

ТРЕНИНГ

ПРАКТИКУМ ПОСТАВЩИКА: КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ

Целевая аудитория

- Руководители подразделений компаний-поставщиков, отвечающие за продажи в торговые сети.
- Категорийные менеджеры, аналитики и сотрудники отдела торгового маркетинга.

Основные цели тренинга:

1. Получить знания о принципах категорийного менеджмента и других внутренних процессах в современной федеральной торговой сети.
2. Превратить знания процессов в конкурентное преимущество при переговорах и при составлении ценностных предложений.
3. Познакомиться с инструментами, необходимыми для продвижения товара в торговой сети.
4. Получить навыки самостоятельного построения эффективных стратегий, направленных на снижение издержек и повышение прибыльности от сотрудничества с торговыми сетями.
5. Предоставить обратная связь компании и участникам по навыкам участников.

Участники тренинга научатся как:

1. Составить матрицу принятия решений о покупке для вашей категории и пользоваться ей.
2. Оценить эффективную ширину и глубину вашей категории для разных розничных форматов.
3. Действовать при различных ролях категории вашего товара для торговых сетей.
4. Действовать при применении сетью различных категорийных стратегий.
5. Анализировать выручку и коммерческую маржу сети при вводе нового товара в категорию.
6. Применять ассортиментные стратегии для оптимизации вашего товарного портфеля для конкретной торговой сети.
7. Предлагать решения при падении KPI вашего товара относительно категории.
8. Действовать при отнесении сетью вашего товара в различные корзины ценообразования.
9. Формировать вашу промо-стратегию и выбирать пакеты сопровождения промо-акций.
10. Сегментировать ваш ассортимент для ценовых и неценовых промо.
11. Оценивать нетто-эффект ценовых промо с точки зрения сети и вашей.
12. Определять эффективную скидку для проведения ценового промо.

Стоимость корпоративного тренинга – 160.000 руб., стоимость участия в открытом тренинге 20 руб.

Контакты: Дмитрий Леонов, тел. +7 (916) 600-17-69, E-mail – dmitry@leonov.consulting

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ

Введение

Роль категорийного менеджмента в капитализации ритейлера. Категория и её KPI.

Бизнес-кейс. Создание новых товарных категорий.

Матрица принятия решений о покупке

Покупатели и потребители. Архетипы и потребности. Приоритетность свойств товара при покупательском выборе. Дерево и матрица принятия решений о покупке, их роль в разработке планogramм и периметров категорий.

Бизнес-кейс. Составление матрицы принятия решений для вашей категории,

Бизнес-кейс. Определение эффективной ширины и глубины ассортимента вашей категории для различных розничных форматов.

Роли категорий

Матрица ролей категорий. Покупательские миссии. Точки дифференциации сетей.

Бизнес-кейс. Роль категории вашего товара для различных розничных форматов.

Категорийные стратегии торговых сетей.

Факторный анализ роста категорий. Стратегии сетей по увеличению трафика, прибыли, чека, привлечения внимания, укрепления имиджа.

Бизнес-кейс: применение розничными форматами торговых сетей категорийных стратегий применительно к вашим категориям. Оптимизация ассортимента поставщиком в зависимости от категорийной стратегии.

Листинг новых товаров

Стратегическое и тактическое планирование ассортимента торговой сетью. Стратегия «смена лидера». Жизненный цикл продукта в сети, стратегии ввода и вывода товара сетью.

Бизнес-кейс: анализ выручки и коммерческой маржи в категории сети при листинге нового товара.

Ассортиментные стратегии поставщиков по кастомизации товарного портфеля.

ABC/XYZ анализ, выручка на торговую площадь, и действия поставщика при отнесении его сетью в разные сегменты.

Бизнес-кейс: применение ассортиментных стратегий поставщика к конкретному товарному портфелю.

Бизнес-кейс: предложение новых товаров как ответ на падения KPI.

Управление полкой

Управление категорийной полкой. Капитаны категорий. Схемогаммы, планограммы, floor-планы, центр ответственности за управление пространством. Тренды мерчендайзинга. Тренды восприятия полки покупателем.

Ценообразование в торговой сети

Стратегия ценового позиционирования сети. Принципы ценообразования категории сетями. KVI – товары: воспринимаемый и действительный уровень, различные корзины ценообразования. Мониторинги.

Промо-акции

Неценовые промо-акции.

Бизнес-кейс: сегментирование поставщиком своего товарного портфеля для ценовых и неценовых промо.

Различные пакеты сопровождения ценовых промо-акций. Как поставщику сформировать промо-стратегию. Внутренние процессы в сети по реализации промо-стратегий сетей. Оценка ценовых промо глазами сети и глазами поставщика. Как сделать оценку нетто-эффекта промо-акции.

Бизнес-кейс: определение эффективной скидки для поставщика и для сети проведения промо.

Регламент

Начало: **09:00**, окончание: **18:00**.

Перерывы на кофе 20 минут: 10:50 и 15:50 и на обед с 13:00 до 14:00.