ▪ Безалкогольные напитки | ▪ Снэки |
| ▪ Слабоалкогольные напитки | ▪ Макароны изделия |
| ▪ Вино | ▪ Растительные масла |
| ▪ Крепкий алкоголь | ▪ Консервированные продукты |
| ▪ Табак | ▪ Корма для животных |
| ▪ Крупы | ▪ Специальное питание |
| ▪ Бобовые | ▪ Кондитерские изделия |
| ▪ Какао | ▪ Чай |
| ▪ Соусы | ▪ Кофе |
| | ▪ Пряности |

Головная компания

Косметика и бытовая химия

- Бытовая химия
- Изделия медицинского назначения
- Парфюмерия и декоративная косметика
- Специальное питание
- Уход и гигиена

Непродовольственные товары

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| ▪ Товары для дома | ▪ Элементы питания |
| ▪ Посуда | ▪ Товары для пикника |
| ▪ Игрушки | ▪ Автотовары |
| ▪ Пакеты | ▪ Бытовая техника |
| ▪ Канцелярия | ▪ Книги |
| ▪ Периодика | ▪ Электрика |
| ▪ Домашний текстиль | ▪ Товары для новорожденных |
| ▪ Товары для животных | |


Взаимодействие с поставщиками



srm.tander.ru



**SUPPLIER
RELATIONSHIP
MANAGEMENT**

 **8 (800) 200-90-02**

help_srm@magnit.ru

Your Personal Area



Login

Password

Sign in

[Password recovery](#)

[Register](#)



В фундаменте отношений со всеми партнерами — Кодекс добросовестных практик («Кодекс»), который включает принципы взаимного уважения и добросовестного поведения участников рынка.

- **Единые правила работы для всех поставщиков**
- **Официальный корпоративный портал**
- **Правила заполнения форм**

Предложение должно содержать:

- официальное письмо
- информацию о представленности продукции по регионам
- долю поставщика на рынке
- рейтинги продаж продукции
- возможную географию поставок
- прайс-листы продукции
- наглядные материалы, демонстрирующие внешний вид продукта

1 Размещение коммерческого предложения на портале SRM
<https://srm.tander.ru/>



- официальное письмо
- представленность по регионам
- доля поставщика на рынке
- рейтинги продаж продукции

- география поставок
- прайс-листы
- наглядные материалы

2 Изучение КП сотрудниками Магнит до 45 рабочих дней



Преимущества:

- собственное производство и склад
- постоянный товарный запас
- EDI
- транспортно-логистическая инфраструктура
- практики устойчивого развития

Возможные причины отказа:

- наполненность ассортиментной матрицы Магнит
- несоответствие КП условиям отбора
- недостоверная информация

3 Предоставление образцов (по запросу)

4 Анализ образцов и КП в целом по соотношению «цена-качество» до 3 месяцев



КП отвечает требованиям «Магнит»

КП отклонено



Требуется доработка КП

5 Заключение договора



Магнит предъявляет самые строгие требования к качеству закупаемых товаров

Продукция потенциального партнера проверяется на соответствие требованиям законодательных и нормативных документов

Проверка упаковки – наличие полной и достоверной информации на русском языке о товаре и его изготовителе

Проверка наличия у поставщиков документов, разрешающих производство и/или продажу, дистрибуцию товара

Аудит производственных площадок

Регулярно проверяется качество товара (срок годности, характеристики, товарный вид, условия хранения) непосредственно в магазинах

На этапе переговоров

При заключении договора и поставках в сеть



Дополнительные инструменты контроля качества:

- Дегустационная экспертиза
- Лабораторные исследования товаров
- Анализ обратной связи покупателей, поступающей на горячую линию
- Оценка качественных характеристик товара на этапе входа продукции на РЦ

Факторы, на которые влияет поставщик

Дискретность поставок
(кол-во поставок в неделю)

Логистическое плечо
(от заказа до прихода)

Остаточный срок
годности

Минимальная
партия, квант



Результаты

- Увеличение продаж
- Лояльность покупателей
- Снижение потерь

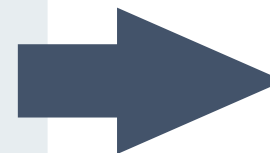
Электронный обмен данными

(EDI - Electronic data interchange) — обмен коммерческой информацией посредством передачи по электронным каналам связи данных в стандартизированном формате.

Основная задача EDI — заменить обмен информацией и документами, осуществляемый на бумажных носителях, стандартизированным электронным документооборотом между компьютерными сетями.

Преимущества от использования EDI/ЭДО:

1. на 80% сокращается время обработки каждого документа на всей цепочке «заказ-поставка»
2. сокращается количество ошибок во всем документообороте
3. контролируются статусы документов, фиксируется дата и время получения документов
4. исключена потеря документов



Повышается эффективность работы всей цепочки А11, в том числе за счет внедрения стандартов «GS1 International».

Возможности для сотрудничества



**Предоставление торгового места для размещения
фермеру на условиях коммерческой аренды**



Преимущества: консультационная поддержка, большой трафик покупателей, надежный партнер с большим опытом работы.

- Площадь лавки в среднем составляет 12-17 кв.м
- В торговом зале или за его пределами в специально выделенном небольшом отделе
- Оформлены в едином стиле в соответствии с бренд-буком

Условия работы:

- Предоставление торгового места для размещения фермеру на условиях коммерческой аренды.
- Своя касса, оборудование, персонал, организованная система логистики.
- Ассортимент должен быть согласован с сетью.
- Самостоятельный контроль качества, выкладки продукции.

