



Эффективное партнерство «Магнит»

Андрей Матюнин, директор департамента
категорийного менеджмента розничной сети
«Магнит» в Волжском округе

Краткий обзор



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

25 315
магазинов

8 723
Торговая площадь,
тыс. кв. м

45
Распределительных
центров

5 144
Грузовика
центра



География сети

3 840 населенных пунктов

8 федеральных округов



Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах

	Северо-Кавказский	Южный	Центральный	Волжский	Северо-Западный	Уральский	Сибирский	Всего
Магазины у дома	445	2 415	4 283	4 174	1 812	1 570	958	15 657
Супермаркеты	19	124	86	124	38	53	23	467
Дрогери	232	1 256	1 718	1 705	650	753	400	6 714
Магазины у дома			1 759	1	584	94		2 438
МЕГАМАРТ Супермаркеты						39		39
РЦ	1	8	14	10	4	5	3	45

Магнит

Дикси

МАГНИТ В ВОЛЖСКОМ ОКРУГЕ



СТРУКТУРА ОКРУГА

- **ГК**
- ↓
- **Волжский округ**
- ↓
- **6 РЦ**
- ↓
- **19 филиалов**
- ↓
- **4 500 торговых точек**

МАГНИТ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Доля локальных поставщиков
в товарообороте «Магнит»
в Саратовской области в 2022 году

> 10,8%

доля местных поставщиков
в общем ассортименте

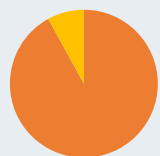
70

местных поставщиков

12

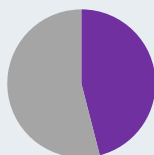
новых контрактов

Доля местных поставщиков в продажах



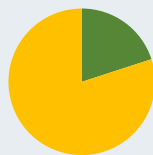
70%

Хлеб и
хлебобулочные
изделия



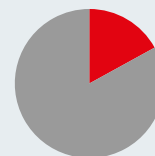
46%

Молоко



≈ 20%

Мясо



16%

Картофель


Единый бренд для семьи магазинов «Магнит».


Для каждого формата разработано наиболее эффективное CVP (ценностное предложение покупателю) и EVP (ценностное предложение сотруднику)


Ассортимент | Категории повышенной важности

Старый подход

Категории повышенной важности¹ 1_2 бюджет


 Мясная гастрономия (колбасы, сосиски, сардельки)


 Бакалея

 Корма для животных (кошки)

 Сигареты

Категории повышенной важности¹ 3_4 бюджет

 Замороженные полуфабрикаты

 Безалкогольные напитки

 Сыры

 Сигареты

Новый подход

Логика изменений описана далее

Категории повышенной важности

1_2 бюджет

Изменения

- убрали сигареты

3_4 бюджет

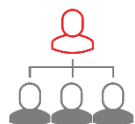
Изменения

- убрали сыр
- убрали сигареты
- добавили алкоголь



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 ОКРУЖНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ КАТЕГОРИИ



Управление ассортиментом



Взаимодействие с поставщиками



Проведение промо-акций



Принципы управления запасами



Принципы ценообразования категории



Выкладка

В ВОЛЖСКОМ ОКРУГЕ КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗОВАН В 4 ГРУППЫ

