

WYMARZONE

ŚWIĘTA

W SUPER CENACH

WYMARZONE
ŚWIĘTA W DEALZ

SKLEP:

KIEROWNIK SKLEPU:

EDYCJA 2021



SPIS TREŚCI:

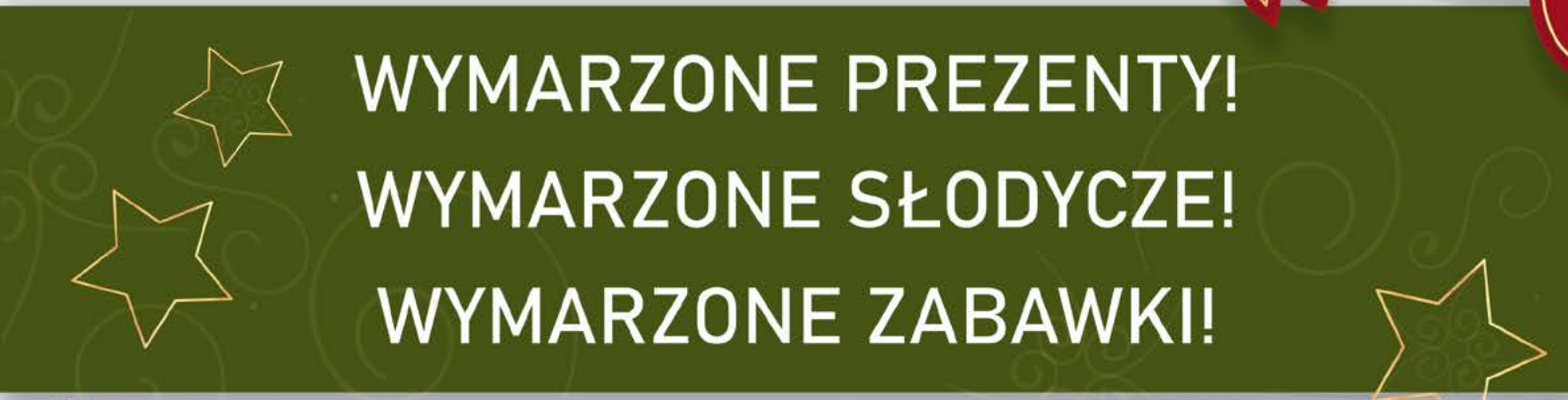
- 6-7** Słowem wstępu...
- 8-9** Plan komunikacji promocyjnej, POS
- 10-11** Katalog Świąteczny
- 12-17** Regały promo
- 18-21** Ważne wyniki
- 22-23** Rekrutacje na okres świąteczny
- 24-25** Tajemniczy klient
- 26-41** TYGODNIOWE LISTY ZADAŃ
- 42** Tabela kontrolna wyników sprzedaży
- 43** Bags For Life
- 44** Wsparcie IT
- 45** Straty - rok finansowy 2021
- 46-47** Świąteczna Loteria Dealz
- 48** Dobre praktyki



**WYMARZONE ŚWIĘTA
SĄ TUTAJ!
W DEALZ!**

Ten slogan będzie nam towarzyszył
w budowaniu planu handlowego
oraz komunikacji w okresie świątecznym.

Podczas nadchodzących świąt
chcemy zaoferować naszym klientom:



**WYMARZONE PREZENTY!
WYMARZONE SŁODYCZE!
WYMARZONE ZABAWKI!**



Jak ZAWSZE! W super niskich cenach!

LISTOPAD 2021

TYDZ	PON	WT	ŚR	CZW	PT	SOB	ND
6	1 WSZYSTKICH ŚWIĘTYCH	2 MOCNY HANDEL PO 2 DNIACH WOLNYCH	3 ZMIANA PROMO	4	5	6	7
7	8 WSTRZYMANIE DSC W 17	9	10 WYPŁATY	11 ŚWIĘTO NIEPODLEGŁOŚCI	12 MOCNY WEEKEND PO DNIU WOLNYM I WYPŁATACH	13	14
8	15 OSTATNI TYDZIEŃ NA BUDOWANIE STOKU XMAS	16	17 ZMIANA PROMO RANGE REPORT	18 PI COUNT TOP 30 WERYFIKACJA POS/SEL/MB/CEN	19	20	21
9	22 ZATWIERDZENIE GRAFIKI NA GRUDZIEŃ	23	24 TRANSFERY KALENDARZY ADWENTOWYCH	25	26	27 MOCNA SOBOTA	28
10	29	30 WYPŁATY	1 	2	3	4	5

START PEŁNEJ EKSPOZYCJI ŚWIĄT W ALEJCE SEZONOWEJ

START KATALOGU ŚWIĄTECZNEGO

GRUDZIEŃ 2021

TYDZ	PON	WT	ŚR	CZW	PT	SOB	ND
10			1 ZMIANA PROMO GAZETKA MIKOŁAJKOWA	2	3 MOCNY WEEKEND PRZED MIKOŁAJKAMI	4	5 X
11	6 MIKOŁAJKI	7 	8	9	10 WYPŁATY 	11	12 NIEDZIELA HANDLOWA
12	13 I FAZA WYPRZEDAŻY XMAS	14	15 ZMIANA PROMO ŚWIĄTECZNA OFERTA LAST MINUTE	16	17	18	19 NIEDZIELA HANDLOWA
13	20 WYPRZEDAŻ XMAS	21	22	23 OSTATNI TYDZIEŃ OBOWIĄZYWANIA KATALOGU ŚWIĄTECZNEGO	24 WIGILIA BOŻEGO NARODZENIA SKRÓCONE GODZINY HANDLU 	25 BOŻE NARODZENIE 	26 BOŻE NARODZENIE
14	27 OSTATNIA FAZA WYPRZEDAŻY XMAS START KARNAWAŁU	28	29	30	31 SYLWESTER SKRÓCONE GODZINY HANDLU 	1 NOWY ROK 	X



***Witajcie! W tym roku przygotowaliśmy
dla Was coś extra!***

*Ta książka powinna być dla Was znaczącym wsparciem
podczas przygotowań i realizacji założeń biznesowych dla akcji*

Wymarzone Święta w Dealz 2021!

*Jak wszyscy już doskonale wiecie,
jako handlowcy zaczynamy myśleć o Świętach dość wcześnie!
Jednym z powodów jest ogromna ekscytacja tym wyjątkowym okresem,
drugim jest bardzo znacząca wartość jaki ten okres ma dla naszego biznesu
(perspektywa sprzedażowa + oczekiwania milionów klientów).
Święta są idealną okazją na sprawienie radości naszym klientom
(rocznie to już dziesiątki milionów)
oraz na podbicie serc nowych osób, które dopiero poznają ofertę Dealz.
Istnieje duże prawdopodobieństwo, że nadchodzące Święta
będą dla nas największymi w historii.
Pandemia wywiera aktualnie znacząco mniejsze piętno
na naszym sposobie życia, komunikowania się czy spędzania czasu,
a to zwiastuje głośne i wesołe celebrowanie
Bożego Narodzenia w 2021 roku!*

Kluczowe założenia:

1. Absolutny fokus na naszej alejce sezonowej oraz asortymencie z obszaru słodczy & ciastka – to nasza największa przewaga konkurencyjna.
2. Planowanie zespołu (#headcount) jest kluczowe. Pamiętaj o najważniejszych czynnikach: dostawy, mocne dni, kluczowe godziny handlowe.
3. Zagwarantowanie Najwyższej jakości obsługi klienta – Chcemy by do nas wracali: Uśmiech – Powitanie – Produkt Tygodnia – BFL – Dziękuję i do zobaczenia (Złota 5 na kasie)
4. Cieszcie się razem z resztą zespołu: Wasz sklep wygląda świetnie, asortyment świąteczny buduje miłą atmosferę, a klienci tłumnie odwiedzają nasze sklepy – to najlepszy czas w roku dla handlu.

