



JBP FY22



SETEMBRO 2021



AGENDA

1



Mercado e o
Consumidor
de logurtes

2



Performance
Brasil e
Regional

3



Inovação e
Sortimento

4



Estratégia das
Marcas

5



Ações de
Trade

6



Análise de
oportunidades

7



Alinhamento
dos objetivos





1 Mercado e o Consumidor de Iogurtes

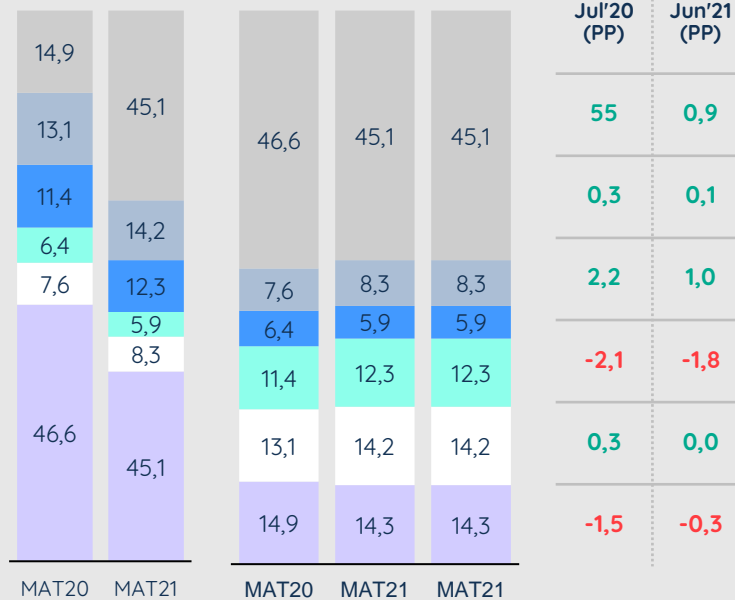


SHARE VOLUME E VALOR %

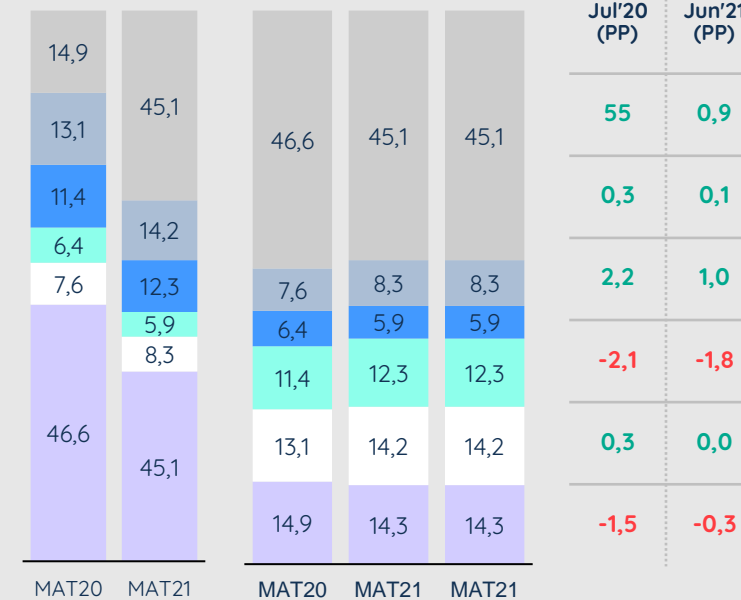
Mussum Ipsum, cacilds vidis litro abertis. Viva Forevis aptent taciti sociosqu ad litora torquent.



SHARE VOLUME (%)



SHARE VALOR (%)



