

ЭФФЕКТИВНОЕ ВНЕДРЕНИЕ ВЕЙП КАТЕГОРИИ

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Коновалов Глеб от ооо "Парзо"

ГЛАВНАЯ
ОСОБЕННОСТЬ
ВЕЙП РЫНКА -
**БЫСТРОЕ
ОБНОВЛЕНИЕ
АССОРТИМЕНТА!**

*Рынок Вейп, сравним с рынком смартфонов...
Только обновляется быстрее.*

Быстрая обновляемость всей продуктовой линейки в течении 6 месяцев. Прогноз на 2017-2018 4 Месяца.

План на 2019 раз в квартал.



Главные задачи

- Цена вопроса и размер отдачи
- Цифры, факты и бенчмаркинг
- Конкурентноспособный
Ассортимент
- Повторные продажи, *Эволюция клиента*
- Групповое обучение Персонала
- Понятный язык и
сопроводительные матерьялы
- Локальная Реклама новой категории



ЦЕНА ВОПРОСА И РАЗМЕР ОТДАЧИ?

- Какие финансовые вложения, риски, затраты сил, времени и иных ресурсов связаны с решением или бездействием.
- Важно понимать размер отдачи, выгоды каждого из альтернативных вариантов действий, а также вероятность получения этих выгод.
- Цена конкретного вопроса, может быть не очевидна для первого лица.

ЦЕНА



ЗАТРАТЫ СИЛ

- Быстро обновляемый рынок, требует к себе особого подхода к ассортименту и высокой информативности продавцов.
- Для Вейп рынка мы советуем привлекать быстро обучаемых продавцов, в возрасте до 35 лет.

РИСКИ

- Увеличение локальных точек продаж и введение табачной продукции в вейп шопы
- Некомпетентность поставщика в ассортименте и продукции
- Медленное обновление ассортимента, расторжение контракта поставщика
Не соблюдение Акциза на никотин

ВЛОЖЕНИЯ

- Увеличение открытости к новым технологиям и обучение новому
- Внедрение 5 новых товарных категорий
- 20+ новых товарных позиций

БЕЗДЕЙСТВИЕ

- Клиент, ищет в лице продавца друга и помощника.
Только клиентоориентированный сервис, поможет удержать клиента и дать ему возможность эволюционировать в лояльного клиента, сохранить позиции на рынке и увеличить маржинальность.
- Бездействие и игнорирование онлайн ресурсов – равносильно долгой мучительной смерти.

ОТДАЧА



МАРЖА

- Продукты вейп индустрии делятся на 2 категории. Девайсы – 40–60% в зависимости от новизны товара.
- Жидкость от 100–150% в зависимости от производителя

БЫСТРЫЙ ОБОРОТ КАПИТАЛА

- ВСЕ В ОДНОЙ ТОЧКЕ – Как конкурентное преимущество. Как вы думаете что привлекает людей ехать за город чтобы закупаться

УВЕЛИЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

- Эффект сарафанного радио очень востребован в вейп индустрии т.к. это субкультура и вся информация передается из уст в уста.

ОХВАТ НОВЫХ АУДИТОРИЙ

- Новые категории клиентов которые просто не зашли бы к вам так как не курят табак но они пришли бы за вейпом.

»» "Мы готовы рассмотреть возможности сотрудничества по факту*. Так же разработать план эволюции сотрудничества, до 100% Предоплаты."

* ЭТО УСЛОВИЕ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ТРЕБОВАНИЕ ОТ ПАРТНЕРА ЛОЯЛЬНОСТЬ И ПОЛУЧЕНИЕ 100% ВЕЙП АССОРТИМЕНТА В КОМПАНИИ "ПАРЗО"



