



R&D

в ритейлі

**як запорука системного розвитку
і створення конкурентної переваги**

Роман Веренич,
директор з розвитку власного ритейлу МХП





МХП — міжнародна компанія у сфері харчових та агротехнологій, виробник якісних і смачних продуктів харчування, що покращують життя споживачів.

Працює в напрямках агро, виробництва продуктів харчування та ритейлу



М'ЯСО  МАРКЕТ

DÖNER  МАРКЕТ

Щоб українці завжди мали доступ до якісних та смачних продуктів харчування, компанія спільно з партнерами розвиває кілька мереж:

магазини «М'ясомаркет», «Їжа Свіжа», «Наша Ряба», заклади смачного безпечного фастфуду Döner Market.





190+

Döner Маркетів

15000

торгових точок по всій Україні

270+

М'ясомаркетів

Два формати

магазинів і закладів:



франчайзингові



власний ритейл



Чи можливе

R&D

в ритейлі?



У ритейлі можна досліджувати:

1 **Продукти:
асортимент,
категорії, SKU**

У ритейлі можна досліджувати:

1
Продукти:
асортимент,
категорії, SKU

2
Полиці: розташування
самих полиць і товарів
на них, додаткові місця
викладки

У ритейлі можна досліджувати:

1 Продукти:
асортимент,
категорії, SKU

3 Зону біля полиць
(прикасові зони,
навігація тощо)

2 Полиці: розташування
самих полиць і товарів
на них, додаткові місця
викладки

У ритейлі можна досліджувати:

1 Продукти:
асортимент,
категорії, SKU

3 Зону біля полиць
(прикасові зони,
навігація тощо)

2 Полиці: розташування
самих полиць і товарів
на них, додаткові місця
викладки

4 Наявність посадкових
зон та обслуговування
в них

У ритейлі можна досліджувати:

1 Продукти:
асортимент,
категорії, SKU

3 Зону біля полиць
(прикасові зони,
навігація тощо)

5 Поведінку покупців,
зокрема через
програми лояльності

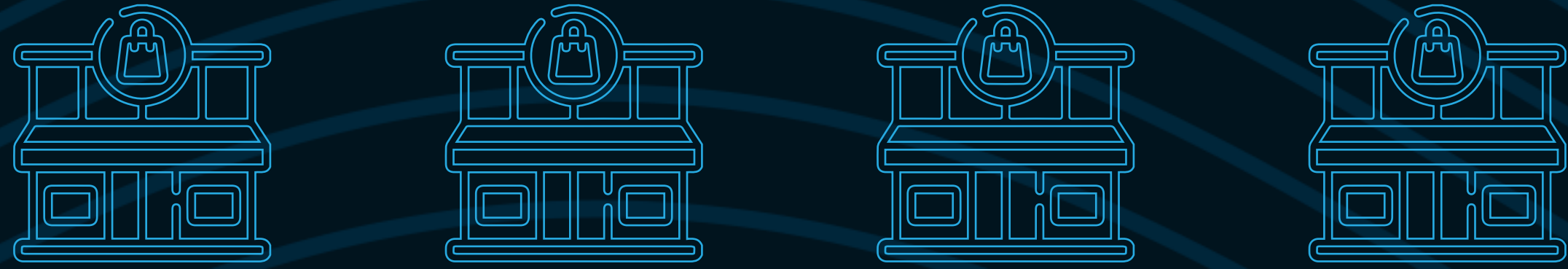
2 Полиці: розташування
самих полиць і товарів
на них, додаткові місця
викладки

4 Наявність посадкових
зон та обслуговування
в них



**Наявність R&D у власному ритейлі –
привілеї.**

Не всі готові експериментувати – є мережі, які воліють дочекатися, коли хтось інший відстестує нове і доведе успішність продукту, формату чи рішення



**Ефективний R&D в ритейлі – це
окремо виділена команда й
окремий сет магазинів**

Принцип роботи МХП з партнерами –
це розвиток бізнесу клієнтів, зокрема
наших франчайзі

«МХП Ритейл»



тестує у своїх
магазинах нові ідеї,
формати й продукти



відбирає
успішні



передає
зацікавленим
франчайзі



М'ЯСО MARKET

- Формат нового рівня сервісу (ЖК «Нова Англія») – протестувати залежність рівня продажів від рівня сервісу
- Фермерія – протестувати вплив зонування і окремого брендування категорії м'ясних спеціалітетів на продажі
- Аналіз конверсії в торговій точці: опитування гостей без покупки – виміряти реальну конверсію в торговій точці, зрозуміти причини виходу без покупок
- Cross-sell спецій ВТМ до покупки м'яса – протестувати, наскільки можна збільшити продажі спецій та маринадів як основної крос-покупки до м'яса
- Cross-sell напоїв у кулінарії – протестувати, скільки онтоп-продажів можна отримати через крос-презентацію напоїв

DÖNER MARKET



ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ



DÖNER MARKET

- Запуск нового формату закладу фастфуду («Рулетка») – протестувати гіпотезу збільшення товарообігу закладу фастфуду зі збільшенням вибору різних кухонь
- Розширення асортименту Döner Маркету стравами з м'яса курки та яловичини – зрозуміти потенційний рівень додаткових продажів від розширення меню з мінімальним додатковим операційним навантаженням

Операційні проєкти

М'ЯСО МАРКЕТ

- 1.** Індустріалізація кулінарії – зменшити кількість процесів у торговій точці, досягти однакового смаку страв, відмовитися від роботи з інгредієнтами
- 2.** Zero knife у сирах та ковбасах – зменшити навантаження на персонал, відмовитися від вакууматора і зайвих процесів у торговій точці
- 3.** Редизайн категорій довипіку та десертів – перегляд асортименту довипіку та десертів, формування кластерів
- 4.** Демонтаж зони посадки і заміна цієї зони на стелажі – протестувати, як впливає відсутність зони посадки на продажі і задоволеність гостей
- 5.** Промо-процес – створення та імплементація оновленого промо-процесу, зміна підходу до промо, створення тула для аналізу, створення каталогу, комунікаційна підтримка тощо
- 6.** «М'ясомаркет» + Döner Маркет – протестувати можливу синергію магазину і закладу в контексті крос-трафіку та можливості смажити всю кулінарію в Döner Маркеті у період мінімальної завантаженості



ПРОЄКТ «ЕКСТРАСЕРВІС»



Тестуємо залежність рівня продажів від рівня сервісу – на форматі «М'ясомаркету» у ЖК «Нова Англія»



Новий формату закладу фастфуду («Рулетка»)

Ми обрали 6 ресторанів та розмістили їх в одній локації — на фудкорті ТРЦ «Гулівер»

Задумано:

ПРОЄКТ «РУЛЕТКА»



Реальність:

ПРОЄКТ «РУЛЕТКА»



Розширення
асортименту
Döner Маркету
стравами з м'яса
курки та
яловичини





**Проект «Вплив зони
посадки на продажі
та задоволеність
гостей»**





Власний ритейл МХП –
не просто R&D-майданчик,
а ще й мережа, яка працює
до споживачів.



Дякую за увагу!