



**ПЕРВАЯ НЕЗАВИСИМАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРЕМИЯ
ИНДУСТРИИ СПК РФ
tybet.ru®**

Официальная Церемония награждения
20 апреля, 2016
Москва, «Известия Холл»

Требование к подготовке анкеты-презентации ЛУЧШАЯ ТОРГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ

ЛУЧШАЯ ТОРГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ – за уникальную торговую концепцию, существенно отличающуюся от других на рынке, со значимым коммерческим потенциалом. Успешность концепции подтверждена интенсивным развитием компании, (минимальным падением или наилучшим ростом относительно конкурентов)/

Заявитель: производители и продавцы СПК.

Содержание презентации:

1. Суть торговой концепции

Описание торговой концепции, ее особенности, подчеркивающие явные отличия предлагаемой к номинации концепции от других существующих на рынке. Есть ли отечественные или зарубежные аналоги.

2. История ее развития и построения в 2015 году

Кратко опишите историю создания, развития, какие были предпосылки. Сколько времени потребовалось на разработку и внедрение решения. Кто выступил разработчиком, рецензентом, соавтором идеи, реализации. Кто проводил анализ успешности.

3. Спектр предлагаемых услуг

Опишите предлагаемые услуги в составе концепции, кратко особенности услуг.

4. Главное конкурентное преимущество

Чем ваша концепция радикально отличается от аналогичных, присутствующих на рынке. Укажите ближайшие аналоги или схожие по типу.

5. Выгоды для потребителя

Сформулируйте главную выгоду (выгоды) которую получает потребитель используя вашу торговую концепцию. Остановитесь на наиболее важных с вашей точки зрения, не более трех очевидных выгод.

6. Регионы присутствия

7. Критерии оценки успешности, описание результатов по итогам собственного мониторинга

Опишите основные критерии по которым вы оценивали успешность вашей торговой концепции. Какими количественными характеристиками вы оперировали, каковы были сроки проведения мониторинга. Привлекались ли к оценке сторонние организации, исследовательские компании, какую задачу вы перед ними ставили и каков был результат.

8. Объем продаж 2015 года (в изделиях)

9. Динамика продаж относительно 2014 (в изделиях)

10. Уровень автоматизации, наличие CRM

Опишите, какие участки, входящие в организацию продаж полностью автоматизированы. Какие нет. Перспективы дальнейшего развития концепции. Если вы используете CRM укажите, какую, какой процент ее внедрения реализован в 2015 году.

11. Фото торговых точек (1920x1080,150dpi)

Снабдите иллюстрации подписями, где, что расположено, дата, регион.

12. Количество собственных торговых точек: - в 2014 - в 2015

МЕТОДИКА:

1. Заключение по информации предоставляет Экспертный Совет.
2. Презентация концепции оценивается жюри по каждому пункту по 10 бальной шкале. Данные передаются Организатору в 2х экземплярах, один остается у члена жюри для контроля результата.
3. Данные вносятся Организатором в общую таблицу и рассчитывается суммарный балл с учетом веса того или иного пункта анкеты (критерия). Таким образом, математическим расчетом мы получаем рейтинг компании по данной номинации.

1. Основная презентация:

Формат MS Word или PowerPoint. Творческая реализация приветствуется.

Подача информации в презентации – в строгом соответствии с пунктами и очередностью пунктов, указанных в требовании к каждой номинации.

- Для MS Word – общий объем текстовой информации – до 5000 знаков с пробелами, 12 шрифт Arial, с иллюстрациями в тексте. Заполняется на фирменном бланке с указанием номинации конкурса 2015 года в шапке. С обязательной отметкой, допускается ли публикация информации в общем доступе на сайте Премии и сайте tybet.ru.

Фото предоставляются отдельными файлами в разрешении (1920x1080,150dpi).

- Для PowerPoint – количество слайдов определяется количеством пунктов анкеты в номинации. С указанием номинации конкурса 2015 года на титульном слайде. С обязательной отметкой, допускается ли публикация информации в общем доступе на сайте Премии и сайте tybet.ru. Фото предоставляются отдельными файлами в разрешении (1920x1080,150dpi).

2. Дополнительная презентация (необязательная, но рекомендованная Оргкомитетом): Видеопрезентация номинанта, изготовленная в конце 2015 – начале 2016 года, в формате HD, хронометраж до 2 минут для имиджевого рекламного показа в аудитории Экспертного Совета, Жюри, во время Церемонии награждения (в случае победы), для использования в СМИ.