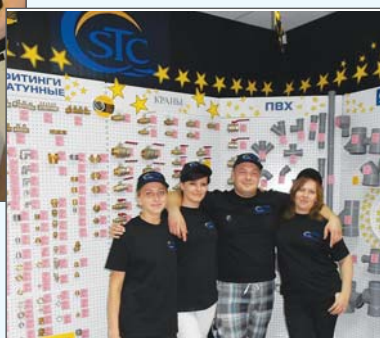


# Конкурс STC для ритейл-сегмента



С началом лета розничные магазины сантехники и инженерного оборудования ожидают большого наплыва клиентов. Ведь именно в это время все стремятся обновить свои дома, переоборудовать объекты, проложить новые коммуникации, заменить старые инженерные сети. Поэтому в этот «высокий сезон» продаж особое значение приобретает вопрос грамотного продвижения товара.



Производитель инженерного оборудования под брендом STC к началу лета подготовил для ритейл-сегмента уникальный проект – федеральный конкурс «STC по полочкам», аналогов которого на рынке еще не было.

Главной его целью является помощь ритейлерам бренда в



продвижении оборудования STC и увеличении сезонных продаж. Информационным спонсором конкурса выступает Издательский Центр «Аква-Терм», осуществляющий трансляцию самых интересных его этапов на страницах своих изданий.

В рамках проекта был объявлен конкурс на лучшие ре-



зультаты продвижения инженерного оборудования и сантехники STC в период повышенного спроса. В качестве поддержки розничных магазинов производитель подготовил для участников конкурса обучающие мероприятия и маркетинговые инструменты: размещение наружной рекламы, медиа- и

интернет-поддержку, POS-материалы для оформления магазинов в фирменном стиле бренда.

Главная задача конкурсантов – привлечь внимание покупателей к товарам бренда STC за счет грамотных консультаций и техники продаж. Кроме того, конкурс предполагает оценку работы команд тайным клиентом, а также выполнение творческих заданий.



Сейчас в соревновании участвуют более 50 магазинов со всей страны. Многие из них уже имеют опыт продаж оборудования STC, однако некоторые включили его в свой ассортимент впервые. Победитель конкурса будет награжден сертификатом на сумму 50 000 рублей.

Конкурс еще не закончен, но участники уже замечают его положительное влияние на продажи и узнаваемость бренда. Представители магазина «СаратовСантехОпт» (Саратов), отмечают, что, проведя ряд промо-мероприятий и воспользовавшись поддержкой поставщика, уже добились более пристального внимания к ассортименту STC.

Еще один участник конкур-



са – «СантехМаркет» (Улан-Удэ) – подчеркивает, что рекламные баннеры, размещенные по городу производителем, способствуют притоку покупателей в торговые точки сети. А для сотрудников магазинов конкурс стал поводом для самообучения и развития. «К тому же, новое оформление торговых точек, фирменная одежда, фотосессия, игровой и соревновательный эффект оживили атмосферу в коллективе и сделали работу более интересной», – рассказывает Мальцева Надежда, начальник торгового отдела компании.

Олег Аникиев, директор компании «Эврика» (Архангельск) отметил, что уже заметны первые результаты проекта. «В Архангельске и Котласе спрос на продукцию STC заметно вырос, потребители начали узнавать и выделять его в ассортименте. Все это – последствия размещения наружной рекламы в городах и грамотного продвижения товара в самой торговой точке», – сообщил участник конкурса.

Сегодня под брендом STC, широко известным российским потребителям и профессионалам рынка, объединены более 2500 наименований сантехнических изделий – трубы, фитинги, запорная, регулирующая и защитная арматура, смесители, подводка и аксессуары. Каждая партия изделий под брендом STC проходит многоэтапные испытания (гидравлические, весовые, геометрические, механические, химический анализ) под контролем инженера по качеству. Продукция STC поставляется в 50 регионов России, в Белоруссию, Украину, страны Балтии.