

Общество с ограниченной ответственностью «ОУПЕН Мск»



Утверждаю:

Генеральный директор

Петрова С.А.

22.05.2023 г.

Программа
дополнительного профессионального обучения
Мерчандайзер

Срок обучения: 8 недель

Форма обучения: очная, дистанционная

Москва

2023 г.

Содержание.

1. Пояснительная записка.
2. Требования к уровню подготовки мерчандайзера.
3. Учебный план.
4. Теоретическое обучение.
5. Производственная практика.
6. Итоговая аттестация.
7. Информационно-техническое обеспечение обучения.

Пояснительная записка.

Программа дополнительного профессионального обучения для профессиональной подготовки новых рабочих профессий Мерчандайзер разработана на основе профессиональных стандартов.

Настоящая программа предусматривает срок обучения – 8 недель, 320 часов. Форма обучения – очная и дистанционная, включает теоретические и практические блоки. Обучение может осуществляться как групповым, так и индивидуальным методами. Область профессиональной деятельности выпускников – проводить мероприятия по грамотному и эффективному позиционированию товаров в местах розничной торговли с использованием различных инструментов мерчендайзинга.

Категория обучающихся – это лица:

- владеющие русским языком;
- достигшие возраста 18 лет и старше.

Место проведения курсов: на территории работодателя.

Профессионально важные качества:

- аккуратность;
- внимательность;
- коммуникабельность;
- обучаемость;
- не конфликтность.

Программа профессиональной подготовки включает в себя освоение следующих видов профессиональной деятельности:

- выкладка товар;
- соблюдение планограмм и схемограмм;
- формирование корпоративного блока на полке;
- оформление POSM;
- работа с остатками в торговой точке;
- переговоры в торговой точке по улучшению представленности товара;
- заполнение отчетной документации в программе SFA.

Практическое обучение проходит на базе мест розничной торговли, где представлены товары компании-производителя.

В результате освоения программы обучающийся-выпускник должен обладать следующими общими компетенциями:

- ОК 1. Понимать сущность своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.
- ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль,

оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 5. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

Обучающийся-выпускник, освоивший программу, должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

ПК 1. Знает ассортимент товара и видит его на полке в торговой точке.

ПК 2. Соблюдает выкладку товара по планограмме или схемограмме.

ПК 3. Контролирует целевое использование рекламного торгового оборудования, а так же меры по реконструкции, ремонту, замене неисправных или пришедших в негодность рекламных элементов.

ПК 4. Применяет необходимые инструменты мерчандайзинга в зависимости от потребностей торговой точки.

ПК 5. Контролирует запас товара в торговой точке.

ПК 6. Ведет переговоры в торговых точках, чтобы улучшить представленность товара компании-производителя.

ПК 7. Понимает ценность и поддерживает имидж бренда компании-производителя.

ПК 8. Достоверно ведет в действующей системе электронной отчетности (SFA) необходимую информацию о выполненных визитах.

Реализация программы должна осуществляться:

- менеджерами по обучению и развитию;
- наставниками, имеющими опыт работы в должности мерчандайзера не менее 6 месяцев;
- супервайзерами, имеющими опыт работы не менее 3 месяцев.

Здесь и далее в программе используются следующие профессиональные термины и аббревиатуры:

FIFO (first in first out) – принцип размещения товара на полке, при котором товар с подходящим сроком годности помещается ближе в переднему краю полки, чтобы избежать истечения срока годности.

OOS (out of stock) - ситуация, при которой товар отсутствует полке / в торговой точке.

OSA (On-Shelf Availability) - отношение фактического наличия SKU на полке к тому, что должно быть в магазине на основании договорённости компании и торговой сети.

POSM (Point of Sales Materials) - рекламные материалы, дополнительное оформление в местах продаж. Способствуют продвижению бренда или товара в местах продаж за счет привлечения дополнительного внимания покупателей к товарам.

SFA - приложение для планирования, контроля и отчетности выполненных работ мерчандайзером и супервайзером.

SKU (Stock keeping unit) - наименование товарной единицы продукции одной товарной группы, марки, сорта в одном типе упаковки, одной емкости или веса.

Виртуальные остатки - ситуация, в которой продукция числится в учётной системе торговой точки, но по факту отсутствует, либо её не могут найти.

ДМП - дополнительное место продаж в торговой точке (помимо основной полки), цель ДМП - увеличить вероятность покупки товара.

Доля полки - Это процент полочного пространства, который занимает определенный производитель или марка. Измеряется в процентах или сантиметрах от общей длины полки основного места продаж.

Золотая полка - Полка на уровне взгляда покупателя, на высоте от 1,3 м до 1,6 м, служит, как правило, для выкладки самой продаваемой продукции.

