

Henkel

A Brand *like* a friend

henkel(cee1.0.0).pot
Deutsche Version

CATEGORY MANAGEMENT

Kommentare und Hilfestellungen:

Unter dem Menüpunkt „Ansicht, Kommentare“ können Sie die Kommentare ein- oder ausschalten.

Für die Präsentation oder einen Ausdruck schalten Sie die Kommentare bitte aus.

Großes Logo, zweizeilig

Text ändern?
Auf Text doppelklicken!

Henkel Slovenija
Schwarzkopf&Henkel

October 2004



Henkel Slovenija

Zakaj Category Management?



Zakaj Category Management?



Henkel Slovenija

RAZMERE NA TRŽIŠČU:

- slovensko tržišče postaja vedno bolj skoncentrirano tako na strani trgovine kot tudi med proizvajalci
- število novih proizvodov in blagovnih znamk neprestano narašča
- potrošniki imajo vedno večjo izbiro
- proizvajalci so primorani vedno pogosteje posodabljati izdelke



Zakaj Category Management?



Henkel Slovenija

Trenutna situacija

Naraščajoči
stroški

Višja
kompleksnost

Hitre spremembe
vedenja porabnikov

Povečana
konkurenca



Proizvajalec/Dobavitelj



Trgovec = stranka

Padajoči
dobiček



Kaj moramo
narediti?



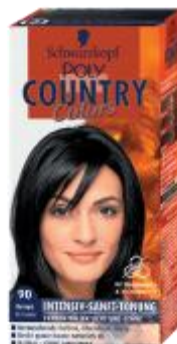
Zakaj Category Management?

Henkel

Henkel Slovenija

RAZMERE NA TRŽIŠČU KOLORACIJ:

- veliko število blagovnih znamk
- veliko število nians znotraj blagovnih znamk
- omejen prostor na policah trgovin – v večini primerov le po 1 “facing”
- kategorija je zelo občutljiva na spremembe mode – proizvajalci morajo vseskozi posodabljati asortima
- inovacije so “generator” rasti tržišča



Henkel

Zakaj Category Management?

Henkel

Henkel Slovenija

POVZETEK STANJA – na strani potrošnika:

- vedno večja ponudba izdelkov ima za posledico:
 - VEČJA IZBIRA NA POLICAH
 - SLABŠA PREGLEDNOST NAD PONUDBO
 - PODALJŠUJE SE ISKALNI ČAS
 - POVEČUJE SE ISKALNI STRES
 - SLABE MOŽNOSTI PRIMERJANJA ISTOVRSTNIH IZDELKOV



Henkel

Zakaj Category Management?



Henkel Slovenija

POVZETEK STANJA – na strani trgovca:

- vedno večja ponudba izdelkov ima za posledico:
 - ŠIRŠO PONUDBO
 - VIŠJE STROŠKE ZALOG
 - VIŠJE LOGISTIČNE STROŠKE
 - POVEČUJE SE MOŽNOST, DA IZDELKA NI NA ZALOGI
 - ZMANJŠUJE SE IMAGE TRGOVINE
 - ZMANJŠUJE SE PROFITABILNOST



Zakaj Category Management?



Henkel Slovenija

POVZETEK STANJA – na strani proizvajalca:

- vedno večja ponudba izdelkov ima za posledico:
 - VISOKI STROŠKI RAZVOJA
 - SLABŠA PRODAJA IZDELKOV
 - OTEŽENA UVEDBA NOVOSTI NA TRŽIŠČE





Henkel Slovenija

Rešitev: → Category Management



Kaj je Category Management?