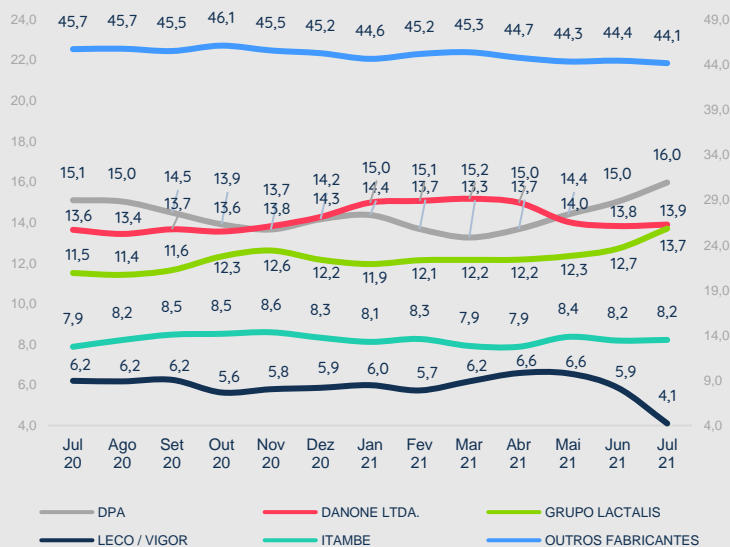


DETRAXIT CONSEQUAT ET QUO NUM TENDI NADA

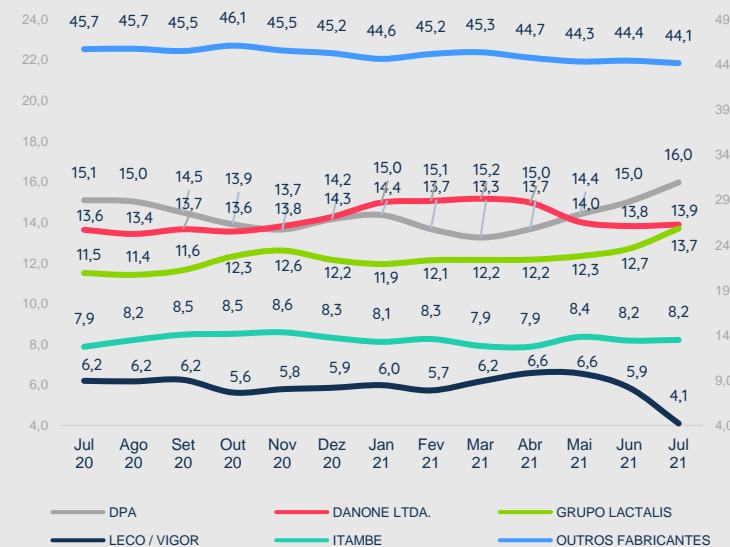
Mussum Ipsum, cacilds vidis litro abertis. Viva Forevis aptent taciti sociosqu ad litora torquent.



SHARE VOLUME (%)



SHARE VALOR (%)





