

Коммерческое предложение

Двухдневный (офлайн/онлайн) тренинг «Категорийный менеджмент для поставщиков»

Тренинг будет вам интересен, если вы:

- Менеджер по работе с федеральными торговыми сетями.
- Менеджер по работе с локальными торговыми сетями.
- Руководитель отдела продаж.
- Маркетолог или торговый маркетолог.
- Бизнес-аналитик.
- Коммерческий директор.

Формат тренинга:

- Открытый, участники из разных компаний.
- Двухдневный тренинг проводится с 9:00 до 17:00, два перерыва на кофе по 30 минут и на обед 1 час.
- **В формате офлайн** (г. Москва, Малая Почтовая ул.)

Дата тренинга: 24 и 25 Апреля 2024 г.,

Стоимость обучения (по договору и счету, НДС не облагается):

Кол-во участников	Офлайн	
	За билет	Итого
1	35 000	35 000
2	31 850	63 700
3	28 700	86 100
4	25 550	102 200
5	22 400	112 000

- Геймификация тренинга, викторины, призы.
- Участники, сдавшие тесты, получают сертификаты.
- Первые два блока тренинга – домашнее задание.
- Раздаточные материалы – слайды тренинга.
- В подарок – книга Дмитрия Леонова «Практикум Поставщика».

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



«Категорийный менеджмент для поставщиков»

1. Инструменты работы с категорией

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Передние и задние корзины ритейлера, KVI, ТПЦ и их цели.
- Роли и ниши SKU в категории, как отстроиться от конкурентов.
- Финансовые KPI байера.

2. Инструменты исследования сетей и категорий

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Использование кассовых продаж сетей.
- Создания аналитического контента для переговоров.
- Поиск «сильной позиции» в категории на основе аналитики.

3. Основные понятия категорийного менеджмента

- Периметры, архетипы, сегментационная матрица категории.
- Целевые покупательские миссии и корзины.
- Розничные форматы и их потребности.

4. Дерево принятия решений покупателем о покупке (ДПР)

- Схемограмма и планограмма на основе ДПР.
- Классификатор сети как инструмент создания предложения.
- Алгоритмы определения ДПР на простых примерах.

5. Категорийные роли и стратегии торговых сетей

- Ширина, глубина и другие метрики категории в зависимости от роли.
- Распределение ресурсов сети и фокусные KPI по ролям категорий.
- Роли категорий по розничным форматам и покупательским миссиям.

6. Основные процессы и KPI категорийного менеджмента в сети

- ТОП10 процессов категорийного менеджмента в сети.
- Ежегодные пересмотры категории – что нужно знать поставщику.
- Разноуровневые KPI и потребности байера.

7. Каннибализация категории и инкрементальные продажи

- Как сеть рассчитывает эффект листинга и промо.
- Халло-эффект, отложенный спрос, новые покупатели в категории и в сети.
- Матрица ценового и промо-позиционирования.

8. Совместное планирование (Joint Business Planning) с торговой сетью.

- Механики и примеры win-win в FMCG с федеральными сетями, как основа JBP.
- Практики JBP, и как их сочетать с переговорными процессами.
- Современный формат «капитанства категории» с федеральными сетями.

9. Ассортиментные стратегии поставщика

- Ассортиментные стратегии по форматам (дискаунтеры, е-ком и т.д.)
- Разведение ассортимента между сетями, условные СТМ, эксклюзивные СКЮ.
- Стратегия ротации, ввода новинок, сезонности, событийности.

10. Ценовые и промо-стратегии поставщика

- Как выстроить цену на полках разных сетей и форматов.
- Sales и trade планы, неочевидные нюансы медиа-китов сетей.
- Основные принципы формирования бюджета поставщика.

30% времени теория, 70% - развитие навыков:

- Решение свежих кейсов с федеральными торговыми сетями.
- Обсуждения и мозговые штурмы.
- Онлайн-тестирования и викторины с призами.