- Оформление **локального ассортимента** фермерских продуктов
- Привлечение дополнительного трафика
- Ассортимент **32-64 SKU** в зависимости от кластера магазина
- Размещение – **торец**, либо вертикальный блок в горке

Примеры продукции:



Этапы

Инициация

Поставщик обращается с запросом об участии в СТМ к ДКМ Округа

Первичная обработка

Выявление потребности поставщика, передача контакта в Департамент СТМ

Обсуждение сотрудничества

Менеджер Департамента СТМ определяет возможности партнера, готовность к работе на условиях сети и сообщает дальнейшие шаги



Коммерческие требования

- Закупка и хранение упаковочных материалов и уникальных ингредиентов для обеспечения 3х месячного запаса продаж
- Возможность увеличить отгрузки в 2 и более раз (должны быть свободные производственные мощности под увеличение спроса)
- Готовность поставщика к работе с отсрочкой платежа
- Готовность осуществлять доставку готовой продукции до распределительного центра сети
- Отсутствие минимальной партии при доставке

Требования к качеству

- Продукция на этапе отбора проверяется на соответствие по качеству требованиям сети и нормативно-правовым актам Российской Федерации
- Продукция сдается в специализированные лаборатории при органах Роспотребнадзора, ЦСМ и иные специализированные лаборатории
- За нарушение качества продукции предусмотрены штрафы
- Для продукции СТМ устанавливаются обязательные требования по аудиту производства



Цель

Повышение эффективности через общее планирование целей и действий, в том числе:

- работу с ассортиментом
(в том числе с новинками)
- повышение эффективности промо
- оптимальную логистику
- работу с потерями

1

Установочная встреча

- Цель
- Механика
- Презентация шаблонов с разрезом данных
- Участники проекта и их роли

2

Обсуждение данных

Совместный обзор данных с предложенными целями

!

Акцент первых 2 встреч на работе с ассортиментом

**Задача — зафиксировать целевую доходность
контракта и годовые приросты выручки**

3

Специализированные встречи

Вопросы по направлениям: маркетинг, логистика и др.

4

Срез результатов совместного бизнес - планирования

RetailService.Magnit –

единое информационно-аналитическое пространство для совместного и прозрачного взаимодействия Поставщика и Торговой сети

Блоки



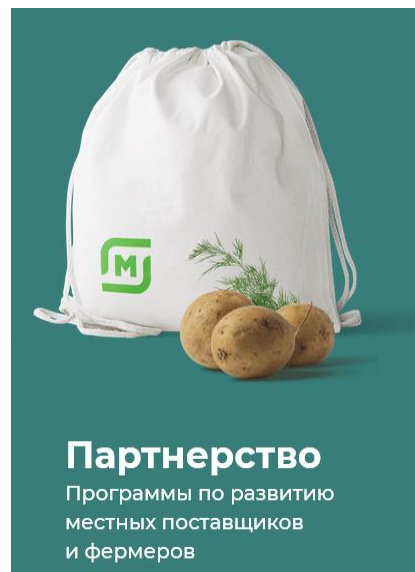
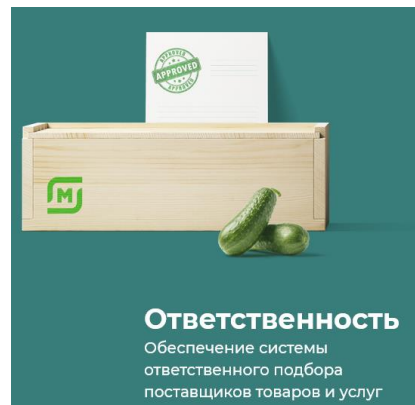
Совместные проекты по производству эко-товаров и использования эко-упаковки (в том числе по товарам СТМ)

Ответственный отбор и закупки, развитие местных поставщиков и фермеров

Регулярный аудит поставщиков на соответствие принципам устойчивого развития

Обучение поставщиков практикам устойчивого развития с привлечением экспертов рынка (WWF, Экологический союз и др.)

Реализация совместных социальных и благотворительных проектов



Директор департамента по
категорийному менеджменту

Игнатов Андрей Андреевич
Сот. +7 (916)973-27-05
ignatov_aa@magnit.ru

Руководитель категории «Товары с
длительным сроком хранения»

**Шустова Александра
Михайловна**
Сот. +7 (926)032-30-25
shustova_am@magnit.ru

Менеджер категории «Молочные
продукты»

**Селуянова Наталья
Сергеевна**
Сот. +7 (964)595-25-90
seluyanova_ns1@magnit.ru

Руководитель категории
«Свежие продовольственные
товары»

**Аветян Кристина
Андраниковна**
Сот. +7(926)138-13-23
avetyan_ka@magnit.ru

Категорийный менеджер
направления «Сыры»

**Лебедева Екатерина
Геннадьевна**
Сот. +7(909)922-19-31
lebedeva_eg@magnit.ru

Категорийный менеджер
направления «Рыба, кулинария»

**Старшинова Юлия
Александровна**
Сот. + 7(915)978-00-70
starshinova_ua@magnit.ru

Руководитель категории
«Ультрасвежие товары»

**Двинина Лариса
Викторовна**
Сот. + 7(985)220-10-51
dvinina_lv@magnit.ru

Категорийный менеджер
направления «Мясо, птица»

**Чирцова Валерия
Викторовна**
Сот. +7(918)466-55-98
chirtsova_v@magnit.ru

Категорийный менеджер
направления «Мясная
гастрономия»

**Вдовенко Людмила
Васильевна**
Сот. + 7(968)572-41-45
vdovenko_lv@magnit.ru

Спасибо за внимание!

