

## Программа двухдневного тренинга

### «Категорийный менеджмент в переговорах с торговыми сетями»

#### 1. Инструменты работы с категорией

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Передние и задние корзины ритейлера, KVI, ТПЦ и их цели.
- Инструмента анализа категории с помощью кассовых продаж: АБС-анализ, ценовые сегменты, эмоциональные территории и как с их помощью отстроиться от конкурентов и занять свою нишу.
- Создания аналитического контента для переговоров.

#### 2. Инструменты исследования сетей и категорий

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Плюсы и минус аналитических отчетов, используемых сетями и поставщиками.
- Ценовое позиционирование сетей, архитектура цен по каналам – еком, дискаунтеры, супермаркеты.
- **Кейс:** байер написал вам, что в других сетях цены на полке ниже. Как аргументировать свой ответ?

#### 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.

### 11. В каждом из модулей

- 50% времени теория, 50% - практика.
- Ролевые игры, решение свежих кейсов с федеральными сетями.
- Онлайн-тестирования и чек-листы.
- Геймификация тренинга, викторины, призы.
- Участники, сдавшие тесты, получают сертификаты.
- Раздаточные материалы – все слайды тренинга.
- В подарок – книга Дмитрия Леонова «Практикум Поставщика».

### 12. Контакты: Дмитрий Леонов

<https://leonov.consulting/>

Написать в [WhatsApp](#)

Написать в [Telegram](#)

Email: [dmitry@leonov.consulting](mailto:dmitry@leonov.consulting)