Ta książka jest swoistym przepisem na udane Świeta w Dealz. Znajdziecie tu wskazówki oraz kluczowe informacje, które pomogą Wam w realizacji planu świątecznego. Czego nie znajdziecie w tej książce to informacji o tym jak być wspaniałymi liderami ...nie musimy o tym pisać, bo przez swoje zaangażowanie oraz rezultaty udowodniliście to już nam wielokrotnie. Korzystając z okazji chciałbym Wam wszystkim życzyć Wspaniałych Świąt, pobitych rekordów, zmiażdżonych celów sprzedaży oraz uśmiechu na ustach Waszych kolegów z zespołu i naszych klientów. Do zobaczenia w Waszych sklepach ;-)

Paweł



Plan komunikacji promocyjnej

P 0 6

2-16.11.2021

Kolportaż: TAK

- Pierwsze świąteczne inspiracje i pomysły na prezenty
- Wstęp do świątecznego FMCG1 oraz przygotowania domu do świąt (oferta HH)
- Zapowiedź produktów prezentowych w tym zabawek w niskich punktach cenowych

P 0 8

17-30.11.2021

Kolportaż: TAK

- Focus na dekoracjach świątecznych, pokazanie wielu rodzajów skrzatów i innych akcesoriów domowych
- Kontynuacja „Przygotowania do świąt”

KATALOG

10.11-24.12.2021

Kolportaż: NIE

- Katalog z inspiracjami prezentowymi i dekoracyjnymi
- Możliwie duży wybór zabawek
- Szeroka oferta prezentów kosmetycznych
- 20-24 strony

P 1 0

1-14.12.2021

Kolportaż: TAK

- Gazetka mikołajkowa
- Inspiracje na prezenty- stodycze, kubki, akcesoria świąteczne, kosmetyki
- Przedstawienie oferty niezbędników z działu HH w niskim punkcie cenowym 6 zł

P 1 2

15-24.12.2021

Kolportaż: TAK

- Świąteczna oferta last minute
- Pokazanie oferty produktowej ze stałego asortymentu

Komunikacja POS

Tegoroczne hasło przewodnie:

WYMARZONE ŚWIĘTA SĄ TUTAJ!

Wykorzystując nowe systemy ekspozycji POS (headery, szerokie listwy, większe barkery) będziemy mogli lepiej przedstawiać ceny produktów.

Lista materiałów POS będzie składała się z:

- Headerów na gondole oraz FOSy
- Headerów wiszących przy suficie
- Dużych pasków do listew (GE, FOS)
- Małych pasków do listew (alejka sezonowa)
- Flag produktowych do alei sezonowej oraz do alejek standardowych przy produktach, które chcemy w szczególny sposób zaznaczyć
 - Barkerów świątecznych

Start ekspozycji POSów: 3.11.2021

Dokładna lista oraz instrukcje, zostaną przekazane w biuletynie





Katalog Świąteczny

Największym i najważniejszym dla nas elementem komunikacji podczas nadchodzących świąt będzie katalog świąteczny.

Katalog będzie składał się z ok. 30 stron pełnych świątecznych pomysłów dla naszych klientów.

- **Przygotowania domu**
(dekoracje, świąteczny stół, ceramika, pieczenie)
- **Słodkie upominki** (wyjątkowe słodkości pod choinkę)
- **Zabawki** (zupełnie nowe, markowe produkty)
- **Prezenty, prezenty i jeszcze raz prezenty!**
(markowe zestawy kosmetyków, upominki z kategorii przemysłowych: lampki, świeczki, ramki)

Katalog będzie drukowany dla sklepów (bez kolportażu) oraz wsparty bardzo dużą kampanią internetową.

Start: week 7/8



BAYE SEZONOWE

- Pełna ekspozycja świąt w alejce sezonowej rozpoczyna się w tygodniu 6, tj. od 01.11.2021 r.

- Do ostatniego tygodnia bezpośrednio przed Wigilią nie planujemy zmian w zakresie przebudowy alejki sezonowej.

Mogą jednak pojawiać się pojedyncze produkty, które będą uzupełniać bieżącą ofertę (last minute deal)

FY Week		5	6	7	8
	Bay nr	25/10/21	01/11/21	08/11/21	15/11/21
SEASONAL BAYS	1	HALLOWEEN SŁODYCZE	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC
	2	HALLOWEEN	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC
	3	HALLOWEEN	XMAS TABLEWARE	XMAS TABLEWARE	XMAS TABLEWARE
	4	HALLOWEEN	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING
	5	ZNICZE	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING
	6	ZNICZE	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING
	7	ZNICZE	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING
	8	XMAS GIFTING	XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB
	9	XMAS PACKING	XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB
	10	XMAS PACKING	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS
	11	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS
	12	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS
	13	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS
	14	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS

BAYE SEZONOWE

- Oprócz 10 regałów stricte produktów świątecznych (ozdób) zaplanowane są również stałe 2 regały ze słodyczami oraz 2 regały z zestawami i prezentami kosmetycznymi, które powinny rozpocząć alejki
 - 79 SKU Słodyczy świątecznych jest potwierdzone dla tygodnia 6
 - 27 SKU kosmetyków do alejki sezon/około 30 SKU kosmetyków na FOS – czekamy na potwierdzenie daty

9 22/11/21	10 29/11/21	11 06/12/21	12 13/12/21	13 20/12/21	14 27/12/21
XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	KARNAWAŁ CONFEC	KARNAWAŁ
XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	XMAS CONFEC	KARNAWAŁ SNACKING	KARNAWAŁ
XMAS TABLEWARE	XMAS TABLEWARE	XMAS TABLEWARE	XMAS TABLEWARE	KARNAWAŁ NAPOJE	KARNAWAŁ
XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	KARNAWAŁ GLASS	KARNAWAŁ
XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	XMAS GIFTING	KARNAWAŁ CELEB	KARNAWAŁ
XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS SALE	KARNAWAŁ
XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS PACKING	XMAS SALE	KARNAWAŁ
XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB	XMAS HB	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS SALE	PRZEBUDOWY
XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS DECORATIONS	XMAS SALE	PRZEBUDOWY