Henkel

Henkel Slovenija

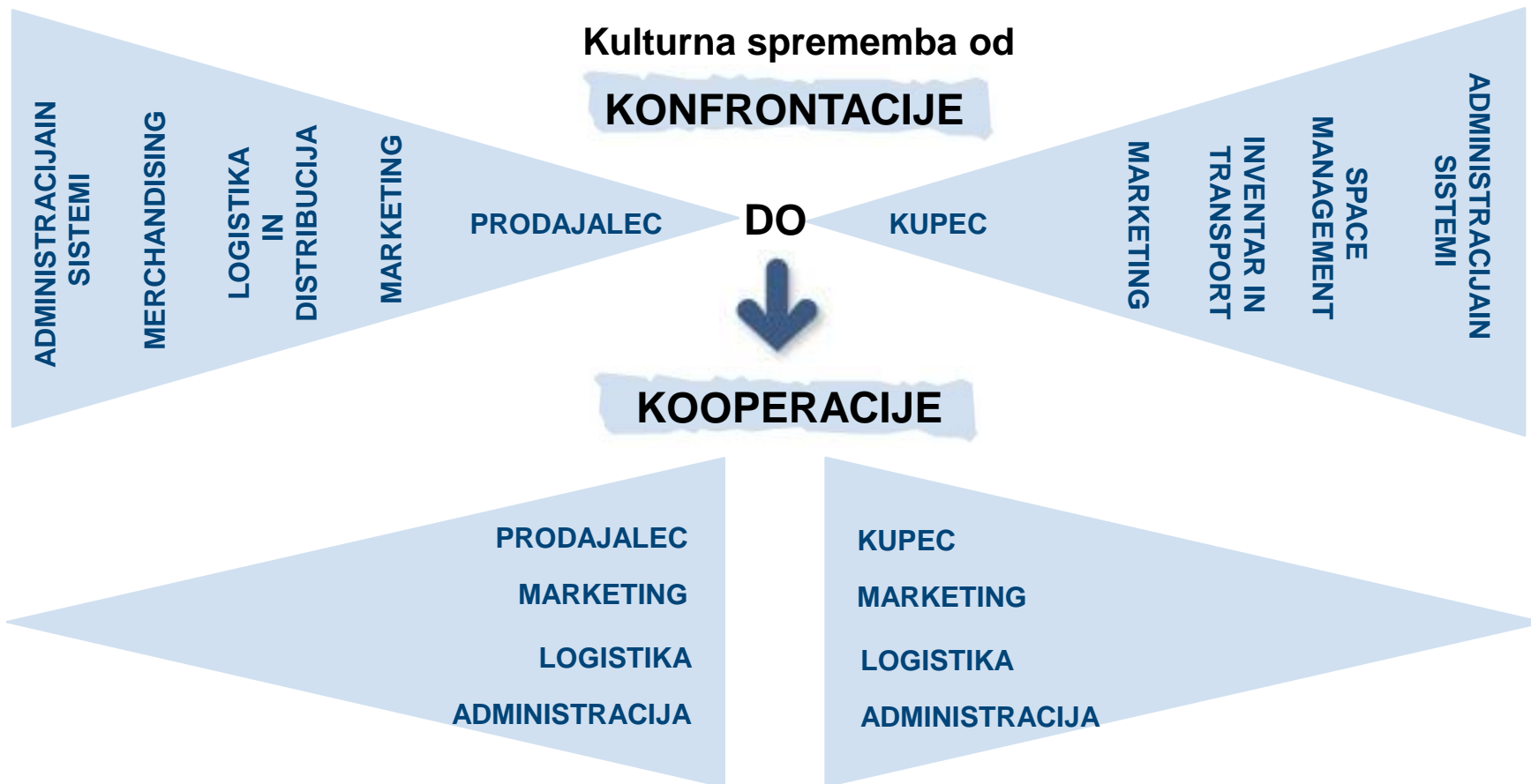
- ➔ **poslovni proces (trgovec/dobavitelj) upravljanja kategorij kot strateških poslovnih enot (strategic business units), z namenom povečati poslovni rezultat z osredotočanjem na vrednosti za potrošnika**
- ➔ **koncept tesnejšega, dolgoročnega sodelovanja med trgovcem in proizvajalcem**

Henkel

Kaj je Category Management?