ВЕЙПЕРЫ МОГУТ СТАТЬ ПОСЛЕДНИМИ КУРИЛЬЩИКАМИ

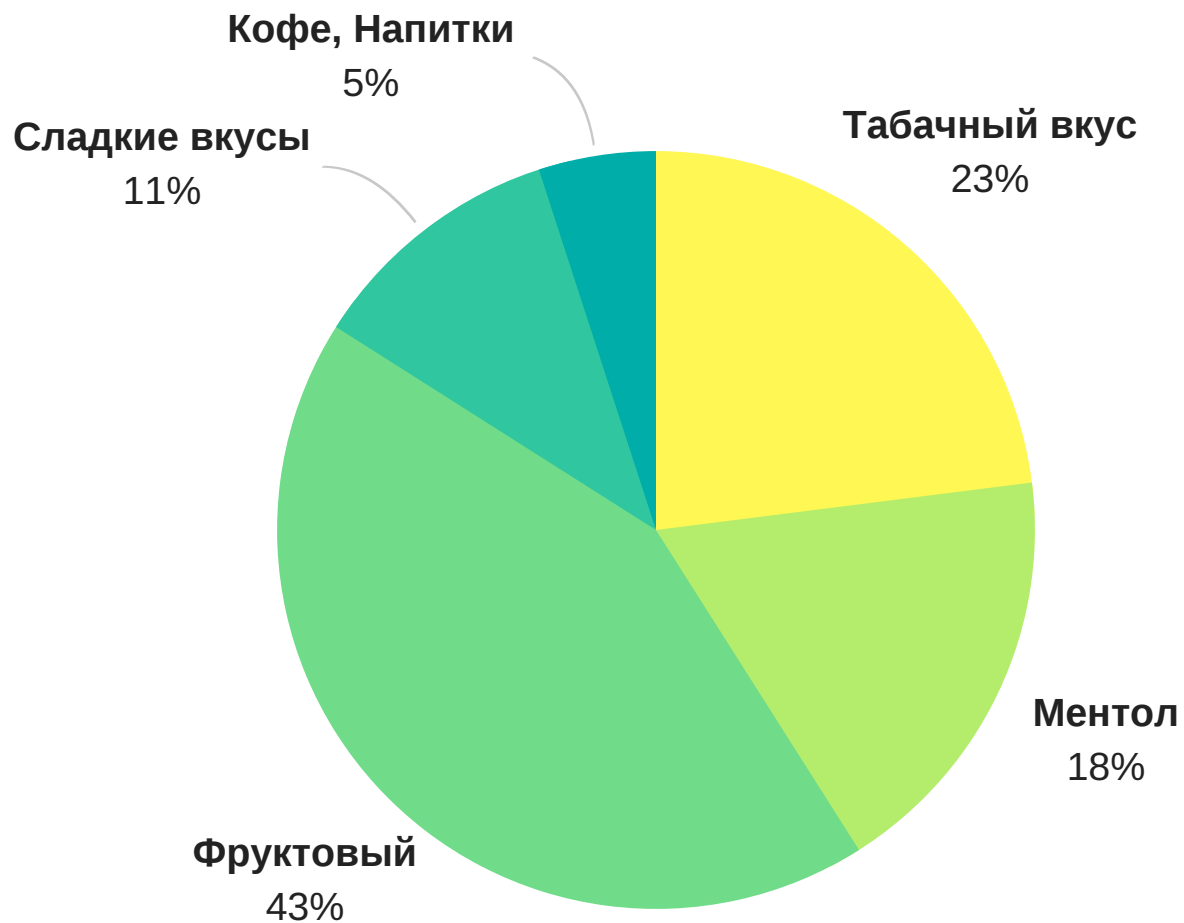
Вейперов к 2040 году будет больше, чем фанатов тлеющих сигарет, — и вообще западный человек второй половины XXI века может, по сути, бросить курить. Об этом рассказал Шейн Мак-Гилл, руководитель табачного направления Euromonitor International. Аналитикой этой международной многопрофильной фирмы пользуются все мировые табачные корпорации и деловые СМИ.

ПРОГНОЗ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ СИГАРЕТ 2016-2025 Г.

2016

РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ СИГАРЕТ ГОТОВИТСЯ К РОСТУ БОЛЕЕ ЧЕМ НА \$5 МИЛЛИАРДОВ К 2025 ГОДУ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ РЫНКА СТАНЕТ АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН, А СРЕДНЕГОДОВОЙ ТЕМП РОСТА С 2016 ПО 2025 ГОДЫ БУДЕТ СОСТАВЛЯТЬ 100%. В СВЯЗИ С УВЕЛИЧЕНИЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ИХ ВРЕДНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ, ПЕРВАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ СИГАРЕТА БЫЛА РАЗРАБОТАНА В КИТАЕ ЕЩЕ В 2003 ГОДУ

Статистика вкусов*



*Nielsen mobile diary
Nov/Dec 2015



АССОРТИМЕНТ

5 НОВЫХ КАТЕГОРИЙ

Есть много различных форм электронных сигарет как одноразовые модели, танк-системы, электронные трубки, электронные кальяны, бокс моды и атомайзеры. Тем не менее, конструкция и работа аналогичны во всех моделях.