REGAŁY PROMO

- Zmiana ekspozycji promocyjnej następuje standardowo co 2 tygodnie

FY Week		6	7	8
	Bay nr	01/11/21	08/11/21	15/11/21
LEAFLET/NEW PROMO		03/11/2021	10/11/2021	17/11/2021
Extra communication		ENTERTAINMENT NEW RANGE	KAMPANIA H&B 5 ZŁ	XMAS CALATLOG
Promo meeting				
Product suggestion				
SPACE GRID & CONTENT				
FRONT OF STORES				
GE 01 ANCHOR POINT		SNACKING	SNACKING	HOMEWARE
Seasonal GE 02 (MIX CENOWY)		STANDING CHARACTER/GNOMY	STANDING CHARACTER/GNOMY	STANDING CHARACTER/GNOMY
GE 03 GM		ADVENT CALENDAR	ADVENT CALENDAR	XMAS DECO
GE 04 FMCG1		HOT DRINKS	HOT DRINKS	KINDER
GE 05 FMCG2		HH	HH	HH
Seasonal GE FD		HOMEWARE-CANDELS	HOMEWARE-CANDELS	HOMEWARE
FOS		COOKIES	COOKIES	ADVENT CALENDAR
		HARIBO	HARIBO	FMCG1
		TOYS	TOYS	TOYS
		TOYS	TOYS	TOYS
		H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS
		H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS

REGAŁY PROMO

- Wyjątek to Seasonal F&D, gdzie przez 4 tygodnie pozostanie ekspozycja gnomów
- Wyjątek to również FOS 5 i 6, gdzie H&B pozostanie na ekspozycji 2 x po 4 tygodnie

9	10	11	12	13
22/11/21	29/11/21	06/12/21	13/12/21	20/12/21
24/11/2021	01/12/2021	08/12/2021	15/12/2021	22/12/2021
BLACK FRIDAY	SANTA	DIGITAL XMAS EXTRA CAMPAIGN		LAST MINTUE/SALE
HOMEWARE	TOYS	TOYS	TOYS	TOYS
STANDING CHARACTER/GNOMY	XMAS DECO	XMAS DECO	SYLWESTER CB	SYLWESTER CB
XMAS DECO	XMAS DECO	XMAS DECO	XMS WRAPPING	XMS WRAPPING
KINDER	KINDER	KINDER	GINGER BREADS	GINGER BREADS
HH	HH	HH	HH	HH
HOMEWARE	HOMEWARE	HOMEWARE	HOMEWARE COOK&DINE	HOMEWARE COOK&DINE
ADVENT CALENDAR	TERRYS	TERRYS	CHOCO BOX	CHOCO BOX
FMCG1	HARIBO/SMARTIES	HARIBO/SMARTIES	FMCG1	FMCG1
TOYS	TOYS	TOYS	TOYS	TOYS
TOYS	TOYS	TOYS	TOYS	TOYS
H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS
H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS	H&B SETS

REGAŁY PROMO



- Liczna część produktów zostanie również rozmieszczona w innych częściach sklepu (papier do pakowania, ozdobne taśmy klejące, impulsowe produkty do pakowania, np. wstążki).
Produkty te będziemy umieszczać w systemie kolejkowym, na Ladder racku, krawatach.
- Produkty z poprzedniego sezonu powinny znaleźć swoje miejsce na regałach sezonowych w miejscu braków produktów z oferty tegorocznej w ramach jednej podkategorii oraz na Ladder rack
- Poniżej przedstawiamy zarys planu rozmieszczenia kategorii produktowych w alejce sezonowej o wielkości 14 bay
- Szczegółowe wytyczne dla sklepów posiadających planogram o wielkości 12 i 16 bay zostaną opublikowane w Citrix