Henkel Slovenija



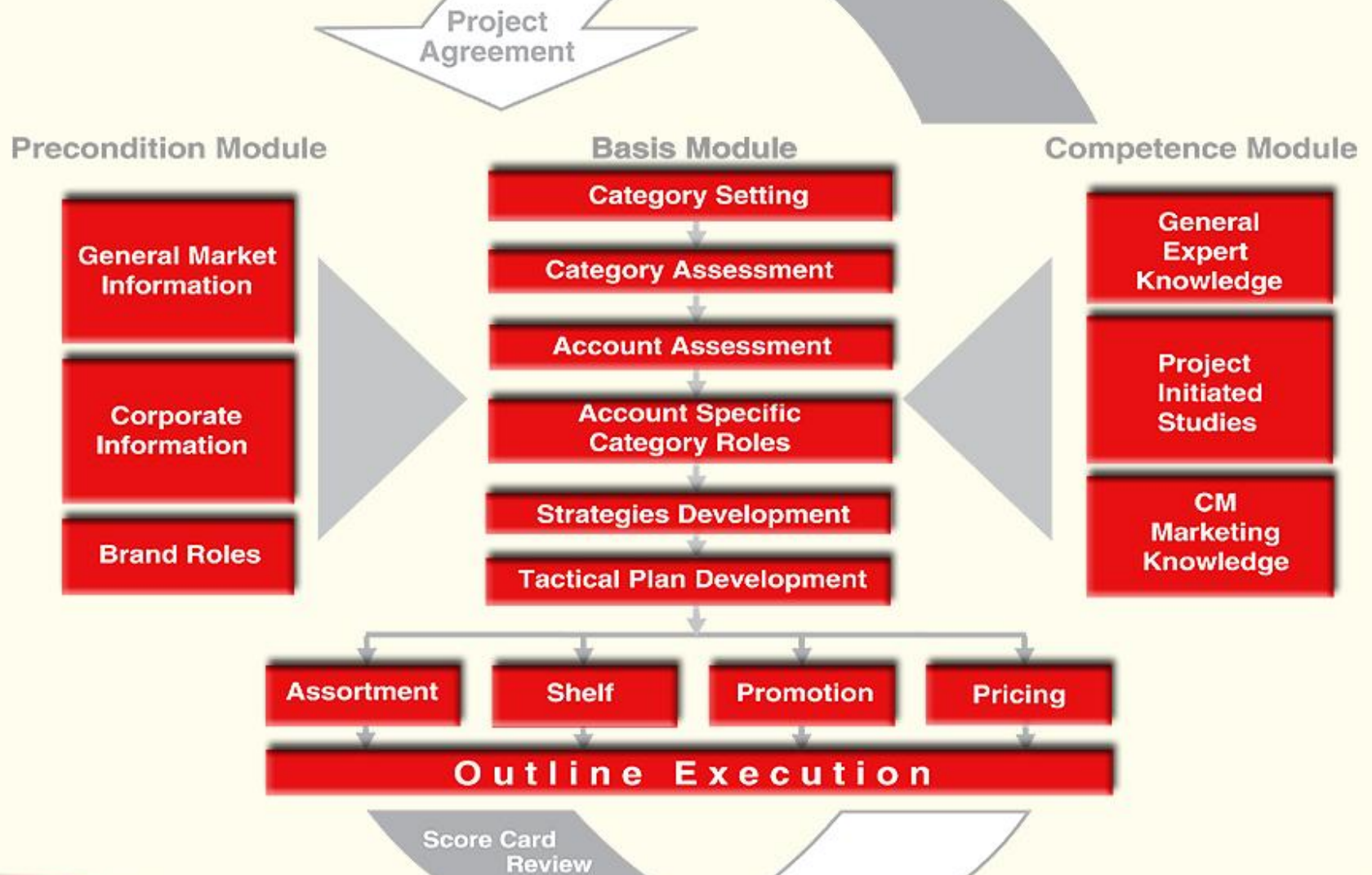


Henkel Slovenija

Projekti Category Management



Projekti Category Management



Projekti Category Management

Precondition Module



UPORABLJENI PODATKI:
tržni deleži, panel trgovin, prodajni podatki trgovine



Score Card Review

Projekti Category Management



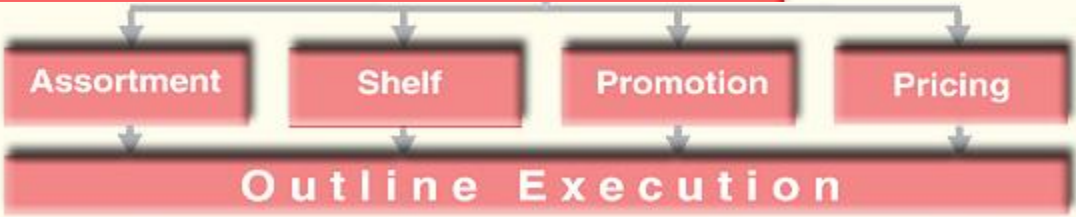
Schwarzkopf & Henkel znanje o kozmetičnih kategorijah