Концепция «win-win» - подход при переговорах, которых позволяет учитывать интересы всех сторон-участников. Обеспечивает длительное и продуктивное сотрудничество.

Корпоративный блок - Максимальное количество продукции компании, сгруппированное в одном месте (горизонтально и/или вертикально).

ЛПР - лицо, принимающее решение в торговой точке (директор магазина, начальник аллеи/отдела и т.д.)

ОМП (Основное место продаж) - место в торговом зале, где представлена вся продукция определенной категории.

Планограмма - план-схема эффективного размещения товаров на полках, составляется для наиболее рационального использования полочного пространства, позволяющего добиться увеличения объема продаж

УТП (уникальное товарное утверждение) - часть конкурентного преимущества, на основе которого клиент выбирает компанию или товар (исходя из свойств товара или услуги).

Фейсинг - единица товара определенной торговой марки, выставленная лицом к покупателю в первом ряду полки магазина.

Требования к уровню подготовки мерчандайзера.

В результате освоения программы мерчандайзер должен:

знать / понимать

- ассортимент товаров компании-производителя, их основные качественные и потребительские характеристики;
- основные термины мерчандайзинга;
- характеристику и принципы использования инструментов мерчандайзинга (основы мерчандайзинга);
- принципы организации торгового пространства и эффективного использования торговых площадей;
- стандарты выкладки продукции;
- шаги визита в торговой точке;
- требования к составлению и оформлению отчетной документации в программе SFA;
- правила эффективной коммуникации;
- этику делового общения;
- основные принципы планирования работы;
- этапы системы «8 шагов визита».

уметь

- видеть все SKU определенной компании-производителя и ее конкурентов на полке;
- осуществлять выкладку товара согласно имеющимся стандартам;
- корректно заполнять отчетные документы в программе SFA;
- читать планограмму и схемограмму
- выставлять товар согласно планограмме и схемограмме;
- видеть, возможности для улучшения представленности товара в каждой торговой точке;
- вести переговоры для достижения поставленной цели;
- использовать шаги визита в каждой торговой точке независимо от формата;
- работать с виртуальными остатками, OOS и OSA.

Учебный план.

Для подготовки новых рабочих по профессии Мерчандайзер.

№ п/п	Курсы предметы	Всего за курс обучения
I	Теоретическое обучение	39
1.1	Профессия мерчандайзер	1
1.2	Курс по ассортименту	3
1.3	Курс по основам мерчандайзинга	10
1.4	Курс по работе в программе SFA	11
1.5	Курс по шагам визита	14
II	Производственная практика	275
2.1	Мерчандайзинг	90
2.2	Работа с товарным запасом	25
2.3	Ведение переговоров с ЛПР	70
2.4	Заполнение отчетов	15
2.5	Работа по системе «8 шагов визита»	75
III	Итоговая аттестация	6
Итого:		320

Теоретическое обучение.

1.1 Профессия мерчандайзер

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов	
		всего	в т.ч. практических занятий
1	Цели и задачи работы мерчандайзера	1	-
Итого:		1	0

Программа

Тема 1. Цели и задачи работы мерчандайзера.

Что такое мерчандайзинг, как он влияет на продажи. Психология совершения покупки. Почему компания-производитель прибегает к услуге мерчандайзинга, в чем ценность. Функционал мерчандайзера в торговой точке. Матрица коммуникаций мерчандайзера. Маршрут покрытия. Принцип 4Р.

1.2 Курс по ассортименту

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов	
		всего	в т.ч. практических занятий
1	О производителе	0,5	-
2	Ассортимент товара	1	-
3	Конкуренты	0,5	-
4	О товаре в торговой точке	1	1
Итого:		3	1

Программа

Тема 1. О производителе.

Когда и где было основано производство. На что компания-производитель делает акцент при производстве товара. На что компания-производитель делает акцент при позиционировании товара на рынке (что важно). Какова сейчас представленность товаров компании-производителя на рынке.

Тема 2. Ассортимент товара.

Категории, в которых представлен товар. SKU в каждой категории с УТП. Приоритетные торговые марки и/или категории. Самые продаваемые позиции. Новинки. Необычные товары и/или линейки.

Тема 3. Конкуренты.

Основные производители-конкуренты. Самые продаваемые SKU у каждого конкурента. Прямые конкуренты (SKU по ценовым сегментам). Преимущества товара компании-производителя над товарами конкурентов.

Тема 4. О товаре в торговой точке.

Видеть SKU компании-производителя на полке, даже если они не собраны в корпоративный блок (по категориям). Конкуренты по ценовым сегментам. Приоритетные торговые марки компании-производителя на полке с УТП.