ГОЛОВНАЯ КОМПАНИЯ

Свежие продовольственные товары

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

Фрукты и овощи

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

Ультрасвежие продовольственные товары

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

Бакалея и напитки

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

Не продовольственные товары

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

Косметика и бытовая химия

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

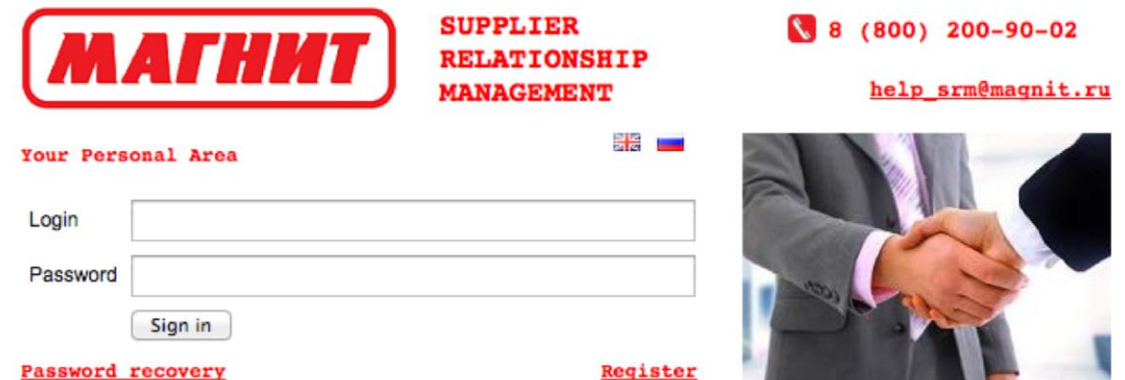
- Единые правила работы для всех поставщиков
- Официальный корпоративный портал
- Правила заполнения форм

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДОЛЖНО СОДЕРЖАТЬ

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

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

<https://srm.tander.ru/>



The screenshot shows the login interface for the MAGNIT SRM system. At the top left is the MAGNIT logo. To its right, the text 'SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT' is displayed. Further right, contact information is provided: a phone icon followed by '8 (800) 200-90-02' and an email icon followed by 'help_srm@magnit.ru'. Below this, the text 'Your Personal Area' is shown with flags for the UK and Russia. The main login area contains two input fields: 'Login' and 'Password', with a 'Sign in' button below them. At the bottom left, there is a link for 'Password recovery', and at the bottom right, a link for 'Register'. On the far right, there is a small image showing two business people shaking hands.

ЭТАПЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА

1

Размещение коммерческого предложения на портале SRM

<https://srm.tander.ru/>



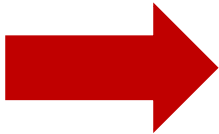
- официальное письмо
- представленность по регионам
- доля поставщика на рынке
- рейтинги продаж продукции

- география поставок
- прайс-листы
- наглядные материалы

2

Изучение КП сотрудниками Магнит

до 45 рабочих дней



Преимущества для поставщика:

- 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



Итоговое решение о заключении договора:

- КП отвечает требованиям Магнит

- КП отклонено

КП требует доработки

5

Заключение договора

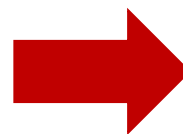


Электронный обмен данными (EDI - Electronic data interchange) – обмен коммерческой информацией посредством передачи по электронным каналам связи данных в стандартизированном формате.

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

ПРЕИМУЩЕСТВА ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ EDI/ЭДО:

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



повышается эффективность работы всей цепочки A11 в том числе за счет внедрения стандартов «GS1 International»

Все необходимые материалы, справочная информация по работе с EDI находится по ссылке

<https://edi.magnit-info.ru>

Review ассортимента – полный пересмотр ассортимента категории.