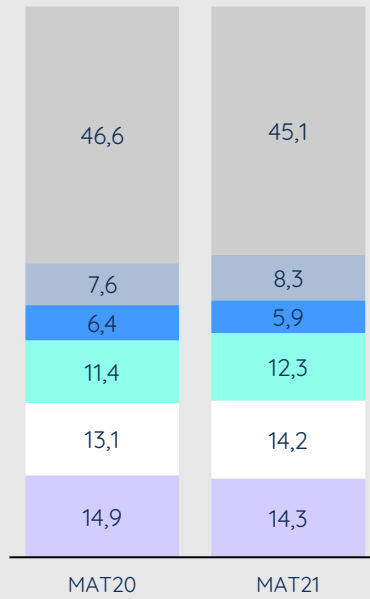
2 Performance Brasil e Regional



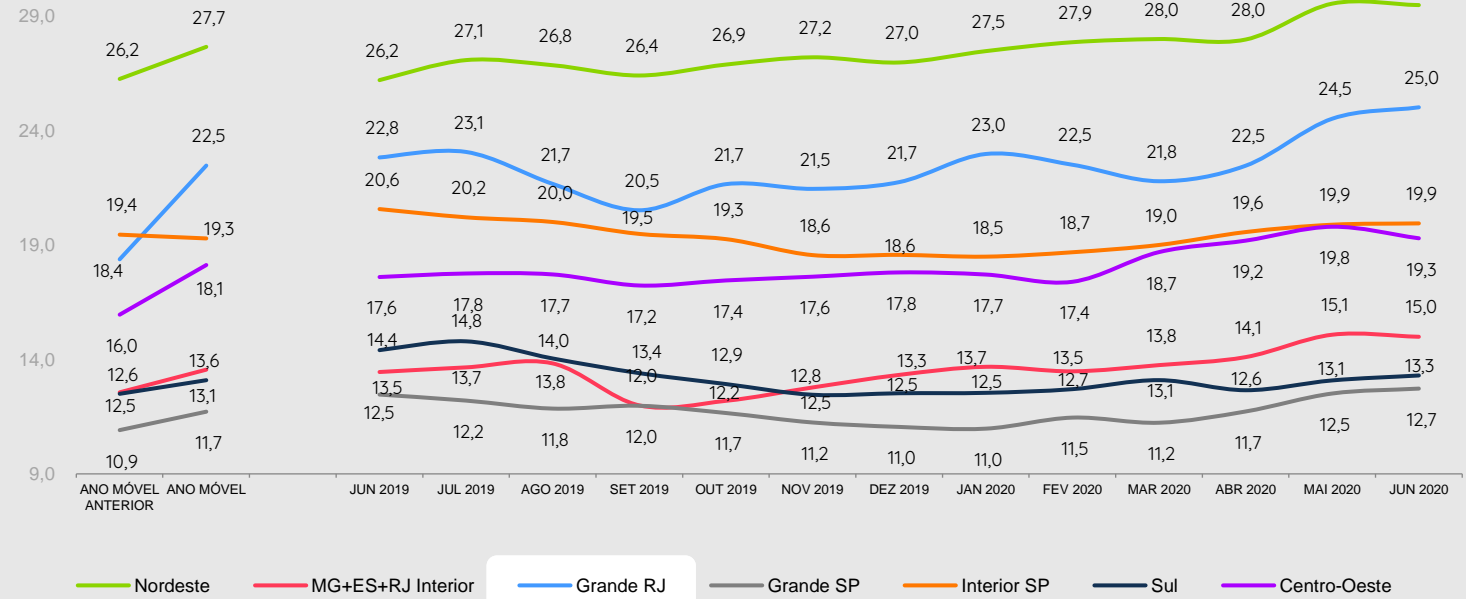
RESULTADOS POR REGIÃO: SHARE VOLUME

Mussum Ipsum, cacilds vidis litro abertis. Viva Forevis aptent taciti sociosqu ad litora torquent.

IMP. VOLUME MOV*20



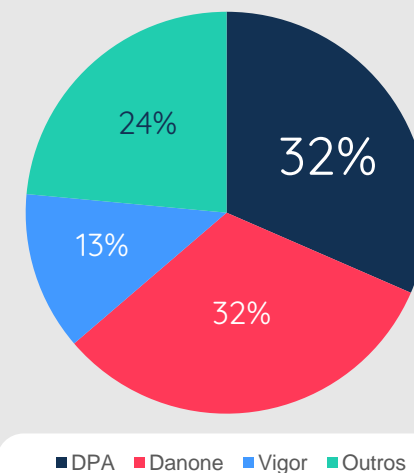
SHARE VOLUME

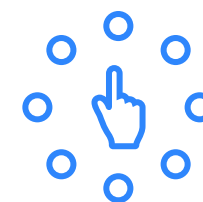




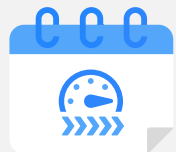
SHARE VALOR DPA NAS CATEGORIAS: REGIÃO X

Marcas	L. Fermentado	Sobremesas	Grego	Naturais	Infantis	Petit	Light/Zero	Liq/Polpa	TOTAL
DPA	38%	25%	19%	33%	44%	33%	33%	27%	32%
Danone	0%	25%	19%	17%	56%	67%	42%	33%	32%
Vigor	25%	0%	35%	22%	0%	0%	0%	20%	13%
Outros	38%	50%	28%	28%	0%	0%	25%	20%	24%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%