XMAS CONFEC

- SŁODYCZE
- CIASTKA

XMAS CONFEC

- SŁODYCZE
- CIASTKA

XMAS TABLEWARE

- KUBKI, SZKŁO
- OZDOBY STOŁOWE

XMAS GIFTING

- GONK - GNOMY

XMAS GIFTING

- UPOMINKI

XMAS PACKING

- TORBY
- AKCESORIA

XMAS PACKING

- TORBY
- PUDEŁKA

XMAS HB

- ZESTAWY KOSMETYCZNE

XMAS HB

- UPOMINKI KOSMETYCZNE

XMAS DECORATIONS

- DEKORACJE

XMAS DECORATIONS

- DEKORACJE

XMAS DECORATIONS

- BOMBKI

XMAS DECORATIONS

- BOMBKI

XMAS DECORATIONS

- OŚWIETLENIE



Stock i sprzedaż

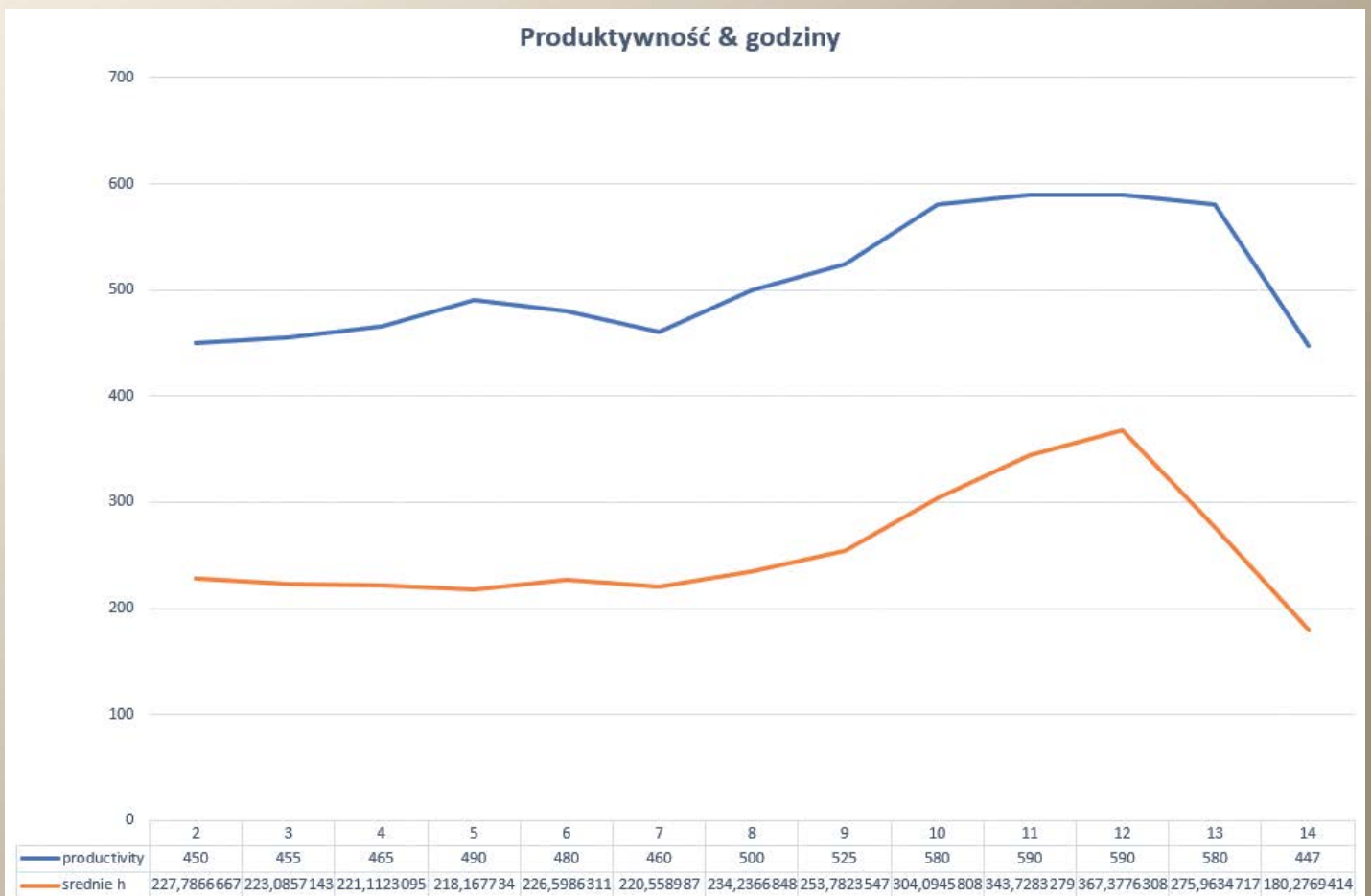
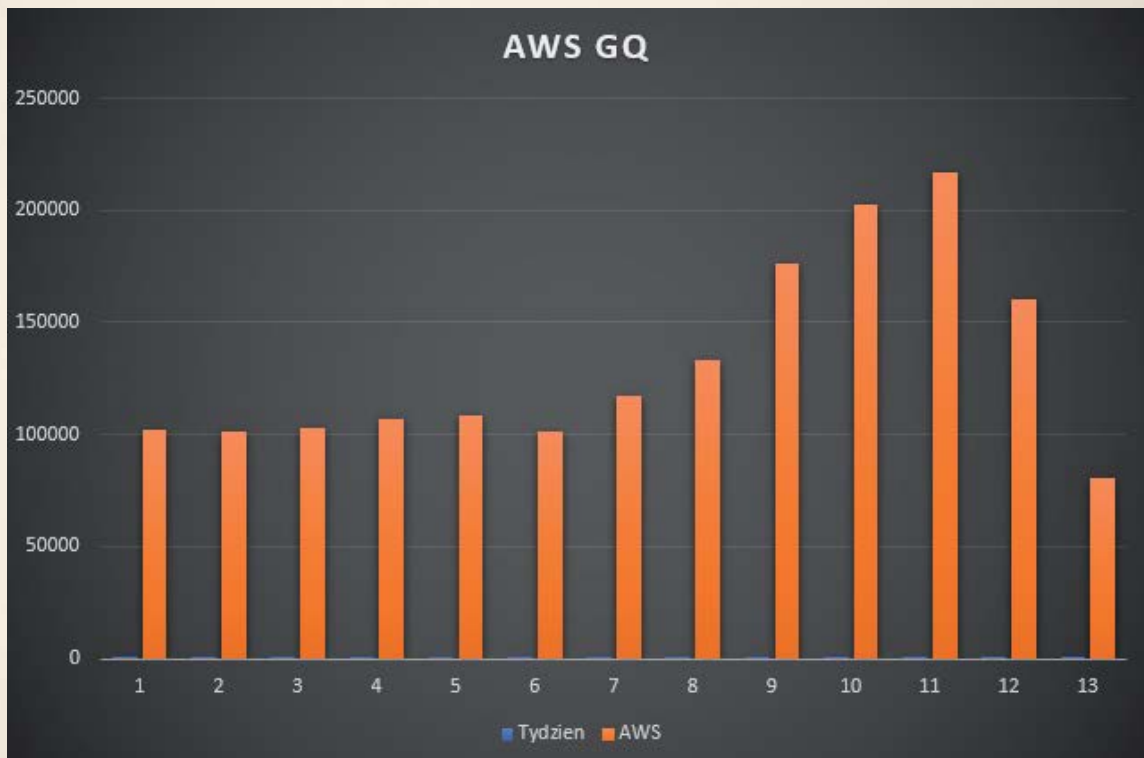


Od T 8 radykalne wzrosty koszyka oraz stocku!