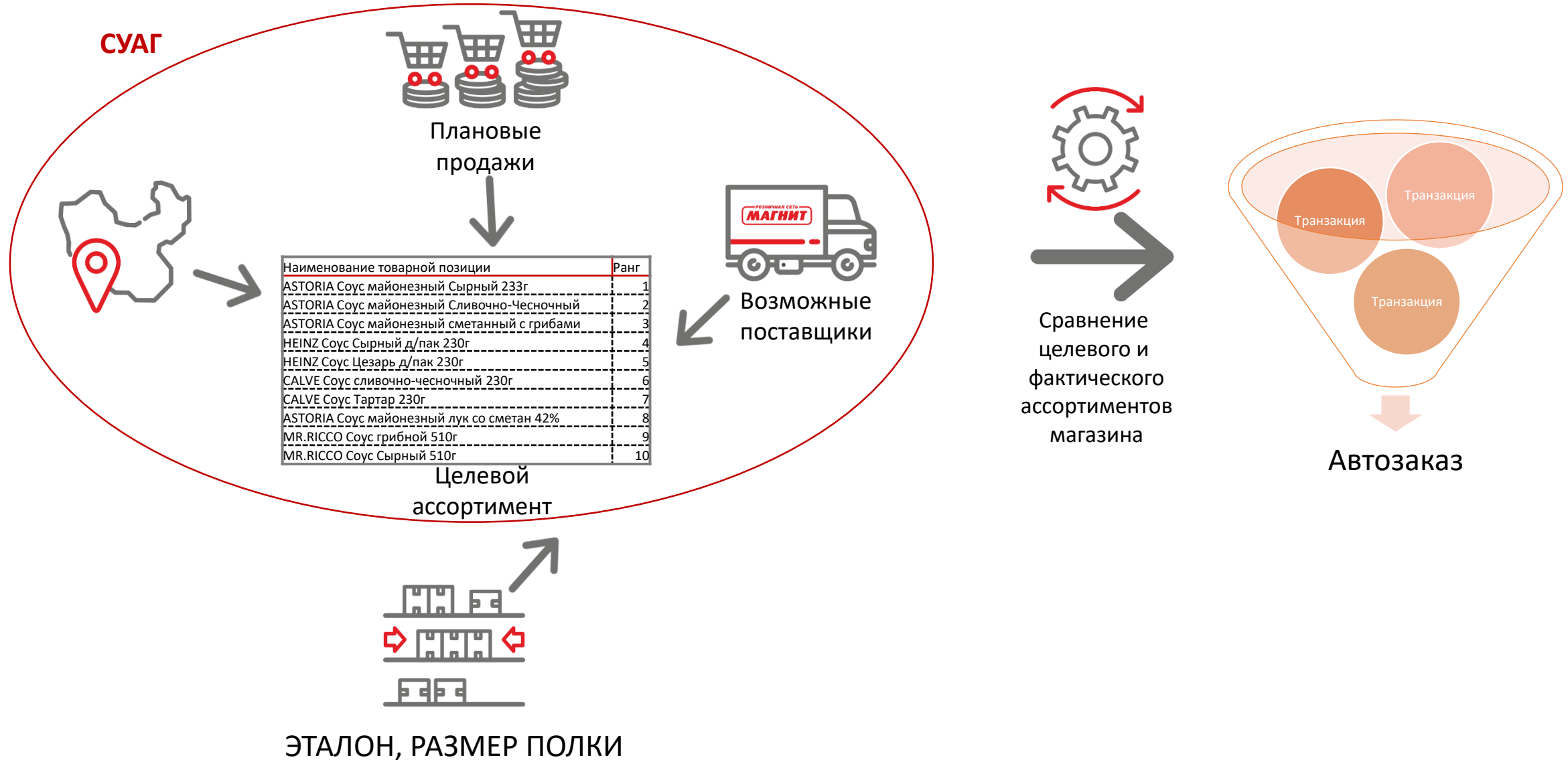
Разработка планов по категории (1 раз в год)

Плановое изменение ассортимента – пересмотр ассортимента категории. Ввод новинок, исключение неэффективного ассортимента

(1 раз в 1-3 месяца)

Экстренное изменение ассортимента – внеплановый ввод/вывод позиций, вызванный экстренными причинами (1 раз в месяц)

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ



«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

ФАКТОРЫ, НА КОТОРЫЕ ВЛИЯЕТ ПОСТАВЩИК

РЕЗУЛЬТАТ



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.