znanje trgovinskega partnerja o kupcih in trgovinski konkurenci

Znanje in izkušnje ter dostop do podatkovnih baz iz S&H ICM network

Competence Module

- General Expert Knowledge
- Project Initiated Studies
- CM Marketing Knowledge



Projekti Category Management

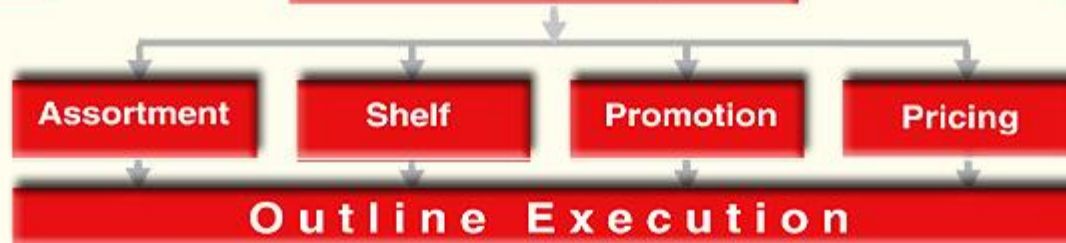
Precondition Module



Basis Module



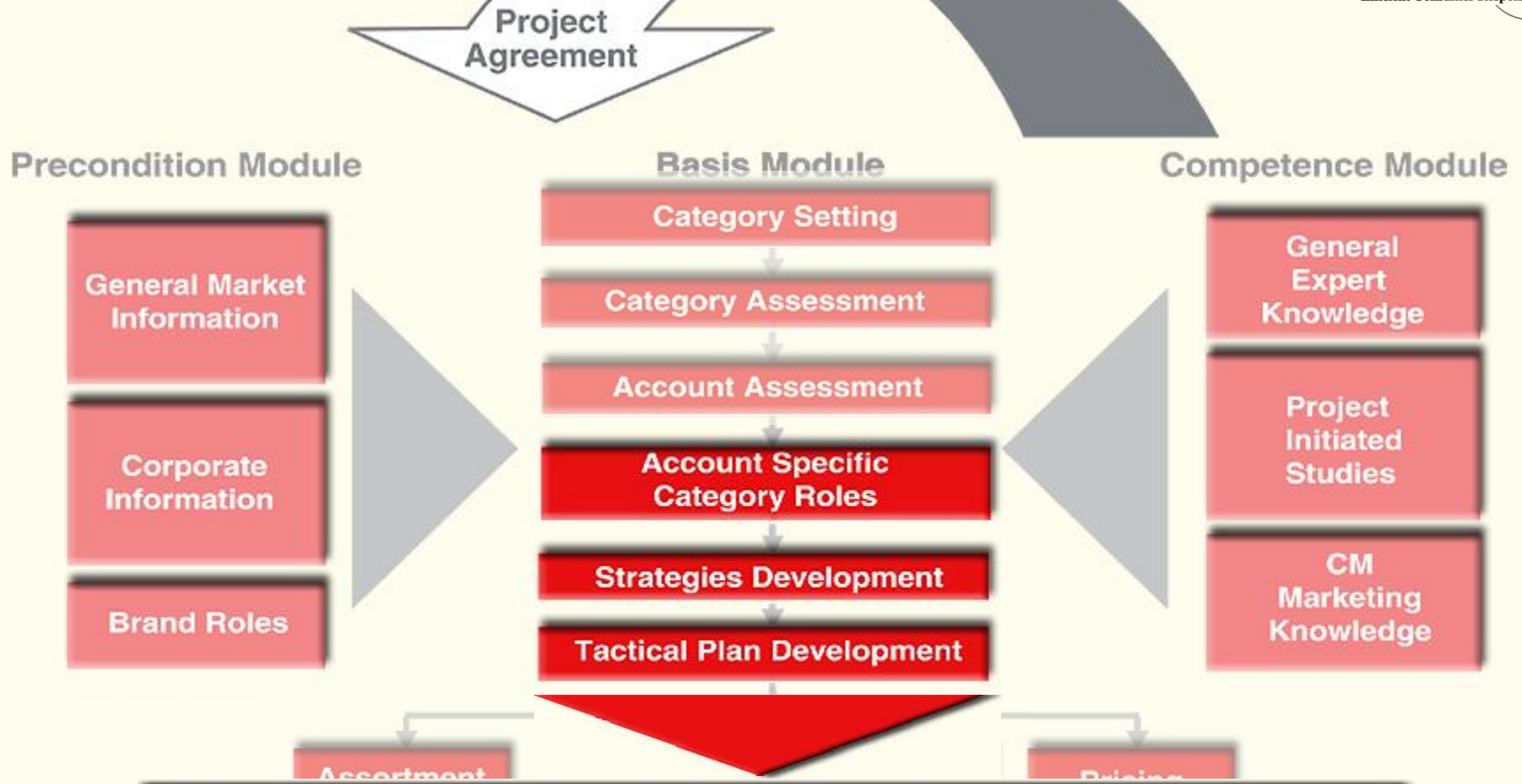
Competence Module



Projekti Category Management



Projekti Category Management



STRATEŠKI DEL

definiranje pomembnosti kategorije za trgovsko organizacijo ter definiranje strategije in taktičnega plana za dosego ciljev