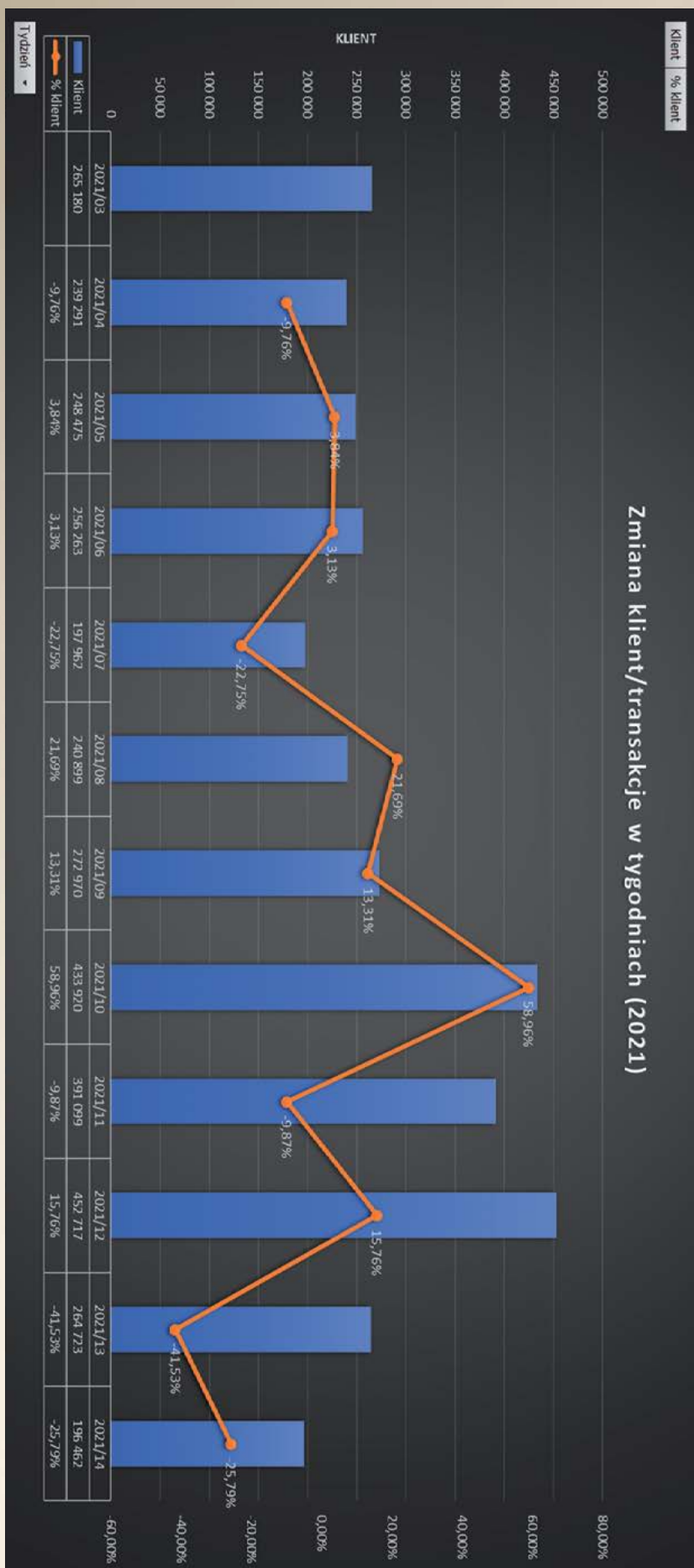


Produktywność

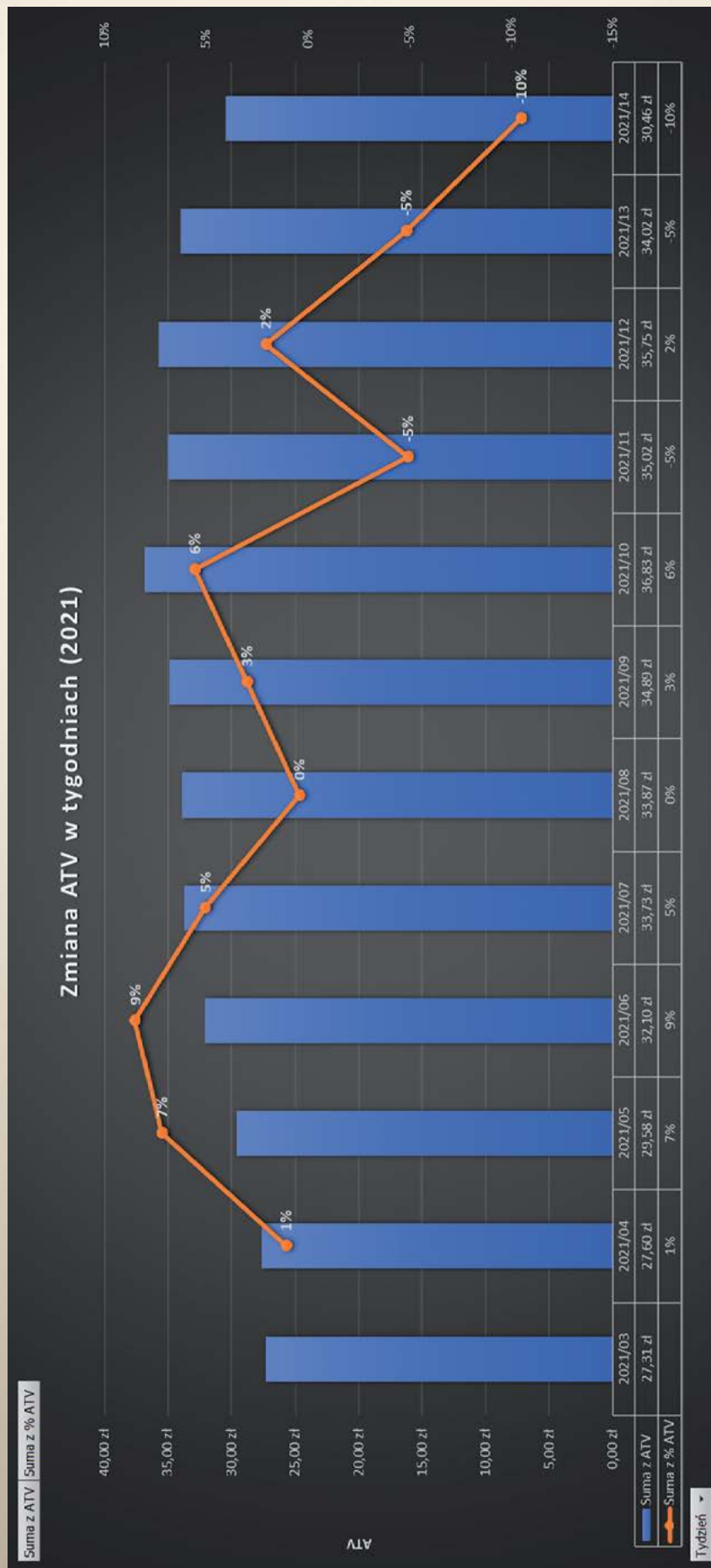
Planowany wzrost sprzedaży & produktywności w okresie złotego kwartału



Zmiana klient/transakcje w tygodniach (2021)



Zmiana ATV w tygodniach



REKRUTACJE

Wszystkie niezbędne informacje o rekrutacji i zatrudnieniu znajdziesz w folderze HR na OneDrive.

Masz do niego dostęp także poprzez TASK

Rekrutacja i Akademia

Budżety Świąteczne
(sprzedaż, godziny, ilość pracowników na okres świąteczny) otrzymacie w T3 (do wdrożenia w T6/T7) **PAMIĘTAJ**

PAMIĘTAJ

- Skontaktuj się w pierwszej kolejności z osobami, które pracowały w Twoim sklepie w okresie świątecznym już wcześniej
- Wypełnij wniosek o zatrudnienie osoby na UZ i po akceptacji Twojego kierownika Rejonu, prześlij go do Kasi Trzcińskiej

REKRUTACJE

Przygotuj sobie wcześniej wszelkie materiały i instrukcje jakie są potrzebne dla osób nowo zatrudnionych:

- szkolenie na kasie
 - standardy obsługi klienta-kasa
 - procesowanie dostawy & standardy magazynowe
 - uzupełnianie – praca z Top Stockiem
 - postępowanie z gotówką
 - szkolenie BHP
-

Dokumenty dla kadr

- Przestrzegaj terminów- wniosek o wystawienie UZ musi wpłynąć do kadr najpóźniej 3 dni przed datą rozpoczęcia umowy
 - Wszelkie dokumenty potrzebne do zatrudnienia znajdziesz w folderze
-

HR > Kadry i płace > Umowa zlecenie

Każdy pracownik musi mieć założoną listę obecności – wpisywać na niej godziny rozpoczęcia i zakończenia pracy oraz potwierdzić to podpisem.

Wasz podpis jest także wymagany- jako potwierdzenie przepracowanych godzin tej osoby

TAJEMNICZY KLIENT - WYNIKI

Wyniki / 08.2021



PORZĄDEK I STANDARDY

98,1%



JAKOŚĆ OBSŁUGI

82,5%



Trendy / DEALZ 2020-2021



-- WYNIK AUDYTU - CAŁA POLSKA

— PORZĄDEK I STANDARDY - CAŁA POLSKA

— JAKOŚĆ OBSŁUGI - CAŁA POLSKA

Wskaźnik NPS / 08.2021



Promotorzy

76,3%



Obojętni

21,5%



Krytycy

2,2%



Ankiety / 08.2021



93

Zaakceptowanych ankiet



≥90% (47%)

75-90% (46%)

<75% (6%)

Wyszukaj w projekcie

Projekt

DEALZ 2020-2021

Fala

08.2021

Podaj adres placówki, miasto lub numer:



22. Czy słyszałeś prywatne rozmowy pracowników na sali sprzedaży lub zauważyłeś inne nieprofesjonalne zachowania jakiegokolwiek pracownika na sali?	98,92%
23. Czy w momencie podejścia do kasy dostępny był kasjer na stanowisku lub w sytuacji pustego stanowiska podszedł w trakcie 30 sekund od momentu Twojego podejścia?	98,92%
27. Czy strój kasjera był czysty, schludny i zgodny ze standardami?	98,92%
28. Czy kasjer nawiązał kontakt wzrokowy i powitał Cię słownie?	98,92%
1. Czy na witrynach sklepu wyeksponowane były plakaty reklamowe w estetyczny sposób?	100%
7. Czy na sali sprzedaży szata graficzna prezentowała się estetycznie?	100,00%
8. Czy na wszystkich koszach z produktami oraz na podestach umieszczone była odpowiednia komunikacja cenowa?	100,00%
18. Czy na podłodze w strefie kas widoczne były naklejki wyznaczające bezpieczny dystans między klientami?	100,00%
20. Czy przed każdym stanowiskiem kasowym dostępne były reklamówki DEALZ lub torby ekologiczne?	100,00%
32. Czy kasjer obsłużył Cię sprawnie oraz był uprzejmy?	100,00%
NPS Teraz wyobraź sobie, że jesteś zwykłym klientem sklepu DEALZ. Jak bardzo prawdopodobne jest, że polecisz markę DEALZ swojemu znajomemu, rodzinie?	74,1%