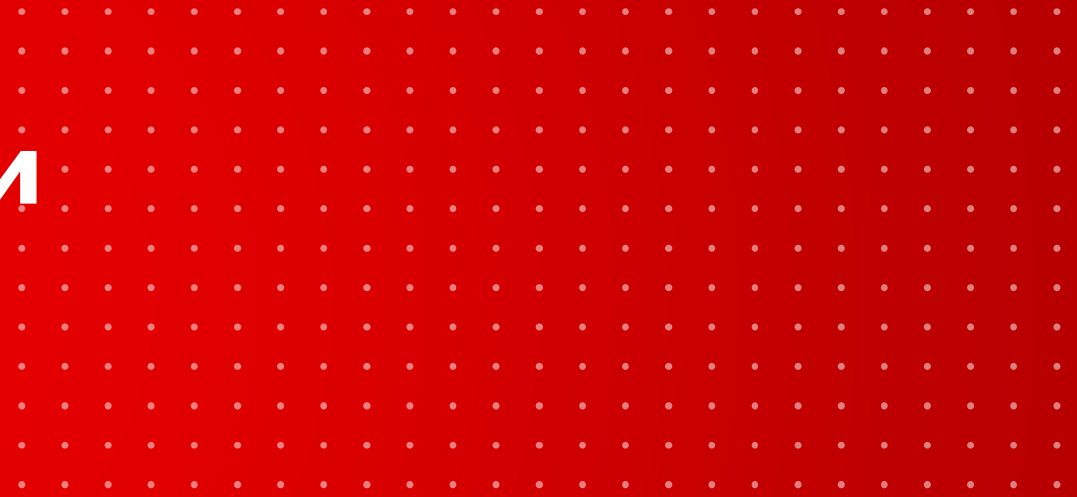
ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ

- 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





Новая модель работы «Магнита» с фермерами (микропредприятиями)



ФЕРМЕРСКИЙ ДВОРИК

- Ввод продукции в регулярный ассортимент сети с её специальным визуальным выделением, продажа через кассу сети
- Привлечение дополнительного трафика
- Ассортимент молочной продукции 32-64 товарных позиций, колбасных изделий и деликатесов 10-18 товарных позиций в зависимости от магазина
- Размещение – торец либо вертикальный блок в горке (колбасные изделия и деликатесы в витрине)



ФЕРМЕРСКАЯ ЛАВКА

По всей географии сети работают сотни лавок площадью 12-17 кв.м

- Размещение в торговом зале или за его пределами в специально выделенном небольшом отделе
- Оформлена в едином стиле в соответствии с бренд-буком
- Предоставление торгового места для размещения на условиях аренды
- Своя касса, оборудование, персонал, система логистики
- Ассортимент должен быть согласован с сетью
- Самостоятельный контроль качества,



АГРЕГАТОР ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

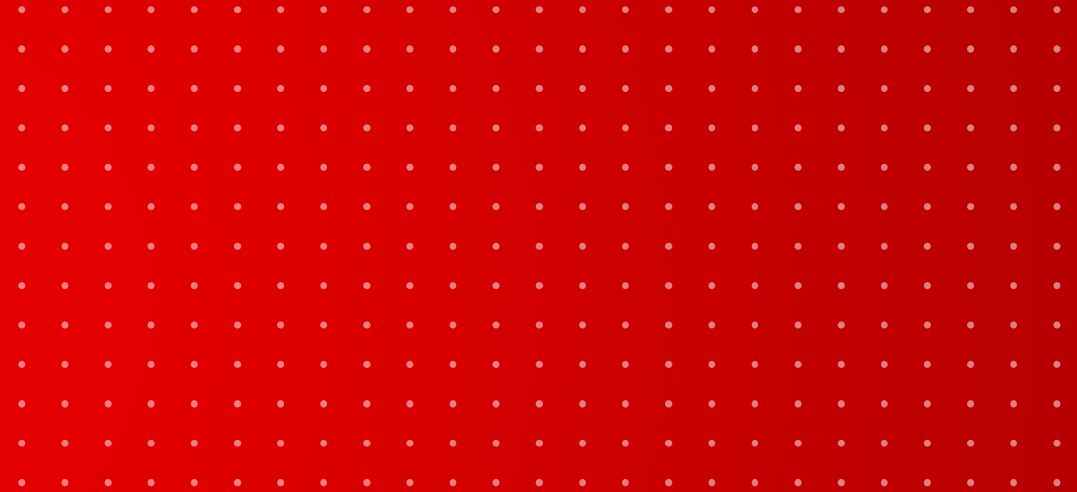
Пилотный проект «Магнит» реализует совместно с Правительством Тульской области с ноября 2022 г.