3 Inovação e Sortimento



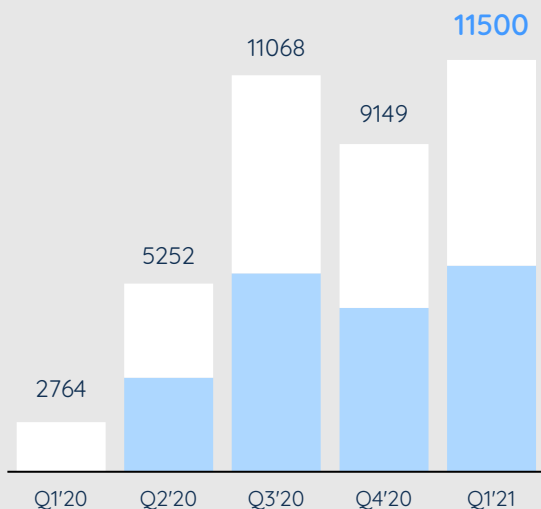
DESEMPENHO DAS INOVAÇÕES

Volume, NNS e Cobertura Nesfit + Molico na rede X

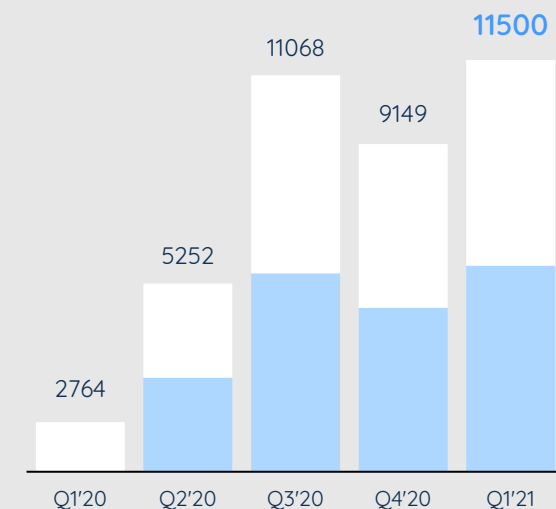
Molico: xxxx
Nesfit: xxxxxx

A rede possui
99X
lojas

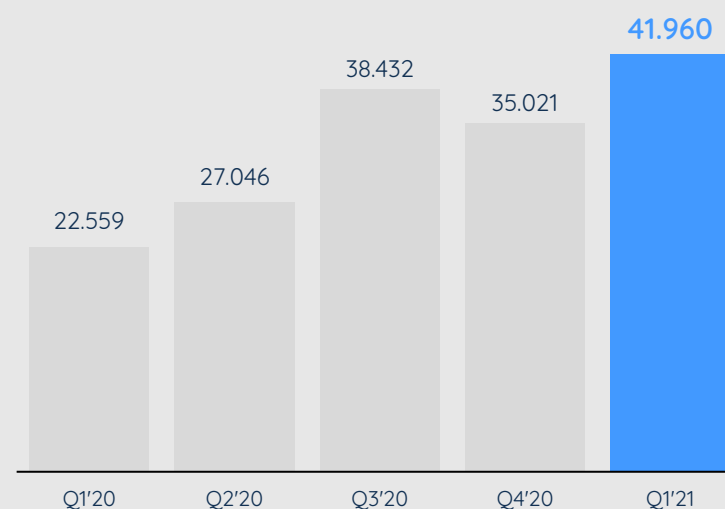
Faturamento (Mio R\$)



Volume (Mio R\$)



Lojas positivadas - Total PDVs





REVISÃO DE SORTIMENTO

Endereçar melhoria de MIX



Revisão dos SKUs DPA cadastrados



Ajuste de cobertura adequada ao potencial do canal, mesmo inserindo inovações (90% hiper, 80% super, 60% Cash, 50% Softdiscount)

Oportunidades de positivação

Análise de oportunidades de cobertura do sortimento ideal por formato

Ajuste de sortimento por regional

Análise da quebra por regional/bandeira e ajuste do sortimento ideal

RESUMO DA PROPOSTA

	COBERTURA		TOTAL DE ITENS		DELISTS		INOVAÇÕES
	% COBERTURA MÉDIA ATUAL*	% COBERTURA MÉDIA ANTERIOR*	#ITENS ANTERIOR*	#ITENS ATUAL	Média de itens excluídos*	% SELL OUT Médio DPA (KA)*	TOTAL DE INOVAÇÕES
HIPER TODO DIA	63	43	18	25	4	3%	0
HIPER	87	84	54	59	9	4%	4
SOFT	87	96	21	24	5	9%	0
SUPER	91	90	54	60	7	3%	4
TOTAL	88	87	46	51	8	5%	-