Czy zaoferowano Ci dodatkowy produkt na kasie?	52,69%
Czy zaoferowano Ci torbę ekologiczną?	53%
Czy podczas wyczekiwania w długiej kolejce otwarto kolejną kasę?	62,50%
Czy gdy zapytałaś o produkt, reprezentant sklepu zabrał Cię do wymaganej alejki?	86,02%



TYDZIEŃ 6

1-7 listopada

- Mocny handel wtorkowy ze względu na dwa dni wolne od handlu (Niedziela i Poniedziałek)
- Znicze w stakach na ekspozycji do 11 Listopada
- Wyjście z Halloween (Sale na Wtorek, kondensacja ekspozycji do 1 bay po wprowadzeniu Świąt)
- Świąteczny teatr – budowanie pierwszego wrażenia w oczach klientów, prezentacja 1 fazy oferty
- 7 dodatkowych bay na sezonie – pełna oferta
- Promo 6 (start nowej promocji + kolportaż)
- Pierwsze świąteczne inspiracje i pomysły na prezenty
- W okresie od P06 do P12 stawiamy na utrzymanie ekspozycji kosmetycznych produktów i zestawów prezentowych

W Piątek należy przeprowadzić mapowanie Sali sprzedaży (wyznaczenie dodatkowej przestrzeni na bulk staki/kosze) by maksymalnie wykorzystać powierzchnie handlową sklepu (KRS wykona sign off podczas wizyty)

Zwróć uwagę na handlowość rozmieszczenia koszy vs produkty, które w nich się znajdują (topowe produkty w najgorętszych miejscach)

Analizuj sprzedaż za pomocą zebra regularnie (czy się sprzedaje? Być może produkt wymaga zmiany miejsca? Czy to jest właściwy hot spot?)

Utrzymuj kosze i bulki wypełnione na 100%

Wolumen kluczowych linii wydaje się zbyt niski – zweryfikuj dostępność zebra i wprowadź odpowiednie korekty stanu zapasu, jeśli to konieczne

W tym tygodniu nie wykonujemy DSC

Zadania do zakończenia w T6

- Komercyjne Mapowanie Sali sprzedaży
- Przebudowa alejki sezonowej
- Wdrożenie zmian promocyjnych
- Cały zapas Świąt (sezon) na Sali sprzedaży
- Kondensacja Halloween (SALE), znicze na bulk stack
- Zakończenie rekrutacji pod okres Świąteczny



Indywidualne zadania sklepowe

Co jest do zrobienia?

Kto?

Kiedy?



TYDZIEŃ 7

8-14 listopada

- Mocny handel we Wtorek (wyłąty), sprzedaż Środowa zbliżona do piątkowych rezultatów (czwartek dniem wolnym -11 Listopada)
- Kluczowy tydzień dla budowania stoku pod handel Grudniowy = duże dostawy
- Mapowanie magazynu: kluczowe produkty z oferty świątecznej (GM + słodyczne) powinny znajdować się w Top stock oraz jak najbliżej wejścia do magazynu (zapewni to skuteczne dokładanie towaru i kontrole nad dostępnością)
- Utrzymuj ład i porządek w strefie z POS/cenami – dostęp do tych artykułów usprawni pracę
- W Piątek rano należy odświeżyć i uporządkować strefę sezonową, tak by nasi klienci mogli się cieszyć pełną ofertą
- W Sobotę rano weryfikujemy mapę koszy: dobre produkty, w dobrym miejscu, STAWIAMY NA NISKI PUNKT CENOWY (oraz oferty typu multibuy)
- Entertainment – week 7 – plan zakłada wdrożenie dużej ilości linii sprzętu komputerowego, audio

Zadania do zakończenia w T7

- Wzmocnione poranne zmiany = dostawy
- Wtorkowa obsada na koniec dnia zapewniona (mocny handel)
- Linie Świąteczne oraz słodczy jako priorytet w dostawie
- Mapowanie komercyjne magazynu zakończone
- Odświeżenie alejki sezonowej (VM) zakończone
- Nowe osoby pod święta zrekrutowane?

Indywidualne zadania sklepowe



Co jest do zrobienia?

Kto?

Kiedy?



TYDZIEŃ 8

5-21 listopada

- Promo 8 (zmiana na gondolach i FOS)
- Focus na dekoracjach świątecznych, pokazanie wielu rodzajów skrzatów i innych akcesoriów/dekoracji dla domu
- W tygodniu 8 i 9 promujemy sprzedaż:
- Kalendarzy adwentowych – szczyt sprzedaży przypadnie na tydzień 10, animacja produktu i szeroka ekspozycja od T8 ma nam zapewnić możliwie najwyższy poziom odsprzedaży w pełnej cenie
- W tym tygodniu musimy też zadbać o dobrą ekspozycję zestawów kosmetycznych pod prezenty uzupełniające (#Mikołaj)
- Ostatni kluczowy tydzień dla budowania stoku świątecznego. Jeśli ilość dostaw przekracza Twoje możliwości – sygnalizuj wszelkie problemy do Twojego KRS (znajdziemy rozwiązanie)
- Zweryfikuj gotowość do handlu asortymentem zimowym: płyn do spryskiwaczy, odmrażacz szyb, skrobaczki, świece zapachowe, odświeżacze powietrza kawy i herbaty, sekcja ciastka
- Spodziewaj się mocniejszych weekendów – to właśnie ta pora roku (Sobota mocniejsza od Poniedziałku o 50% bądź więcej)

Zadania do zakończenia w T8

- Wdrożenie zmian promocyjnych
- Odświeżenie sekcji sezonowej (faza 2)
- Range report w celu weryfikacji problemów z dostępnością
- Top 30 SKU – inwentaryzacja częściowa
(nie chcemy by nam tego zabrakło)
- Weryfikacja & uzupełnienie brakujących SEL/MB/POS/ceny promo



Indywidualne zadania sklepowe

Co jest do zrobienia?	Kto?	Kiedy?



TYDZIEŃ 9

22-28 listopada

- Środa – transfery kalendarzy o słabym poziomie odsprzedaży + maksymalna animacja tego produktu na kasie
- Utrzymanie jakości VM w alejce sezonowej – ważny tydzień dla oferty dekoracji do domu, ozdoby choinkowe
- Start wzmożonej sprzedaży na skrzatach/stojących dekoracjach świątecznych
- Spodziewany mocny weekend handlowy w przygotowaniu do Mikołaja
- Idealny czas na dopełnienie Sali sprzedaży asortymentem świąteczny (sezon/stodyczne/zalegające zestawy kosmetyczne)
- Czas na odświeżenie sekcji z zabawkami – pokazujemy ofertę mikołajkowa (6 Grudnia już za tydzień), Hot wheels musi być w koszu, QS oraz sekcji – zweryfikuj poprawność stanów systemowych
- Przed nami MOCNY handel grudniowy – czy jesteśmy gotowi (grafik)?!
Sobota w T 9 mocniejsza niż w T8 o 10%-15%

Zadania do zakończenia w T9

- Focus na kalendarze adwentowe (produkt focus)
- Odświeżenie alejki sezonowej + przepracowanie zapasu z top stock & magazynu)
- Grafiki na Grudzień zakończone & wywieszony do wglądu ekipy
- Upewnij się, że wszystkie dostępne kosze na zakupy są wykorzystane (wejście & dodatkowe miejsca na Sali sprzedaży dla tych co wpadli po „jedną rzecz”)
- uzupełnienie brakujących SEL/MB/POS/ceny promo

Indywidualne zadania sklepowe

Co jest do zrobienia?	Kto?	Kiedy?