Projekti Category Management

Precondition Module



Basis Module



Competence Module



PROJECT WORK

Precondition Module



Basis Module



Competence Module

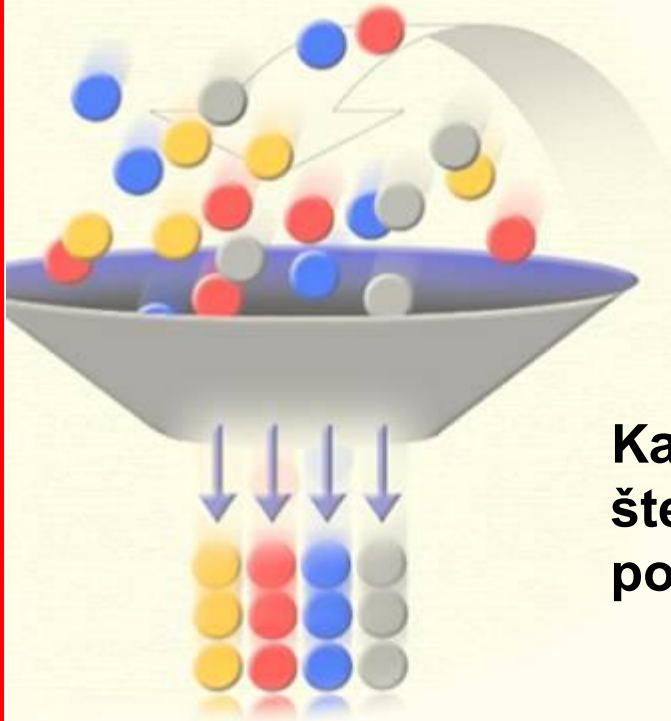


Score Card Review

Projekti Category Management

Henkel

Henkel Slovenija

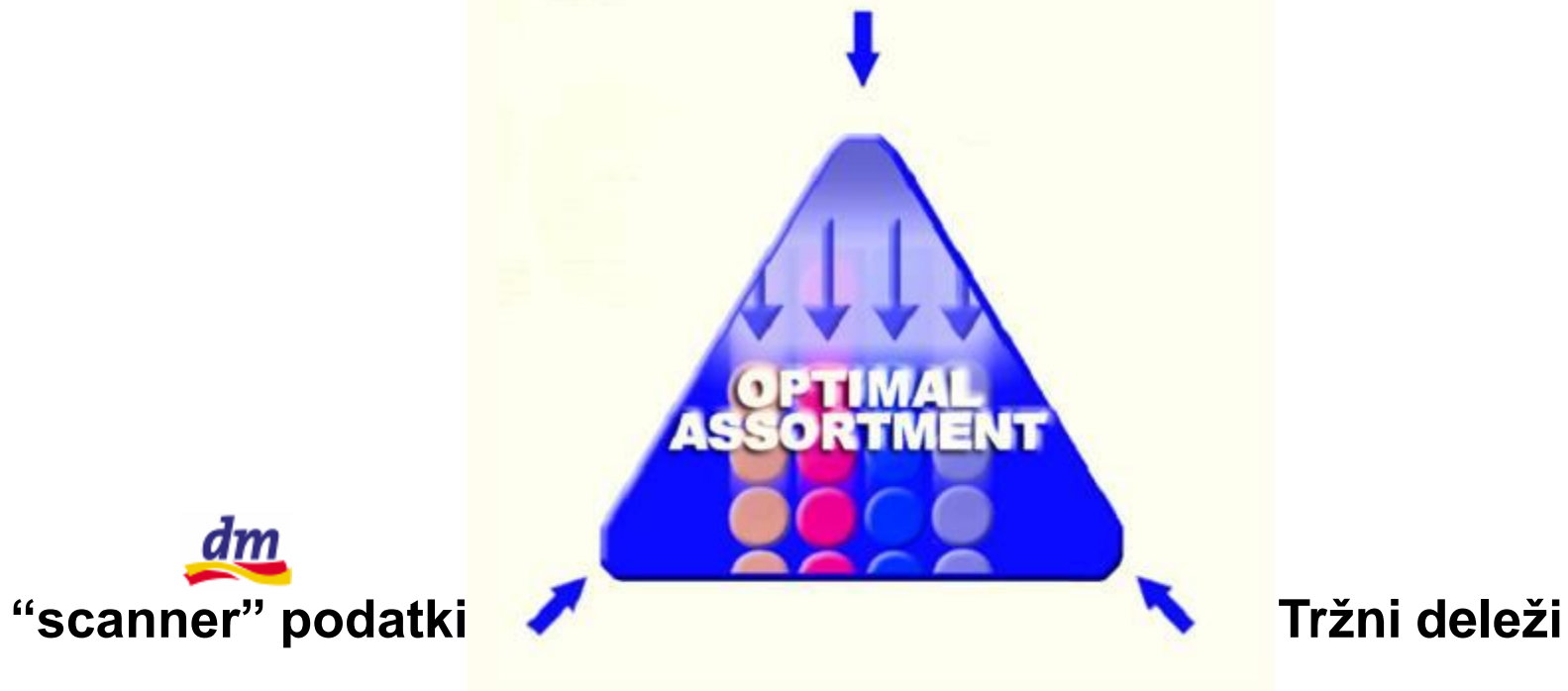


Kako definirati asortima, ki z določenim številom izdelkov pokriva največje število potrošnikov?