- Продукция от фермеров поступает в региональный хаб, здесь происходит ее обработка, затем она направляется в ближайший РЦ или напрямую в магазины
- Отличием целевой модели агрегатора «Магнита» является поддержка фермеров по всей цепочке «от поля до полки»
- Ассортимент поставляемой продукции включает молоко и молочные продукты, мясную гастрономию, свежую рыбу и овощи





Агроконтрактация

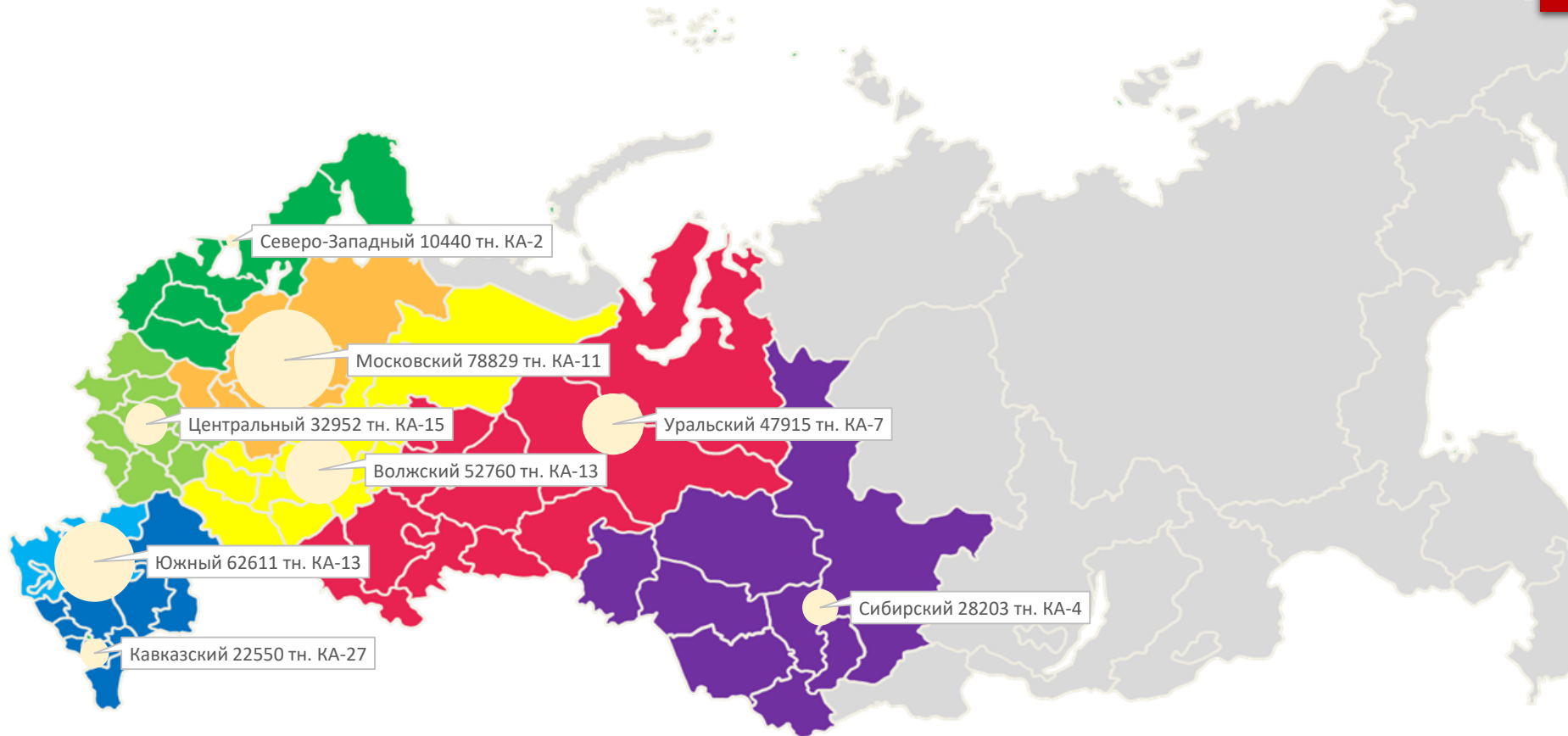


92 сельхозпроизводителя уже сотрудничают с нами



У нас есть партнеры почти по всей стране.