Категории

- 01 Атомайзеры/Баки/Дрипки
- 02 Боксмоды/Моды
- 03 Аккумуляторы
- 04 Комплектующие
- 05 Жидкости/жижа

Атомайзеры



Есть целый ряд различных моделей испарителя. Бак, Дрипка, РДА, РДТА и РТА. Все они имеют свои преимущества и недостатки. На сегодняшний день нет универсальной системы, которая бы устраивала всех клиентов. В связи с этим появляется эволюция клиентов, от простого к сложному и создается профильное сообщество и субкультура.



Моды

Аккумулятор и блок управления поставляет энергию для процесса выпаривания. Он состоит из обычного примера литий-ионной батареи и управляющей электроники. Грубое разделение идет по количеству аккумуляторов и возможности настройки, интеграции устройства и эргономичность



Аккумуляторы



18650 - ЭТО СТАНДАРТНЫЙ РАЗМЕР

18650 этот размер в 80 % случаев используются при производстве электронных сигарет. Но в данный момент фирма Тесла анонсировала новый формат для Аккумуляторов специально разработан для Вейп индустрии. Ждем появления новой продукции и форматов.



Комплектующие



Самый обширный и самый сложный сегмент рынка это комплектующие и как вы знаете дьявол в деталях. В этот сегмент входят зарядные устройства, проволоки, шнуры, испарители, аксессуары, мундштуки и инструмент для намоток.



ЖИДКОСТИ

На вкус и цвет товарищей нет, от банана до амарето. Все вкусы и все ароматизаторы мира можно применить к жидкости. Состав жидкости состоит из 5 компонентов.

55% Пропиленгликоль (E 1520)

35% Глицерин (E 422)

5-10% Дистиллированная вода

1,5% Ароматизаторы

0-2% Никотин





Ассортимент

Весь ассортимент разбит на "Вилку Цен". Дешевый в линейке, средний и Премиальный продукт в линейке. Из нашего опыта клиент будет покупать больше всего средний продукт в соотношении 15-30-5

На данный момент мы разработали ассортиментную матрицу для вашей сети где будут участвовать 6 Флагманских продуктов (Сетапов). Один "Сетап" содержит 2 продукта которые будут на витрине. Клиент может комбинировать между собой продукты. Тем самым на одном продукте надо указывать 2 Цены при презентации на витрине.

К каждому сетапу будут предлагаться комплектующие и аккумуляторы, они так же разбиты на вилку цен от дешевого к дорогому. Цены и продуктовая матрица, будет у продавца на отдельном ламинированном листе с актуальным ассортиментом, где будет показано что к чему относиться и в случае не понимания он может просто показать . Ассортимент жидкостей на обороте где будет сформирован список брендов.



Три Целевые Аудитории включает в себя вейп рынок.

- 1) Новички - Люди которые хотят познакомиться с этим рынком или приходят по совету или рекомендации знакомых.
- 2) 18-35 Мужчины и Пары
- 3) 35-45+ Мужчины.

В месте с этим очень важно предлагать весь ассортимент и вести регулярное обновление.

На картинке изображены Продукты которые относятся к Целевым Аудиториям и обязаны быть в наличии, в каждом магазине

Эволюция Клиента - Дополнительные Продажи

От пугающего вопроса собственника табачного магазина "я хочу бросить курить - у вас есть вейп?" до "какая новая жидкость у вас появилась, я уже все попробовал?" всего один шаг и он должен быть продуман до мелочей.

Запомните Вейп это не избавление от табака а всего, его замена. Если вы правильно закроете все потребности клиента он останется с вами до конца жизни т.к. от вейпа не умирают.

НОВИЧЕК В ВЕЙП ИНДУСТРИИ

ПРОДУКТ: ЦАРСМОК "ONE"

Это модель специально разработана для новичков и желающих попробовать. Клиент может выставить правильную для него регуляцию пара и не запутаться в инструкции. Жидкость с 10-16 мг никотина

ОДНОБАТАРЕИЧНЫЙ СЕТАП

ОЗНАКОМИВШИЙСЯ В ИНТЕРНЕТЕ КЛИЕНТ

У этого клиента уже есть понимание и информация что он примерно хочет. Либо он приходит за ним дабы он увидел на улице или же слышал что его знакомый купил "Коробку".

