

# Category Management

## Pour qui ?

DCN, KAM, Category managers, Trade marketers.

## Objectifs :

Analyser les performances d'une catégorie.  
Maîtriser les étapes du processus catégoriel.



© ioannis kounadeas / Fotolia

## Programme :

### 1. Appréhender la notion de category management

- Enjeux pour Distributeur et Industriel face aux nouvelles formes de concurrence
- Raisonner en terme de planification stratégique, d'organisation et de structure des produits
- Définir les objectifs de la catégorisation des produits
- Apprécier les fondamentaux du Catman (les Piliers)

### 2. Comprendre les implications de cette notion

- Définir le périmètre de la catégories et poser les rôles des catégories pour le shopper
- Optimiser la supply chain et penser consommateur
- Se doter du Tableau de Bord (des bons indicateurs) pour évaluer la catégorie
- Les stratégies (le stratégoگرامme) et le plan d'action (les 4P)
- Les opérations test sur la catégorie et les revues catégorielles

### 3. Définir les missions/tâches des category managers

- Entretenir des relations avec les services vente et marketing
- Etablir des recommandations pour la présentation des produits
- Superviser la réalisation de documents merchandising
- Etre un relais d'information pour la direction merchandising et marketing

### 4. Les qualités essentielles des category managers

- Apprécier la maturité Catman de son organisation et de ses partenaires
- Développer une vision stratégique et renforcer cette capacité à piloter et coordonner
- Travailler les bonnes pratiques et viser avec le partenaire à progresser
- Se doter d'un plan d'action et de montée en efficience

## Les + pédagogiques :

- Animation de groupe et/ou accompagnement individuel.
- Apports conceptuels, cas concrets et construction sur-mesure sur problématiques tirées de l'entreprise.

Commercial, Marketing et  
Distribution