*Número médio entre os clusters/região



4

Estratégia das Marcas



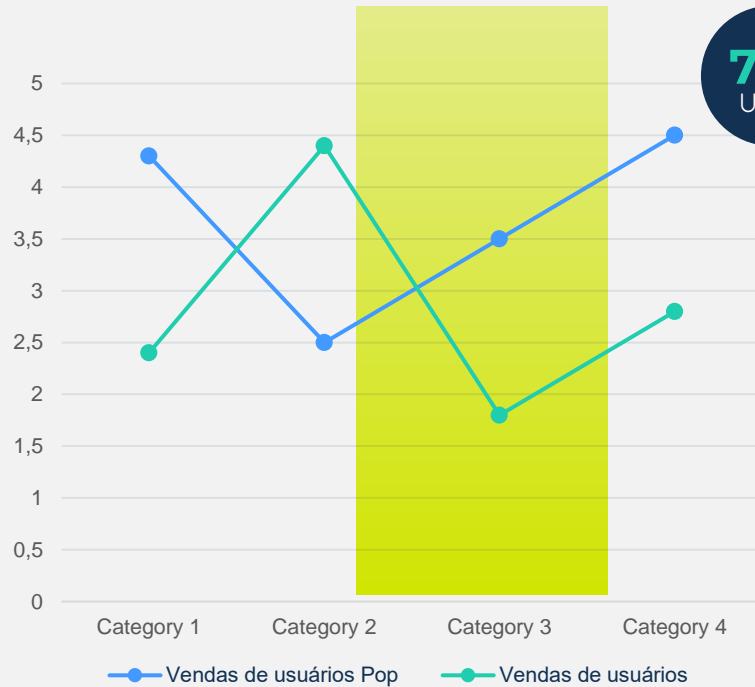
5 Ações de Trade



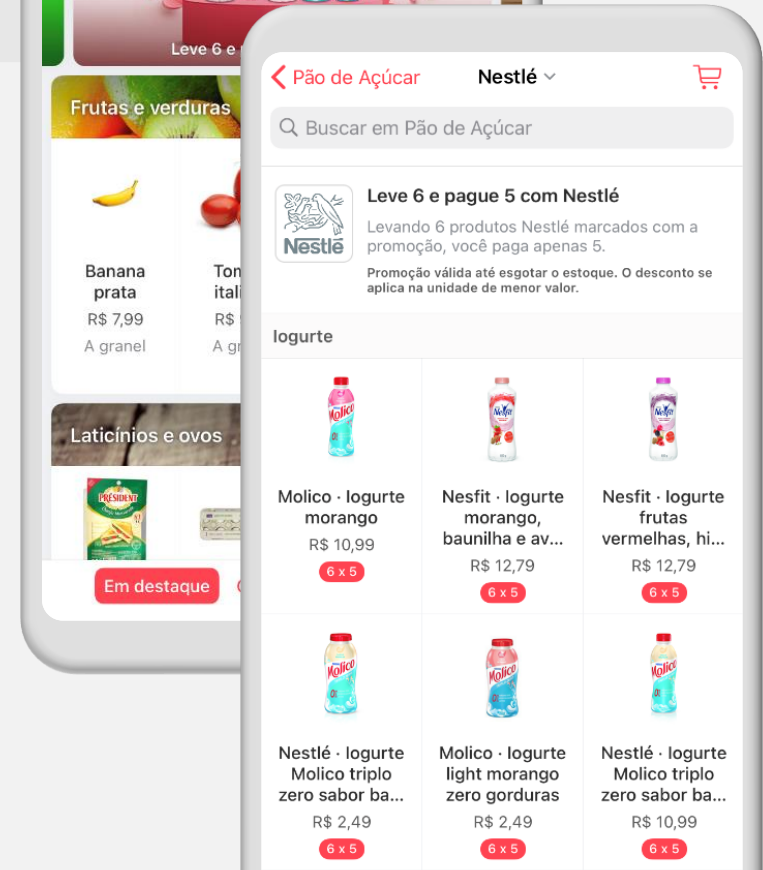
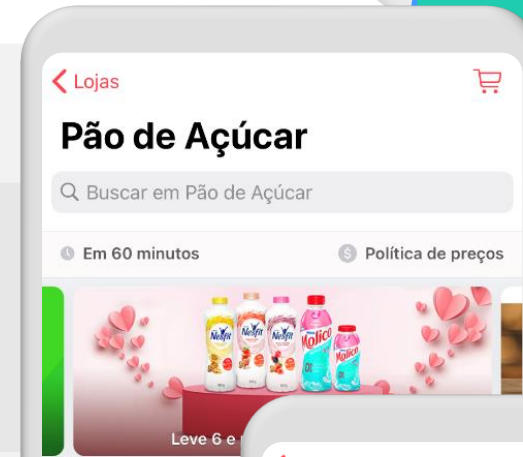
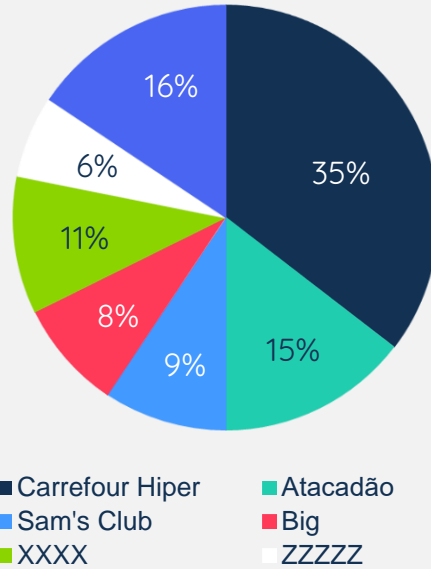
TÍTULO DA AÇÃO

Período: 07 a 21mai
 Portfólio: linhas Nesfit e Molico
 Mecânica: L5P4 / L4P3
 Ativação: Banner

Sell Out: R\$13.447,46
 Ticket Médio: R\$21,79
 Conversão:
 Impactos:



VENDAS POR LOJA

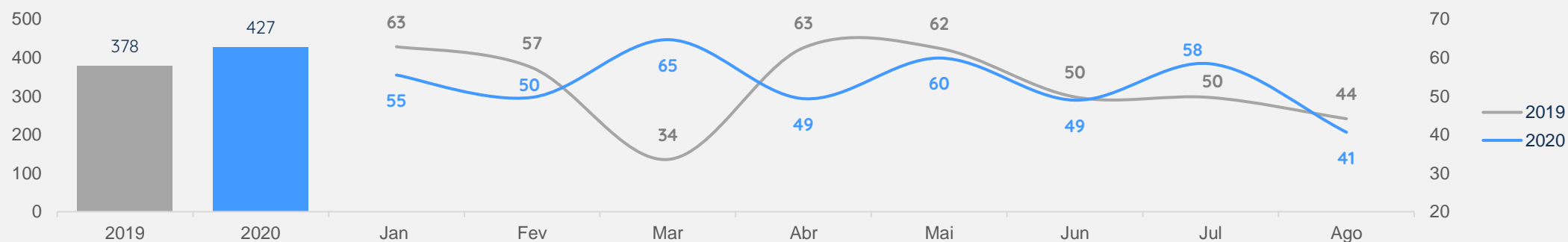




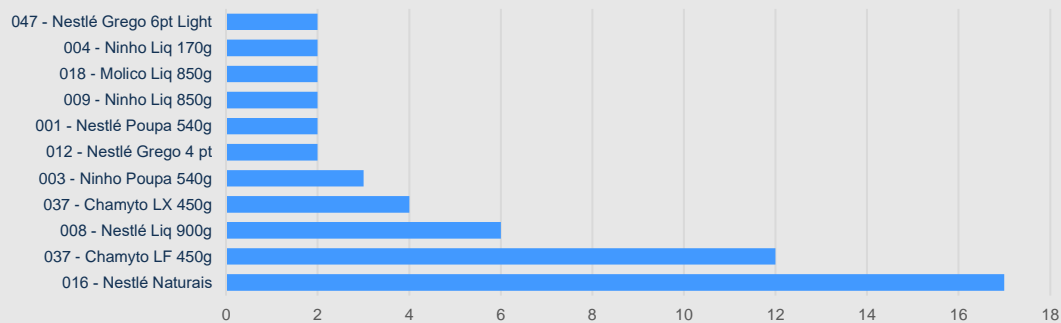
6 Análise de oportunidades



ANÁLISE DE REDE – SELL IN



Top SKUs | Vol Médio (Sell in) 2020

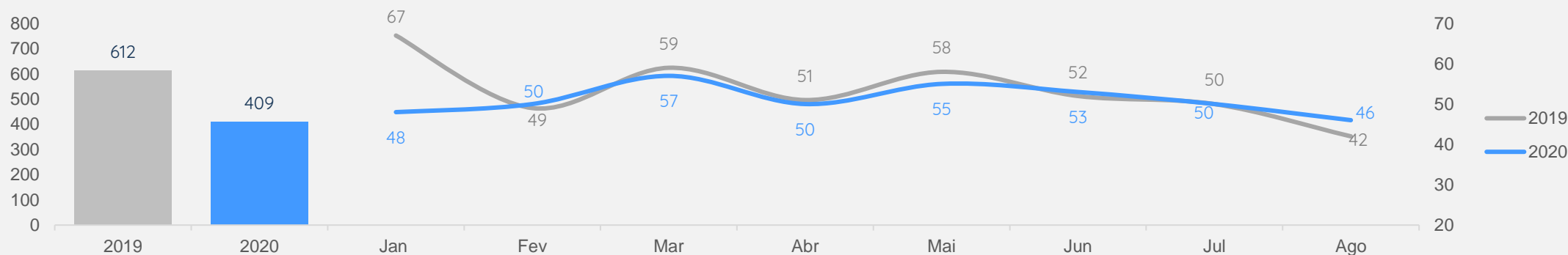


TOP 10 Lojas

Loja	Endereço	Volume Médio 2020
FILIAL 08	Rua Visconde de Pirajá, 504, Ipanema	2,2
FILIAL 19	Av. Nossa Senhora de Copacabana, 936, Copacabana	1,9
FILIAL 07	Rua Dias Ferreira, 290, Leblon	1,8
FILIAL 17	Av. das Américas, 3665, Barra	1,7
FILIAL 11	Rua Carlos Gois, 344, Leblon	1,6
FILIAL 34	Av. das Américas, 8888, Barra	1,6
FILIAL 12	Av. Atlântica, 866, Leme	1,6
FILIAL 10	Av. das Américas, 16237, Recreio	1,5
FILIAL 13	Praia do Jardim, Angra dos Reis	1,5
FILIAL 20	Rua Bambina, 36, Botafogo	1,4