Это самая важная стадия эволюции клиентов, т.к. если вы не закроете потребность клиента он уйдет в другой магазин. Если вы продадите во 2ой раз можете смело считать этого клиента постоянным и лояльным.

ДО ПРОДАЖА НЕ ХВАТАЮЩИХ

При первой покупке клиент думает что сетап это единственное что ему надо или он возьмет у своего друга если что. Но это как выйти на улицу без зажигалки. Вроде бы сигарета есть а зажигалки нет. Такие клиенты на след. день или через пару дней приходят за 2 аккумуляторами, зарядкой, новой жидкостью и комплектующими.

2-3-4 БАТАРЕИЧНЫЙ СЕТАП

ЛОЯЛЬНАЯ АРМИЯ ФАНАТОВ ВАШЕЙ СЕТИ

Это то где делается основной оборот сети и формируется правило Парето где 20% клиентов дают 80% выручки. Они будут приходить в ваш магазин с частотностью раз в 3 дня

КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ЖИДКОСТИ ЗАРЯДКИ БАТАРЕЙКИ

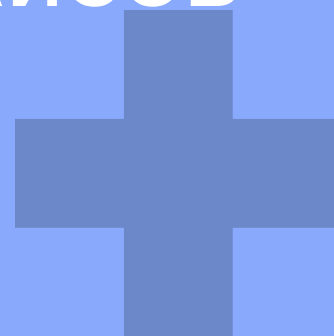
ВЕЙП ФЕНШУЙ И АКТИВНЫЙ УЧАСТНИК СООБЩЕСТВА И СУБКУЛЬТУРЫ

Обратите особое внимание к этой части клиентов. Они очень хорошо знают Вейп культуру и последние тренды. Они очень общительны и чаще всего состоят в сообществах.

Если плохо обслужить клиента негативный отзыв очень быстро разойдется, так же если вы дадите качество (с нами это по умолчанию) то и пару новых клиентов вам точно гарантированно

ГРУППОВОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ГРУППОВОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

- ПРИНЦИП РАБОТЫ ДЕВАЙСОВ
- СОВМЕСТИМОСТЬ
- ХАРАКТЕРИСТИКИ
- ГАРАНТИЯ
- СЕРВИС И ЗАМЕНА
- ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ
- ПРЕДОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ
ДО ИХ ПОЯВЛЕНИЯ



ЦЕНА И НАЛИЧИЕ

Список прайс листа и наименование моделей с фотографиями на одном листе



Мы разработаем товарную матрицу с визуально красиво представленным товаром и разбитым по категории товара и совместимости с отдельными продуктами и общее обозрение наличия.

ПРОСТОТА

выделение главных качеств моделей и их прямое назначение.



Отдельный список только для продавца. Выделение особенностей и форм использования товара а так же понятный язык.

СОПУТСТВУЮЩИЕ ТОВАРЫ

Что еще необходимо с этим устройством до продать.



Что нужно предлагать клиенту с выбранным товаром. Чаще всего необходимо 2 или 3 продукта вместе с выбранным устройством. Памятка для дополнительной продажи



РЕКЛАМА

ПОИСК ЛОКАЛЬНЫХ
КЛИЕНТОВ



ЛОКАЛЬНАЯ РЕКЛАМА ПОКАЗАТЬ ЧТО ЕСТЬ ТОВАР!

- 01** СОГЛАСОВАНИЕ МЕСТ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ ТЦ
 - 02** РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА И РАЗМЕРОВ РЕКЛАМНЫХ ПЛОЩАДЕЙ.
В ПРИЛОЖЕНИЕ ФОТОГРАФИИ МЕСТ ГДЕ ВОЗМОЖНО
РАЗМИЩЕНИЕ
 - 03** РЕКЛАМА НА ОНЛАЙН ПЛОЩАДКАХ, ФОРУМОВ, САЙТОВ
(ДЕЛАЕМ МЫ)
 - 04** ВЫБОР МЕСТА В ВИТРИНЕ В СООТВЕТСТВИЕ С МАРЖОЙ И
ЧАСТОТОЙ ПРОДАЖИ
 - 05** АКЦИИ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРИДЛОЖЕНИЯ
- 