

# Категорийный менеджмент. Новые технологии управления ассортиментом

Продолжительность обучения составляет 16 академических часов.

Формат обучения: очные аудиторные занятия (семинар).

Категорийный менеджмент — системный подход к управлению эффективностью ассортимента в рознице и опте, который определяет стратегию и тактику действий по всем основным бизнес-процессам, от закупки товаров до выбора помещения под магазин или шоу-рум. Благодаря категорийному менеджменту федеральные игроки получают неоспоримое преимущество в бизнесе по сравнению с мелкими региональными компаниями.

Обучение на семинаре будет полезно категорийным менеджерам розничных, оптовых и производственных компаний, специалистам по ценообразованию и ассортименту, мерчендайзерам и маркетологам, руководителям и собственникам компаний.

## Расписание

Город: Москва

Дата:

- 12 – 13 августа `19
- 12 – 13 ноября `19
- 20 – 21 февраля `20
- 21 – 22 мая `20
- 20 – 21 августа `20

---

В результате обучения вы:

- изучите основные инструменты категорийного менеджера
- рассмотрите ценовые и ассортиментные тренды на рынках
- освоите стратегии ценообразования и способы формирования цен
- повысите рентабельность своего бизнеса
- научитесь эффективно взаимодействовать с поставщиками и оптимизировать затраты на снабжение и логистику

- познакомитесь с идеями для расширения бизнеса
- 

## Программа семинара

### День 1

#### Организация системы категорийного менеджмента в компании

- Возможности категорийного менеджмента для обеспечения конкурентоспособности и эффективности бизнеса
- Категорийный менеджмент в компании: особенности организации подразделения, требования к системе управления, кросс-функциональное взаимодействие
- Система категорийного менеджмента: стратегические и тактические действия, основные виды анализов и отчетов
- Основные инструменты категорийного менеджера (стратегия компании и портрет целевого клиента, стратегия ценообразования, ассортиментная матрица, планограмма зала и план полки, программа управления лояльностью)
- Особенности категорийного менеджмента для разных типов рынков и потребителей: FMCG, B2B, B2C, HoReCa

Практикум «Анализ эффективности системы управления ассортиментом в компании»

#### Отраслевые тенденции и анализ рынков

- Тенденции покупательского поведения на разных рынках: что изменилось в мотивации принятия решения о покупке, как покупатель выбирает товар, какие источники информации использует
- Ценовые и ассортиментные тренды на рынках
- Источники маркетинговой информации для категорийного менеджера

Практикум «Анализ покупательского поведения»

#### Структурирование ассортимента и формирование категорий

- Классификация ассортимента: современные подходы и типичные ошибки при построении классификаторов (каталогов)
- Потребительские свойства товаров, входящих в ассортимент, их взаимодействие и влияние на мнение покупателя
- Выделение категорий товаров и определение роли категории
- Коррекция ассортимента в зависимости от различных влияющих факторов

Практикум «Формирование (коррекция) ассортиментной матрицы категории»

## **Тактические действия при управлении ассортиментом**

- Работа с PL: 12 точек контроля для категорийного менеджера
- Управление ассортиментом с учетом жизненного цикла категорий и товаров (новинки, устаревший товар, модификация товара)
- Управление полочным пространством (планограмма зала, план полки, мерчендайзинг)

Практикум «Анализ эффективности зонирования торгового пространства на примере промышленного и потребительского решения»

## **Организация системы закупки**

- Требование к поставщику с учетом стратегии категории
- Чек-лист для проведения договорной кампании
- Инструменты категорийного менеджера при работе с поставщиками (бонусный план, рейтинг поставщика, шаблон договора, рыночные данные)

## **День 2**

### **Система принятия решений по ассортименту**

- Аналитические инструменты категорийного менеджмента: IT-система и требования к ней, система отчетов, визуализация данных
- Показатели для анализа эффективности ассортимента и продаж
- Основные виды анализа: ABC / XYZ-анализы (в т.ч.совмещенный), дефициты и излишки, логистический цикл, наценка, анализ потерь, LFL-анализ
- Условия реальности данных и правила принятия решений в категорийном менеджменте

Практикум «Проведение анализа эффективности категории»

### **Управление ценами и прибылью**

- Стратегии ценообразования и способы формирования цен
- Ошибки при управлении ценами и их последствия в практических примерах
- Инструменты категорийного менеджера для управления прибылью (эластичность, чувствительность потребителя к цене, визуализация цены на ценнике)

Практикум «Установление цены на товар»

### **Акции и программы лояльности**

- Что такое лояльность потребителя, как ее посчитать
- Что стимулирует покупателя — скидки или бонусы

- Ошибки при разработке программ лояльности, источники потери прибыли
- Виды стимулирующих приемов
- Промо-план для разных типов рынков

Практикум «Разработка условий и механизма проведения стимулирующей акции»

**Итог семинара — «Подготовка плана проведения catreview»**

---

## **Стоимость участия**

Стоимость участия в семинаре составляет **24400 руб.** с учетом всех налогов.

**В стоимость обучения входит:**

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 

## **Преподаватели семинара**

- **Бочарова Анна Александровна**

Практик в области организации продаж и развития бизнеса компаний. Эксперт по диверсификации бизнеса