ANÁLISE DE REDE – SELL OUT












Brasil	M-12	M-3	M-2	M-1	M	M vs M-12	M vs Méd (M-1 a -3)
L.Fermentado	2.950	3.344	3.328	3.655	3.621	23%	5%
Polpa	3.338	3.574	3.561	3.764	3.686	10%	1%
Líquido	1.688	1.926	1.940	2.165	2.174	29%	8%
Natural	914	978	1.002	1.137	1.153	26%	11%
Petit	699	789	836	930	903	29%	6%
Chandelle	610	773	825	757	811	33%	3%
Grego	582	494	514	558	516	-11%	-1%
Requeijão	322	505	534	567	425	32%	-21%
Nesfit	0	313	282	309	318	0%	6%
Outros	844	724	751	782	819	-3%	9%
Total	11.948	13.419	13.572	14.624	14.426	21%	4%

RJ	M-12	M-3	M-2	M-1	M	M vs M-12	M vs Méd (M-1 a -3)
L.Fermentado	400	524	516	487	483	21%	-5%
Polpa	383	405	380	388	389	2%	-1%
Líquido	194	228	220	244	238	23%	3%
Natural	108	123	131	143	143	32%	8%
Petit	46	68	71	72	72	56%	3%
Chandelle	46	83	94	77	77	67%	-8%
Grego	63	54	55	58	57	-9%	2%
Requeijão	35	54	55	54	44	25%	-19%
Nesfit	0	39	40	43	40	0%	-1%
Outros	71	66	69	74	75	5%	7%
Total	1.347	1.643	1.631	1.640	1.618	20%	-1%

Zona Sul	M-12	M-3	M-2	M-1	M	M vs M-12	M vs Méd (M-1 a -3)
L.Fermentado	4	6	5	5	5	17%	0%
Polpa	6	7	7	6	6	2%	-14%
Líquido	9	13	13	13	11	23%	-12%
Natural	13	18	18	16	14	6%	-19%
Petit	1	1	1	1	1	-18%	-9%
Chandelle	1	1	1	1	1	14%	-19%
Grego	7	6	6	6	6	-12%	-4%
Requeijão	0	0	0	0	0	0%	-
Nesfit	0	0	0	0	0	0%	-
Outros	2	2	3	2	2	24%	-5%
Total	43	55	53	50	46	8%	-12%



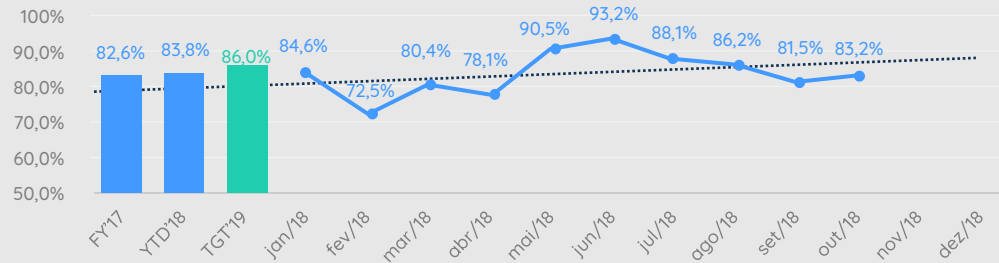
RESULTADOS: FATURAMENTO

Marcas	Real 2018	Real 2019	2018 vs 2019
	276,7	333,2	20%
	116,2	149,3	28%
	24,7	32,4	31%
	12,4	16,0	29%
	15,5	17,6	13%
	-	-	-
	29,7	24,3	-18%
	34,6	47,0	36%
	214,3	329,2	54%
	214,3	329,2	54%