Самый южный регион — Дагестан, на севере — Псковская обл., на востоке — Новосибирская обл.



БИЗНЕС-КЕЙС

**ИП Глава к(ф)х
Цирулев Е.П.
(Самарская обл.)**

**5 лет работы в рамках
АК**

**15 товарных позиций
поставляются в магазины
«Магнит»**

Один из крупнейших производителей овощей в Самарской области и в Среднем Поволжье. К таким результатам пришел за период плодотворного сотрудничества с компанией «Магнит» в рамках Агроконтракта. Еще в 10-е годы предприятие специализировалось на зерновых, овощи выращивались для собственных нужд. Сейчас производит более 15 товарных позиций овощей, включая мытую продукцию.

Агроконтракты с отечественными производителями – долгосрочные договоры на поставки будущего урожая с фиксированными объёмами и возможностью авансирования. Сельхозпроизводители получают гарантированный канал сбыта, механизм адаптации цен, согласно конъюнктуры рынка и сопровождение на всех этапах взаимодействия с сетью

Действующие опции:

- ✓ Агрсопровождение профильными специалистами
- ✓ Авансирование будущего урожая
- ✓ Гарантированные объёмы сбыта продукции по согласованной цене
- ✓ Сюрвейерская оценка у поставщика
- ✓ Долгосрочное планирование
- ✓ Самовывоз товара транспортом компании со склада КА



Планируется:

- Разработка и внедрение программы лояльности, для постоянных и надежных поставщиков
- Инвестиции для расширения производства
- Создание электронной платформы
- Централизованные закупки (СЗР, удобрений, семян, упаковочных материалов и проч.)

Дополнительные услуги:

- доработка продукции (переборка, фасовка, мойка)
- хранение
- аутстаффинг
- консалтинг



Приемка продукции на РЦ осуществляется только по документам, температурному режиму, весу, упаковке



Укрепление доверия с/х- производителей к контрактам



Снижение логистических издержек (уменьшение возвратов)

УС 100%

Обеспечение стабильного присутствия товара на РЦ и в магазинах

Директор по категорийному менеджменту Волжского округа

Матюнин Андрей Николаевич
Matunin_an@magnit.ru

**Руководитель категории
«Бакалея и напитки»**

Ермилова Татьяна Ивановна
ermilova_ti@magnit.ru

«Бакалея и напитки»

Шишкин Игорь Евгеньевич
shishkin_ie@magnit.ru

Категория «Напитки»

Крылова Людмила Владимировна
kapralova_lv@magnit.ru

Руководитель категории «Ультрасвежие продовольственные товары»

Лебеденко Анастасия Олеговна
Lebedenko_ao@magnit.ru

**«Мясная гастрономия,
замороженные полуфабрикаты»**

Грибанова Таисия Сергеевна
gribanova_ts@magnit.ru

«Мясо, рыба, птица»

Головащенко Анастасия Викторовна
Golovashenko_av@magnit.ru

**«Хлебобулочные изделия,
мучные кондитерские изделия,
кулинария»**

Трандина Ольга Владимировна
trandina_ov@magnit.ru

**Руководитель категории
«Свежие продовольственные товары»**

Колева Вера Вадимовна
Troshina_v@magnit.ru

«Молочная гастрономия»

Силантьева Ирина Михайловна
silnteva_im@magnit.ru

«Молочная гастрономия»

Матвеева Татьяна Анатольевна
matveeva_ta@magnit.ru

Категория «Фрукты и Овощи»

Юрин Антон Юрьевич
urin_au@magnit.ru