TYDZIEŃ 10

29 listopada - 5 grudnia

- Bardzo mocny Piątek i Sobota – prezenty na Mikołajki, czyli to z czego słyniemy

Promo 10: zmiana promocyjna (FOS/GE)

- Gazetka mikołajkowa
- Inspiracje na prezenty– słodczyce, kubki, akcesoria świąteczne, kosmetyki
- Przedstawienie oferty niezbędników z działu HH w niskim punkcie cenowym 6 zł

Czym handlujemy?:

- Oświetlenie świąteczne
- Zabawki oraz słodczyce (totalna wyprzedaż kalendarzy) i ciastka
- Opakowania prezentowe/pudelka zaczynają znikać
- Strefa przykasowa – eksponujemy razem z taśmą klejącą, wstążkami oraz bilecikami + nasze topy z topów (słodczyce)
- Gotowe opakowania z papierem świątecznym w miejscach dużego ruchu
- Upewniamy się, że wszystkie standy z bateriami są na Sali sprzedaży, sekcja też na 100%

Zadania do zakończenia w T10

- Wdrożenie zmiany promo
- Przypomnienie o zasadach przenoszenia/rozliczania gotówki dla managementu
- Pełna obsada na weekend – jeden z mocniejszych w roku
- Sekcja z zabawkami odświeżona w czwartek
- Sekcja słodczy & ciastka uzupełniana 2 x dziennie
- Sekcja sezonowa pod kontrolą opiekuna (stock/VM/ceny)

Indywidualne zadania sklepowe

Co jest do zrobienia?	Kto?	Kiedy?



TYDZIEŃ 11

6-12 grudnia

NIEDZIELA HANDLOWA

- Nominacja opiekuna sekcji święta (zapas, VM, sprzedaż, działania, transfer)
- Absolutny Focus na alejkę sezonowa, ofertę świąteczna, przepracowane top stock i magazyn – nie możemy zostać z zapasem
- Słodycze i ciastka mogą generować do 40% obrotu w tym okresie – zadbajmy o rotacje i uzupełnianie zapasy (być może należy wprowadzić prace nocne do 23)
- Dzienna weryfikacja brakujących cen
- Utrzymuj asortyment świąteczny w jednym wskazanym miejscu na magazynie (zapewni to kontrole wolumenu + ułatwi uzupełnianie)
- Pamiętaj o pracy z top stock
- Wzmoczone zainteresowanie klienta: pudełka, pakowanie, taśma, papier, prezenty, zabawki, sezon, słodycze oraz chemia
- Wyłączy w Piątek – bardzo mocny tydzień handlowy (top3 w roku) + Niedziela Handlowa

Zadania do zakończenia w T11

- Jakość i utrzymanie alejki sezonowej każdego dnia
- Praca z top stock
- Weryfikacja trendu sprzedaży & obsady
- Typowanie/przygotowywanie potencjalnych transferów (koniec tygodnia)
- Pełna gotowość do handlu weekendowego (wypląty)

Indywidualne zadania sklepowe



Co jest do zrobienia?

Kto?

Kiedy?



TYDZIEŃ 12

13-19 grudnia

NIEDZIELA HANDLOWA

- Zmiana promocyjna P12 – Święta Last Minute
- Kontynuacja wzrostu sprzedaży na kluczowe artykuły świąteczne: słodycze, ciastka, zabawki, chemia i pielęgnacja (świąteczne sprzątanie). Szczyt sprzedaży dla artykułów do pakowania/owijania/oznaczania prezentów (oferta stationary)
- Jeden z największych tygodni handlowych w roku, planowanie, obsada, konsekwencja w działaniu będą tu mieć kluczowe znaczenie
- Każdego dnia pracujemy z top stock oraz świątecznym zapasem na magazynie (opiekun alejki sezonowej + opiekun alejki spodeczkowej)
- W Poniedziałek weryfikacja ustawienia oraz zatowarowania koszy/bulk/ekspozycji drugoplanowej (chcemy wykorzystać każda przestrzeń by zrealizować ambitne cele)
- Na podstawie raportów sprzedażowych należy przygotować artykuły sezonowe o niskiej odsprzedaży do transferu na sklepy z większym potencjałem sprzedaży

Zadania do zakończenia w T12

- Zmiana promo wdrożona o czasie
- Przepracowanie top stok/magazynu pod kątem produktów o charakterze świątecznym
- Wyznaczenie i weryfikacja pracy opiekuna alejki sezonowej + stodycze
- Przygotowanie transferu produktów wolnorotujących
- Weryfikacja komercyjnej mapki sklepu
- Wdrożenie 1 fazy wyprzedaży (TBC)

Indywidualne zadania sklepowe

Co jest do zrobienia?

Kto?

Kiedy?



TYDZIEŃ 13

20-26 grudnia

5 dni handlu, Wigilia w piątek

- Absolutne Święta last minute – bardzo mocne 4 dni handlu (słodycze, grocery, chemia, pakowanie i prezenty last minute- zestawy prezentowe)
- Promo- FOS i GE-maksymalne wypełnienie półki artykułami sezonowymi (asortyment sezonowy będzie się już wyprzedawał – musimy na bieżąco uzupełniać pokrewnymi produktami, które wpisują się w koszyk potrzeb klienta)
- Potencjalna wyprzedaż I i II faza by zwiększyć odsprzedaż
- Sprzedaż Słodyczy XMASS- maksymalne wykorzystanie miejsc dodatkowej ekspozycji, zestawów kosmetyków, nowości świątecznych homeware, zabawek
- Aktywna reakcja na sprzedaż produktów sezonowych, w przypadku spadającego zapasu należy rozpocząć wdrażanie oferty karnawałowej w alejce sezonowej
- Produkty do pakowania prezentów – ekspozycja w systemie kolejkowym – prezentacja setu : papier, torba, taśma pakowa, wstążki;
- Strefa przykasowa/ kosze – umieszczamy serwetki świąteczne.
- 2 faza wyprzedaży oferty GM - Święta

Zadania do zakończenia w T13

- 2 faza wyprzedaży oferty świątecznej –GM
- Częściowe wdrożenie oferty karnawałowej (przy założeniu, że oferta świąteczna została wyprzedana – jest miejsce)
- Weryfikacja planu sprzedaży na T14/zasoby (spadek sprzedaży)
- Zamknięcie sklepu o 13.30 bądź w linii z wytycznymi danego CH/RP

Indywidualne zadania sklepowe



Co jest do zrobienia?

Kto?