Henkel

OPTIMIZACIJA ASORTIMANA IN VIRI PODATKOV

Segmentacija kategorij – ekskluzivnost blagovnih znamk oz. proizvodov



Projekti Category Management

Precondition Module



Basis Module



Competence Module



Score Card Review

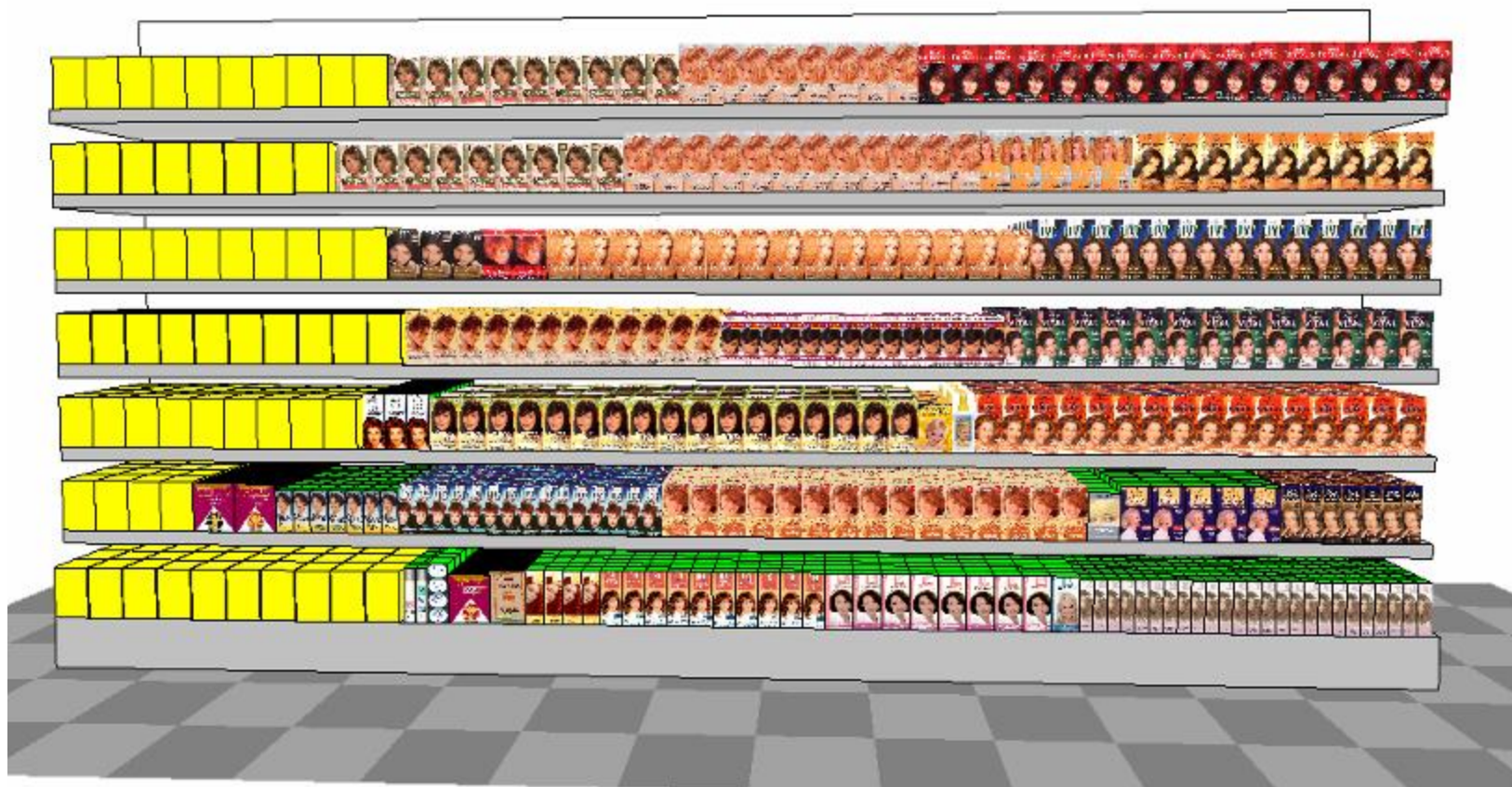
Projekti Category Management



Henkel Slovenija

Primer:

POLICA KOLORACIJ – STANJE PRED SPREMEMBO



Projekti Category Management

Henkel

Henkel Slovenija

Primer:

POLICA KOLORACIJ – NOVA POSTAVITEV



Henkel

Projekti Category Management



Henkel Slovenija



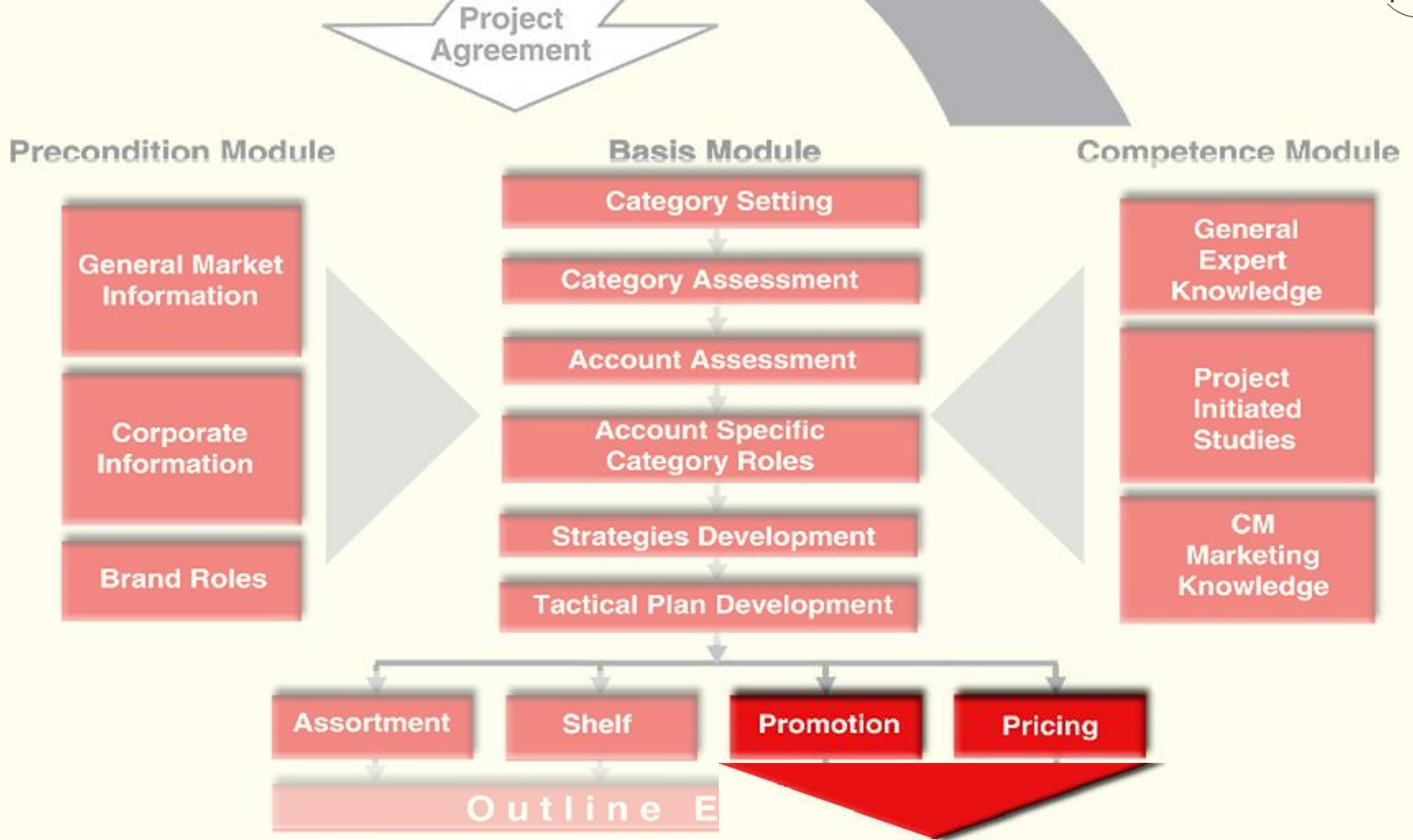
Pozicioniranje je napravljeno na osnovi ISKALNEGA PROCESA potrošnika