1.3 Курс по основам мерчандайзинга

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов	
		всего	в т.ч. практических занятий
1	Основные термины и инструменты мерчандайзинга	2	1
2	Особенности мерчандайзинга в разных товарных категориях	2	1
3	Работа с планограммой и схемограммой	4	3
4	Инструменты работы с долей полки	2	1
Итого:		10	6

Программа

Тема 1. Основные термины и инструменты мерчандайзинга.

Термины: SKU, фейсинг, бренд, торговая марка, первая линия, золотая полка, FIFO, ОМП, ДМП, POSM, корпоративный блок. Инструменты: правило загрузки полки, правило кариеса, правило лицом к покупателю, покупательский поток, ценники, ротация, доступность товара.

Тема 2. Особенности мерчандайзинга в разных товарных категориях.

Продовольственные товары. Бытовая химия, косметика, парфюмерия. Табак. Электроника. Виды торгового оборудования.

Тема 3. Работа с планограммой и схемограммой.

Откуда взять планограмму и/или схемограмму. Чтение планограммы и схемограммы. Перенос планограммы на стеллаж. Что делать, если товара нет в наличии, а по планограмме он должен стоять. В каких случаях можно отходить от планограммы. Новинки. POSM.

Тема 4. Инструменты работы с долей полки.

Как собрать корпоративный блок (горизонтальный, вертикальный). Что делать, если

товара приходит мало в торговую точку. Ценники. Что делать если в торговой точке жесткая планограмма. Инструменты агрессивного мерчандайзинга.

1.4 Курс по работе в программе SFA

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов	
		всего	в т.ч. практических занятий
1	Корректная работа в SFA	5	4
2	Правила фотографирования	3	2
3	Требования к заполнению отчетности в SFA	3	2
Итого:		11	8

Программа

Тема 1. Корректная работа в SFA.

Последовательность заполнения шагов в SFA от начала визита до его окончания. Обмен данными. Работа с системой распознавания. Маршрут покрытия.

Тема 2. Правила фотографирования.

Расстояние до полок с товаром. Наклон. Наклест при съемке сцены из нескольких фото. Четкость. Засвеченность/ затемнение.

Тема 3. Требования к заполнению отчетности SFA.

При заполнении какой отчетности визит считается совершенным. Разбор основных ошибок при заполнении отчетов в SFA.

1.5 Курс по шагам визита

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов	
		всего	в т.ч. практических занятий
1	Система «8 шагов визита»	5	4
2	Работа с товарным запасом в торговой точке	3	2
3	Техника продажи идеи «ВИЖНР»	3	2
4	Техника работы с возражениями «АРАС»	3	2
Итого:		14	10

Программа

Тема 1. Система «8 шагов визита».

Планирование и подготовка. Изложение первоначальных выгод. Анализ ситуации в

торговой точке и проверка товарного запаса. Продажа идеи. Заключение. Реализация бизнес-возможностей и мерчандайзинг. Создание ценности визита. Оценка.

Тема 2. Работа с товарным запасом в торговой точке.

Оптимальный товарный запас. Виртуальный остаток. OOS. OSA. FIFO и качество. Матрица коммуникаций при отсутствии или недостатке товара в торговой точке. Страховой запас. Рекомендованный заказ.

Тема 3. Техника продажи идеи «ВИЖНР».

Этапы техники «ВИЖНР». Отработка частых ошибок. Работа с внутренними возражениями обучающегося, которые ему мешают. Пул типичных идей для предложения. Открытые вопросы.

Тема 4. Техника работы с возражениями «АРАС».

Этапы техники «АРАС». Отработка частых ошибок. Работа с внутренними возражениями обучающегося, которые ему мешают. Пул типичных возражений и их отработка. Открытые вопросы.

Производственная практика.

1.1 Мерчандайзинг

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Приобретение навыков работы по плануграмме	30
2	Приобретение навыков формирования корпоративного блока	30
3	Приобретение навыков использования принципа FIFO и проверки качества товара	20
4	Приобретение навыков выполнения маршрута покрытия	10
Итого:		90

Программа

Тема 1. Приобретение навыков работы по плануграмме.

Выставление товара по плануграмме. Ценники. Первая линия. Лицом к покупателю. Фейсы без перекрытия. Доступность товара. Новинки. Работа с разными видами торгового оборудования. Загрузка полки. Правило кариеса.

Тема 2. Приобретение навыков формирования корпоративного блока.

Формирование горизонтального или вертикального корпоративного блока в разных торговых точках. Правила выкладки корпоративного блока.

Тема 3. Приобретение навыков использования принципа FIFO и проверки качества товара.

Проверка сроков годности товаров. Проверка качества товаров. Ротация товаров на полке. Алгоритм действий с товаром, если у него вышел срок годности или он имеет ненадлежащее качество.

