



- **Запуск линейки товаров под собственными торговыми марками для сети супермаркетов Vi1**



В конце 2021 года в Ташкенте открывается первый магазин сети розничной торговли bi1.

Сеть входит в состав французской группы компаний Schiever (включающей также Auchan/ Ашан и Kiabi (оба под франшизой), Schiever Déco, Hôli и другие).

Сеть розничной торговли bi1 предлагает покупателям формат магазинов у дома, где представлены качественные товары по низким ценам.

Проблема

При появлении на рынке республики одной из важнейших задач сети стал запуск линейки товаров под собственными торговыми марками (СТМ), которых в Узбекистане не так много. Компания планировала запустить 13 разных брендов в разных категориях продукции с нуля.

При создании необходимо было предоставить людям качественные продукты по доступным ценам, а через упаковку заложить ключевые ценности каждого бренда плюс дифференцировать риски при запуске новых продуктов и минимизировать негативный эффект при отрицательном опыте с продукцией одного из брендов. Также занять значительную долю в продажах магазина, повысить узнаваемость СТМ-продукции от bi1, предоставить эксклюзивные товары для bi1 и выделиться на фоне конкурентов.



Решение

1 этап. Выбор производителей

К созданию СТМ от bi1 была привлечена **Ольга Кондратьева** - один из лучших специалистов по СТМ в СНГ и Европе, имеющая 9-ти летний опыт на аналогичной позиции в сети "Ашан"

650

производителей

Помимо создания упаковки одной из главных задач для bi1 была отбор качественных поставщиков в Узбекистане. С этой целью было проинспектировано более 650 производителей со всей страны.

Каждый продукт проходил 3 обязательных стадии отбора:



Дегустация
(1250 товарных позиций)



Лабораторные исследования
(для этой цели были задействованы
3 крупнейшие лаборатории, проанализировано
900 товаров после этапа дегустации)



Проверка производства
(650 поставщиков)

2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок

На второй этап было отведено 3 месяца и за это время задача была успешно решена.

К каждому из 13 брендов компании bi1 возникла идея создать бренд и имя, которое бы ассоциировалось со страной-лидером мнений по каждой категории. Таким образом, учитывая психологию покупателей, было решено использовать триггер “традиционность”



Ma Julie

Печенья
Зефир
Торты
Шоколад



Добромил

Молоко
Сыр
Сметана
Каймак
Творог



2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок



Nord Fish

Селедка
Кальмары
Креветки



Verimor

Чай
Кофе
Хлопья для завтрака



2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок

ZUVER

Zuver

Порошки
Средства для мытья
посуды/окон и тд
Отбеливатель
Средство от ржавчины



Chef Paolo

Чай
Кофе
Хлопья для завтрака



2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок

При разработке 4 категорий товаров - специй и масел, мясной продукции, консервации, снеков/орехов/сухофруктов были выбраны названия на узбекском языке. Поскольку узбекская земля богата собственными вкусными овощами, фруктами, специями, хлопчатником, а также славится свежим мясом, потребитель привык отдавать предпочтение товарам местного производства



Oltin T'am

Кетчуп
Майонез
Специи
Соусы



Go'Shtkent

Мясо
Сосиски
Колбасы
Полуфабрикаты
(пельмени, манты и др.)



2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок



Tanaffus

Попкорн
Орешки
Жвачки
Чипсы



Dehqon's

Маринованные огурцы,
помидоры
Баклажанная икра

2 этап. Брендинг. Разработка нейминга, айдентики, упаковок

Для бренда детской продукции была использована игра слов - yangi и young, также как и для бренда воды/соков/напитков - Tabiani.

YOUNGI



Youngi

Подгузники
Детские каши
Йогурты
Печенье для детей
Мыло и шампунь

Tabiani



Tabiani

Соки
Вода
Морс
Квас



Коммуникации

Для отслеживания эффективности и качества продукции проводились активности:

- Аналитика продаж магазинов и занимаемой доли СТМ-продукции
- Соц. опросы в магазинах, а также прохожих на предмет узнаваемости и мнения о СТМ от bi1
- Получение обратной связи в соц. сетях, Call-Center bi1 и от сотрудников магазина



Trade-маркетинг в магазинах:

- плакат с логотипами СТМ за кассой
- навигационные таблички с логотипами каждого бренда в соответствующих разделах)
- отдельные стеллажи в начале магазина только с нашими СТМ
- продвижение СТМ-продукции на афишах магазина
- обучение продавцов магазина правильной работе с СТМ
- VTL: проведение дегустаций в магазинах и на открытиях новых точек

Коммуникации

Digital-активности:

- продвижение в соцсетях с акцентом на экспертизе Ольги Кондратьевой
- розыгрыши СТМ-продукции
- видеообзоры заводов производителей СТМ в соцсетях для повышения доверия потребителей
- реклама в онлайн-СМИ и телеграм-каналах



Outdoor:

- биллборды и баннеры в переходе метро,
- флаеры и дорхенгеры



Коммуникации

Французская сеть магазинов низких цен bi1 вышла на рынок Узбекистана

На открытии сети магазинов bi1 в Узбекистане присутствовали генеральный директор группы Schiever, посол Франции в Узбекистане и другие гости.

21 января 2022, 09:00 **Общество** **Реклама**

В Ташкенте прошло официальное открытие сети магазинов bi1. Открытие состоялось в присутствии генерального директора группы Schiever Венсана Пика, посла Франции в Узбекистане Аурелии Буше и посла Узбекистана во Франции Сардора Рустамбаева.



Узбекистан 24.02.2022 | 13:00

Низкие цены и производство собственных товаров от локальных производителей: французская сеть bi1 открыла 6-ой магазин в Ташкенте

В Ташкенте в Чиланзарском районе прошло открытие шестого по счету магазина bi1.



Уникальный для Узбекистана проект начинает активно расширяться на местном рынке. Причиной этому – низкие цены на товары, которые достигаются за счет

5 января 2022, 16:22 **Бизнес**

Французская сеть магазинов у дома bi1 вышла на рынок Узбекистана

Магазины входят в компанию Schiever, которая с 1996 года является партнером «Ашана».



- Главная
- Популярное
- Мнения
- Спецрепортажи

Реклама 19 февраля, 18:00

Французская сеть магазинов bi1 в Ташкенте запустила СТМ-продукцию в сотрудничестве с местными производителями

Что такое СТМ и как благодаря такой концепции bi1 предлагает покупателям качественные продукты по низким ценам, а локальным производителям – развитие и долгосрочное сотрудничество.

2092 7 Поделиться



Реклама на сайте Контакты

Использование материалов

Присоединяйтесь:



Bugun, Payshanba, 18:44

Toshkentda +29°C

USD 10920.28 RUB 177.49 EUR 11052.42

So'nggi yangiliklar

SPORT

Talonchilar Dani Karvaxalning uyiga o'g'irlikka kirishga uringan

Bugun, 20:20 50

MAHALLIY

SHHT sammiti sabab Samarqand shahridagi bir qator ko'chalarda transport vositalari harakati cheklanadi

Bugun, 20:14 133

DUNYO

MAGATE missiyasi Zaporozhye AESda o'rganish olib bormoqda – tafsilotlar

Bugun, 19:33 1249

SPORT

Rasman: "Barselona" Martin Breytueyt bilan shartnomani bekor qildi

Bugun, 19:30 1503

REKLAMA

28 fevral, 12:00

38606

Fransiyaning bi1 do'konlar tarmog'i Toshkentda xususiy savdo belgilari ostida ishlab chiqarilgan keng turdagi mahsulotlarni taklif etadi

bi1 — mashhur Schiever kompaniyasining bir qismi hisoblanadi. Kompaniya Fransiyada tashkil etilgan. Hozirgi kunda Polsha, Tojikiston va O'zbekistonda faoliyat olib boradi. Kompaniyalar guruhi tarkibiga Auchan/Ashan va Kiabi (franshiza asosida), bi1, Schiever Déco, Hôli va boshqalar kiradi.



Результаты

Охваты в соцсетях, СМИ и телеграм-каналах

12

Брендов разработано и выведено на рынок с нуля

700-800
тыс.

онлайн СМИ

1 млн.

Telegram

1 млн.
за месяц

Instagram

0%



45%

Доля продаж
СТМ-продукции от bi1

36%

Доля продаж СТМ в первый
месяц запуска сети магазинов bi1

12

магазинов открыто в данный момент.
В планах еще 18 до конца года

40%

Рост узнаваемости среди
покупателей
СТМ продукции от bi1

1

Стали первой сетью, запустившей
экспорт СТМ-продукции bi1
(в Таджикистан)

**Спасибо
за
внимание!**