

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

Sesión I (Live Master Training)

Desarrollo Conjunto de Categorías

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Definir, instrumentar y monitorear el desarrollo de una categoría en un trabajo conjunto cadena-industria con base a métodos de Category Management.

OBJETIVOS

Entender las nuevas modalidades de trabajo entre fabricantes y Cadenas que implica el Category Management, y brindar un método claro para la identificación de oportunidades de desarrollo de la Categoría.

CONTENIDO

I. Alcances y enfoque del Category Management.

- Indicadores de desempeño de la Categoría.
- Contribución de la categoría en la ecuación financiera de la cadena.
- Definición de los objetivos del Category Management.
- Repartición de roles y de responsabilidades entre Cadenas y Proveedores.

II. Definir oportunidades para la Categoría y diseñar su estrategia.

- Etapas de elaboración de un plan estratégico, los 7 pasos.
- Los medios de análisis y búsqueda de oportunidades de una categoría.
- La elaboración de la estrategia de la categoría en su ámbito competitivo.

Caso de Aplicación: Análisis del caso Jabón para lavar la Ropa:

- Aprender a destacar y medir la oportunidad de una Categoría en una Cadena.
- Definir el Scorecard de la Categoría.
- Definir la estrategia de la Categoría en cada segmento.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Tres sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

Sesión II (Live Master Training) Planes Táctico de la Categoría

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Aprender a tomar decisiones de surtido y acomodo en una categoría, con base a las ventas e información del comportamiento de compra del Shopper

OBJETIVOS

Entregar al participante las herramientas para tomar decisiones tácticas en las categorías, haciendo mayor hincapié en el surtido, el acomodo y la repartición de frentes en el anaquel.

CONTENIDO

I. **Métodos de definición de Surtido de las Categorías.**

- Métodos de elaboración de un surtido eficiente.
- Definición de la cobertura del surtido.
- Definición de la fragmentación del surtido.
- Regla del 80/20 en la definición del surtido.

II. **Elaboración del Planograma.**

- Criterios a tomar en cuenta para el armado de un planograma.
- El árbol de decisión y su aplicación al planograma.
- Cuando seguir y cuando transgredir el comportamiento de compra del Shopper.
- Criterios de distribución del espacio en el planograma.
- La optimización del espacio.

III. **Tácticas de Precio y Promoción.**

- El mecanismo de fijación de precios en un contexto competitivo.
- El rol del Category Captain en la fijación de precios.
- El plan promocional de la Categoría.
- Evaluación de la eficiencia promocional de la Categoría.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Tres sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.