Uvedba ORIENTACIJSKEGA SISTEMA na policah



Projekti Category Management



Projekti Category Management

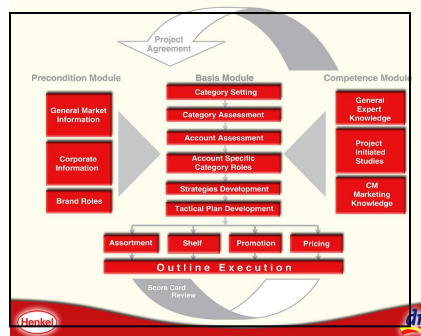


Henkel Slovenija



PROCES VKLJUČUJE

Pregled in adaptacija vseh štirih taktik vsakih šest mesecev



Šolanje enkrat na leto za vse trgovke



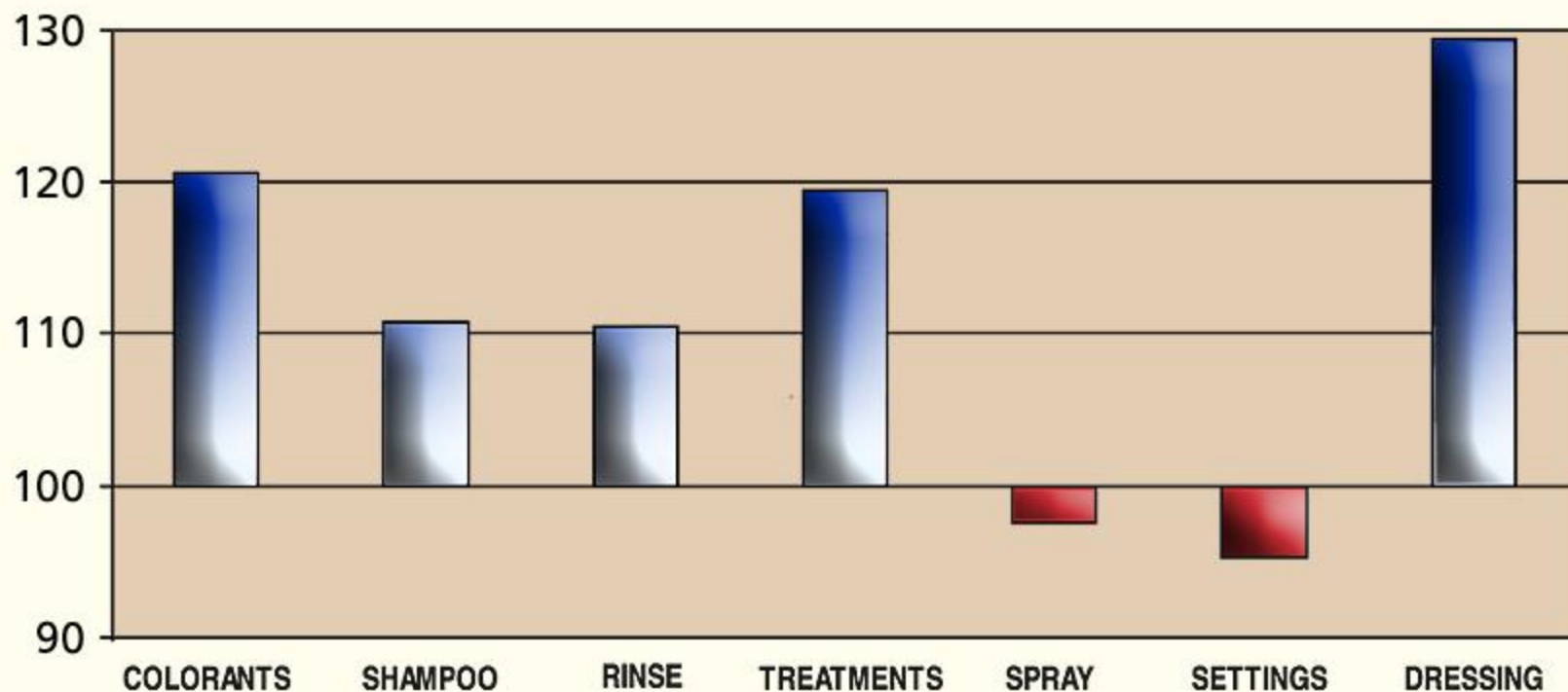
Projekti Category Management



Henkel Slovenija

REZULTATI

RAST V %





Henkel Slovenija

Hvala!