Тема 4. Приобретение навыка выполнения показателя маршрут покрытия.

Соблюдение тайминга визита в торговую точку. Соблюдения частоты посещения торговых точек, выполнение маршрута на день.

1.2 Работа с товарным запасом

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Приобретение навыков проверки остатков товаров в торговой точке, OOS	10
2	Приобретение навыков работы с виртуальными остатками, OSA	10
3	Приобретения навыков расчета и обоснования рекомендованного заказа	5

Итого:	25
--------	----

Программа

Тема 1. Приобретение навыков проверки остатков товаров в торговой точке, OOS.
Работа с ТСД. Алгоритм действий, если товар OOS.

Тема 2. Приобретение навыков работы с виртуальными остатками, OSA.
Алгоритм действий, если есть виртуальные остатки. Алгоритм действий, если товара в торговую точку приходит недостаточно.

Тема 3. Приобретения навыков расчета и обоснования рекомендованного заказа.
Расчет рекомендованного заказа. Обоснование необходимости сделать рекомендованный заказ. Отработка возражений при отказе ЛПР сделать рекомендованный заказ.

1.3 Ведение переговоров

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Приобретение навыка изложения первоначальных выгод	5
2	Приобретение навыка продажи идеи «ВИЖНР»	25
3	Приобретение навыка работы с возражениями «АРАС»	30
4	Приобретение навыка закреплять договоренности	5
5	Приобретение навыка создавать ценность визита	5
Итого:		70

Программа

Тема 1. Приобретение навыка изложения первоначальных выгод.
Каналы коммуникации. Стандартные фразы для приветствия. Типология людей.

Тема 2. Приобретение навыка продажи идеи «ВИЖНР».
Подготовка к переговорам. Открытые вопросы. Направляющие вопросы. Выгоды от реализации идей.

Тема 3. Приобретение навыка работы с возражениями «АРАС».
Принятие возражения. Открытые вопросы. Правила аргументации. Аргументы при отработке частых возражений.

Тема 4. Приобретение навыка закреплять договоренности.
Концепция win-win. Четкие договоренности. Разделение ответственности.

Тема 5. Приобретение навыка создавать ценность визита.
Запрос обратной связи. Конструктивный диалог. Критерии результата.

1.4 Заполнение отчетов

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Приобретение навыка правильной работы в SFA	5
2	Приобретение навыка правильного заполнения ключевых отчетов в SFA	5
3	Приобретения навыка правильного производства фотоотчетов	5
Итого:		15

Программа

Тема 1. Приобретение навыка правильной работы в SFA.
Верная последовательность действий в программе SFA от начала до окончания визита.

Тема 2. Приобретение навыка правильного заполнения ключевых отчетов в SFA.
Корректное заполнение отчетов, которые влияют на то, что визит будет зачтен.

Тема 3. Приобретения навыка правильного производства фотоотчетов.
Правила фотографирования в сложных точках. Работа с системой распознавания.

1.5 Работа по системе «8 шагов визита»

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Приобретение навыка соблюдения системы «8 шагов визита» в каждой торговой точке	75
Итого:		75

Программа

Тема 1. Приобретение навыка соблюдения системы «8 шагов визита» в каждой торговой точке.

Система «8 шагов визита». Анализ успешных и неуспешных ситуаций. Работа с сильными и слабыми сторонами обучающегося. Работа с внутренними противоречиями обучающегося для того, чтобы использовать систему «8 шагов визита» в каждой торговой точке.

Итоговая аттестация.

Тематический план

№ п/п	Темы	Количество часов
1	Тест по пройденным блокам	1
2	Оценка эффективности визита в трех разных торговых точках	5
Итого:		6

Программа

Тема 1. Тест по пройденным блокам.

Термины мерчандайзинга. Инструменты мерчандайзинга. Ассортимент компании-производителя. Конкуренты. Правила заполнения SFA. Система «8 шагов визита».

Тема 2. Оценка эффективности визита в трех разных торговых точках.

Совместный проезд с обучающимся по трем разным торговым точкам с целью оценки: применения системы «8 шагов визита» в каждой торговой точке, умения формировать корпоративный блок и работать с долей полки, умение выставлять товар по плануграмме и использовать необходимые инструменты мерчандайзинга, умения контролировать остатки в торговой точке, умение выстроить взаимоотношения с ЛПР в торговых точках и вести с ним переговоры. Оценка качества заполнения отчетов в SFA.

Информационно-техническое обеспечение обучения.

1. Корпоративный университет OpenSkills через браузер или приложение.
2. Программа SFA с доступом, установленная на телефон обучающегося.
3. Программа по распознаванию товара с доступом, установленная на телефон обучающегося.
4. Планограммы от компании-производителя и торговых сетей.
5. Приложение Microsoft Teams.