SUPPLY CHAIN

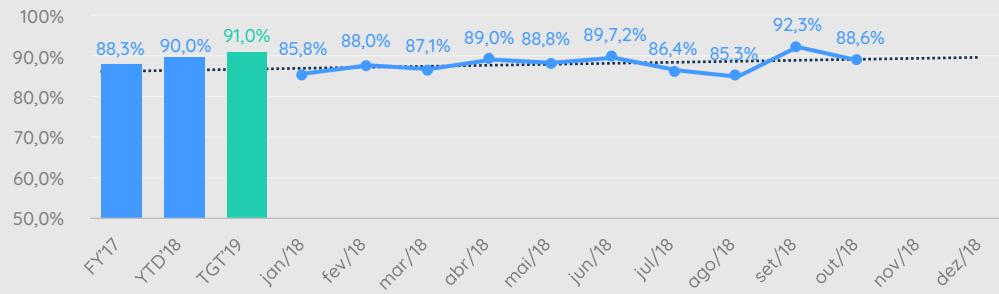
OTIF ou OSA



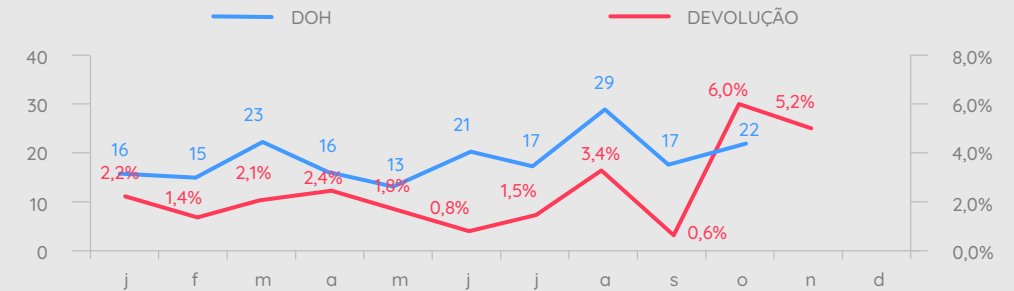
Árvore de Perdas



InStock



Devolução





7 Alinhamento dos objetivos



PLANEJAMENTO 2021 – PLANO DE AÇÃO

Zona Sul 
Cariocas de Coração

1



Desenvolvimento de Grego na rede

2



Desenvolvimento de produtos Ninho

3



Consolidar marca Nesfit na rede

3



Inserção de Molico na rede visando futuros lançamentos

4



Execução perfeita no PDV



OPORTUNIDADES

Zona Sul 
Cariocas de Coração



Crescimento
Regional RJ: 29,2%
vs. Crescimento
Zona Sul 20: 6%



Recadastro da
Linha Nesfit para
compor o portfólio
de saudáveis,
categoria forte na
rede.



Cadastro dos
Gregos 90g para
compor o portfólio
e gerar mais
participação da
categoria.



Cadastro de
Requeijão na rede.



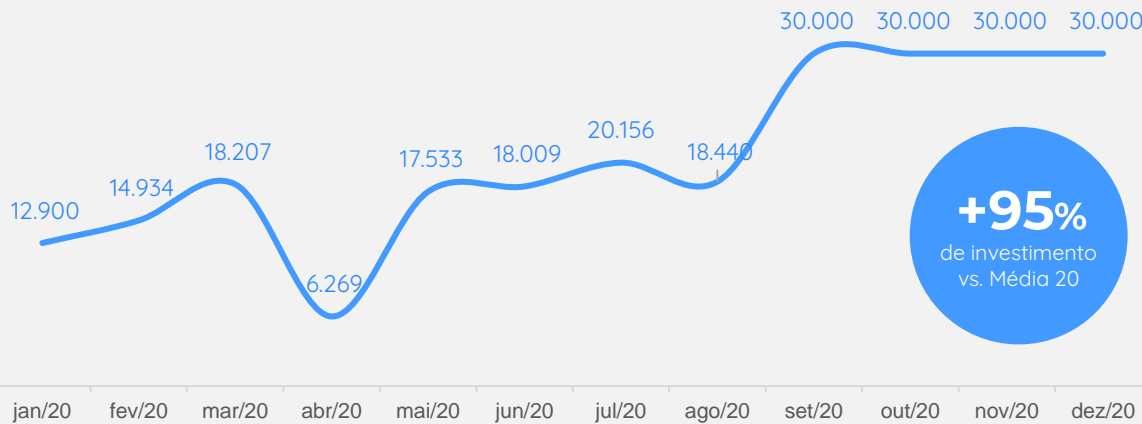
Ampliação do
portfólio de
sobremesas.



PLANO DE AÇÃO PARA RECADASTRO NESFIT®

Zona Sul 
Cariocas de Coração

- Investimento de sell out na linha Nesfit
- Mídias Sociais
- Ativações no E-commerce da rede
- Sampling On e Off: Entrega de produtos fechados para gerar experimentação
- Compre e Ganhe Online
- Tv's Internas - Foco na divulgação da linha



+95%
de investimento
vs. Médio 20



Imagens Ilustrativas



JBP 2021 Zona Sul

E DPA BRASIL



Prontos para alcançar
Grandes Resultados?