Kiedy?

WYNIKI SPRZEDAŻY TABELA KONTROLNA

Pamiętajcie,
aby na bieżąco zapisywać wyniki sprzedaży
w tabeli, która została niedawno dostarczona
do Waszych sklepów.

To nie tylko narzędzie do kontroli utargów,
ale także świetna motywacja!

numer sklepu:

WYNIKI SPRZEDAŻY XMAS

Week 8 <small>15.11-21.11.2021</small>		Week 9 <small>22.11-28.12.2021</small>		Week 10 <small>29.11-05.12.2021</small>	
	cel	realizacja		cel	realizacja
pon.			pon.		
wt.			wt.		
śr.			śr.		
czw.			czw.		
pt.			pt.		
sob.			sob.		
ndz.			ndz.		
rekord tygodnia:			rekord tygodnia:		

Week 11 <small>06.12-12.12.2021</small>		Week 12 <small>13.12-19.12.2021</small>		Week 13 <small>20.12-26.12.2021</small>	
	cel	realizacja		cel	realizacja
pon.			pon.		
wt.			wt.		
śr.			śr.		
czw.			czw.		
pt.			pt.		
sob.			sob.		
ndz.			ndz.		
rekord tygodnia:			rekord tygodnia:		

Wyniki tygodniowe:

week 8

week 9

week 10

week 11

week 12

week 13

aktualny rekord dzienny/tygodniowy:

Rekordy: dzień: wartość: tydzień: wartość:



W najbliższych dniach otrzymacie dostawę toreb „Bags for life” (BFL). Operujemy na 4 SKU pod którymi testujemy różne wzory

Oferta toreb może się różnić w sklepach

Cena jednostkowa: 5 zł

Challenge w każdym tygodniu od T8:
NAGRODA dla najlepszego sklepu
w sieci (% udziału w transakcjach)

EB51624 483581 FLORAL BFL	EB51624 471947 BRIGHT FLORAL BFL	EB51624 483599 GUMMY BEARS BFL	EB51528 483598 PURRRFECT CAT BFL
			
EB51630 483584 BUTTERFLY BFL	EB51630 471955 WILD AT HEART BFL	EB51623 483575 ZEBRA MERCI BFL	EB51623 471953 UNICORN STAR BFL
			

WSPARCIE IT

Każdy problem związany z systemem IT powinien zostać niezwłocznie zgłoszony telefonicznie na IT Helpdesk.

+44 1932 963 832

Pierwsza linia wsparcia IT Helpdesk na podstawie dokumentacji wykonuje podstawowe kroki mające na celu rozwiązanie problemu. Jeżeli problem nie zostanie rozwiązany jest on przekierowywany do kolejnych linii wsparcia.

W tym momencie należy poprosić o numer zgłoszenia i poinformować IT Helpdesk jaki powinien być priorytet zgłoszenia.

Priorytety zgłoszeń

Priorytet	Czas odpowiedzi	Czas rozwiązania
P1	30 minut	4 godziny
P2	4 godziny	3 dni
P3	24 godziny	10 dni

Eskalacje problemów

W przypadku gdy nasze zgłoszenie nie zostało rozwiązane na czas zgodny z priorytetem należy skontaktować się z IT Helpdesk i zapytać o przyczynę przekroczenia czasu rozwiązania

Jeżeli otrzymana odpowiedź jest niesatysfakcjonująca, bądź też przekroczenie czasu na rozwiązanie zgłoszenia powoduje problemy dla funkcjonowania sklepu należy zgłosić sprawę

Działu IT: Grzegorz.Zalewski@pl.dealz.eu
bądź (dobromil.charleza@pl.dealz.eu tel: +48 515 736 504)

WYNIKI STRATY ZNANE rok finansowy 2021

**FESTIWAL PRANIA
W SUPER NISKICH CENACH**

12 KAPRYKASZ DO PRANIA
LENOR 1,5 l, w opakowaniu
100 ml

12 PERSIL CAPACIONS
DO PRANIA
1,5 l, w opakowaniu
100 ml

30 SÓL DO PRANIA PERSIL
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

12 SÓL DO PRANIA
PERWOLL
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

8 PŁYTKI PŁUKAWKI
TRAKON PERWOLL
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

- 269 154,43 zł

**Pyszne
kawki
W SUPER CENACH**

15 Kawa ziarnista
NYC Coffee
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

30 Kawa ziarnista PERLA
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

1000 Kawa ziarnista
maria Cafe
Intensa

**maria Cafe
Delicado**

**maria Cafe
Crema
Espresso**

- 170 183,75 zł

Dealz

**SUPER
CENY
MARKI
NOWOŚCI
ZAWSZE**

77 FAIRY
CLASSIC
1,5 l, w opakowaniu
100 ml

77 SUPREMIT
1,5 l, w opakowaniu
100 ml

64 FAIRY
PLATINUM
1,5 l, w opakowaniu
100 ml

50 TABLETY
DO ZMYWARKI
FAIRY PLATINUM
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

12 KAPSUŁKI
DO ZMYWARKI
YES
1,5 kg, w opakowaniu
100 g

- 119 201,48 zł

**Kinder
bueno**

**Kinder
bueno
White**

**Kinder
JOY**

**Kinder.
Chocolate**

- 193 046,65 zł

duplo

**Kinder
Mleczna Kanapka**

**Kinder
Pinguin**

**Kinder
MILK
KING**

STORCK®

Toffifee®

A Hazelnut Chocolate

- 106 404,95 zł

12 pieces

ŚWIĄTECZNA LOTERIA DEALZ

EDYCJA 3

Zasady:

1. Konkurs obowiązuje w tygodniach 7 do 12

2. Warunki:

- Realizacja operacyjnego celu sprzedaży we wskazanym tygodniu (7-12)
- Realizacja LFL koszykowego (ATV) na poziomie +10% (7-12)
- Realizacja sprzedaży produktu tygodnia na poziomie >8% (7-12)
- Produktywność 5% ponad cel
- LFL total na +15%
- Wynik na BFL > 8%
- Mystery Shopper total >95%







WYMARZONE ŚWIĘTA

W DEALZ 2021

DOBRE PRAKTYKI

- Życie oraz zdrowie Twoje i klientów jest najważniejsze
- Nigdy nie zamykamy sklepu w celu zatrzymania podejrzanego o kradzież
- Przed podjęciem działań używamy przycisku napadowego i zapewniamy wsparcie drugiej osoby
- Weryfikacja poprawność działania CCTV oraz pilotów napadowych
- Nawiązujemy współpracę z ochroną budynku/ galerii
- Sprawdzamy czy wiszące reklamy nie spowodują uruchomienia się systemu alarmowego
- Weryfikujemy ilości palet śledzimy transfery w CITRIX
- Inwentaryzacja cząstkowa na produktach z depozytu Xmass
- Bezwzględne przestrzeganie procedury czerwonej ścieżki

**UWAGA!!! PAMIĘTAJMY, ŻE W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI,
NALEŻY ZADBAĆ O ZDROWIE I ŻYCIE OSÓB
PRZEBYWAJĄCYCH W SKLEPIE (PRACOWNICY/KLIENCI),
A DOPIERO W NASTĘPNEJ KOLEJNOŚCI
O MIENIE CZY ASORTYMENT SKLEPU**