

Inkoop- en Product Management Association

Gert Bloemendal



Gert Bloemendal



nielsen



G-consult

- Interim jobs
- Consultant

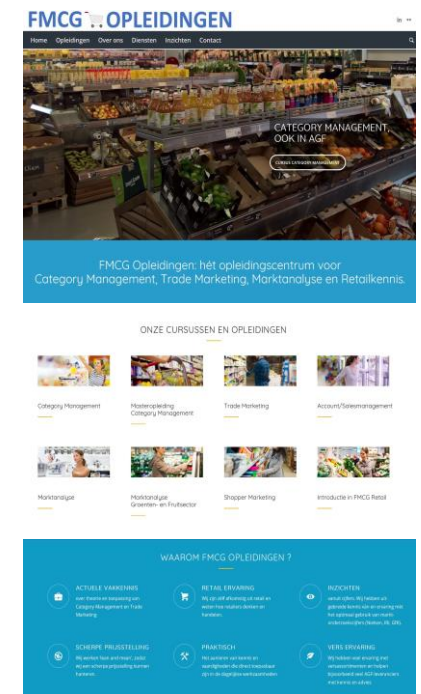
I love ice cream



FMCG  OPLEIDINGEN

FMCG OPLEIDINGEN - cursus aanbod

- Introductie in FMCG-Retail (Food en Non Food)
- Category Management
 - Successful (1 dag)
 - Advanced (2 dagen)
 - Masteropleiding (9 dagen)
- Trade Marketing
 - Successful (1 dag)
 - Advanced (2 dagen)
- Marktanalyse
- Verkopen aan Retail
- ‘In-company’ (afgestemd op team, marktsituatie en bedrijfsprofiel)
- Retail tour



FMCG OPLEIDINGEN - missie

Wij willen door middel van het overdragen van kennis en vaardigheden bijdragen aan echte samenwerking tussen retailers en leveranciers.



Our clients - Retailers and Wholesalers

De **KWEKER**.
VOOR PROFESSIONALS IN FOOD



Albert Heijn



Etos

DOUGLAS



coop

CITY GROSS



HEUSCHEN & SCHROUFF
ORIENTAL FOOD

TWINDIS

adveo

martin&servera



TELEGRAAF  **SHOP.nl**



VISSERS  **LIE**


NS Stations
Retailbedrijf

BOUWMAAT
ALLES VOOR SLIMMER BOUWEN



FMCG  **OPLEIDINGEN**

Our clients - Suppliers NL + BE



Our clients - Suppliers Fresh Produce

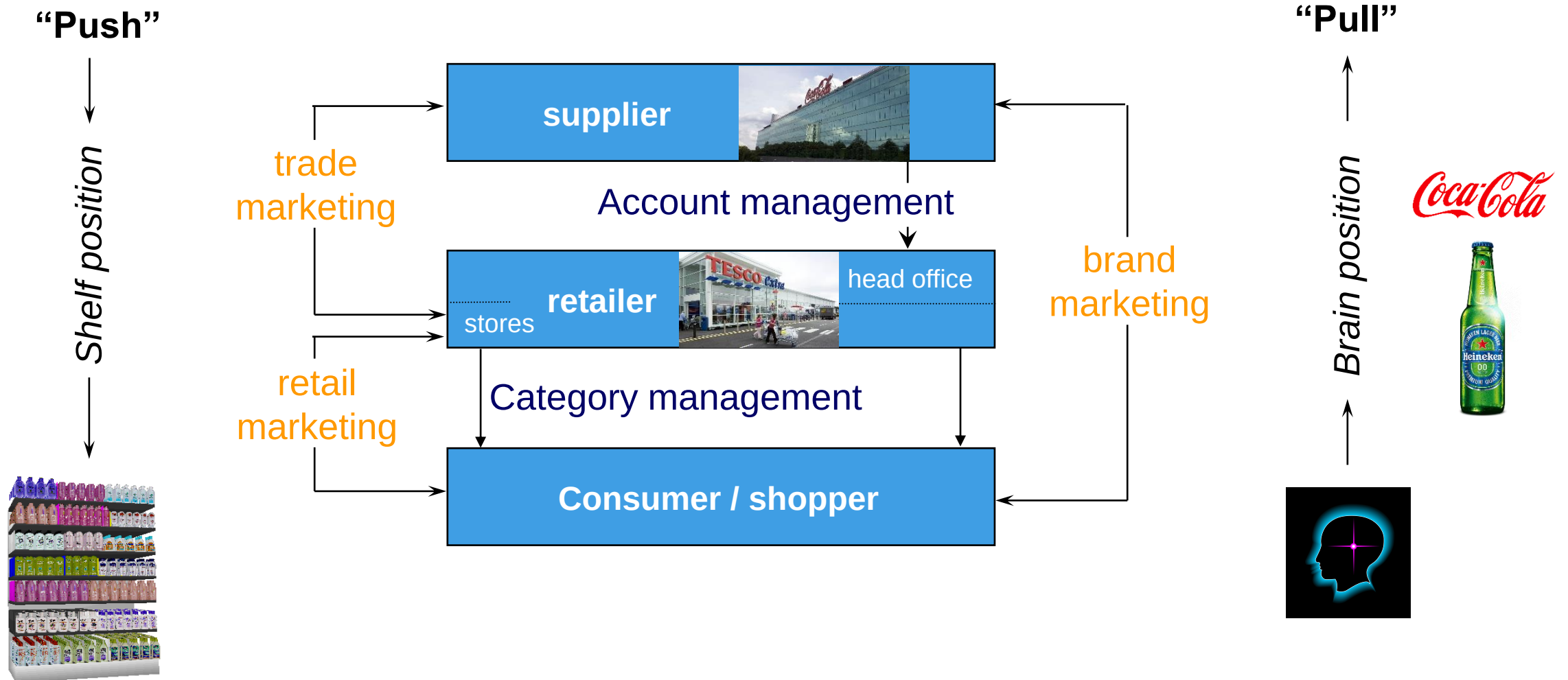


Wie is de consument en wie is de shopper van Nivea for Men?



Kennis hebben van de shopper bij een retailer.

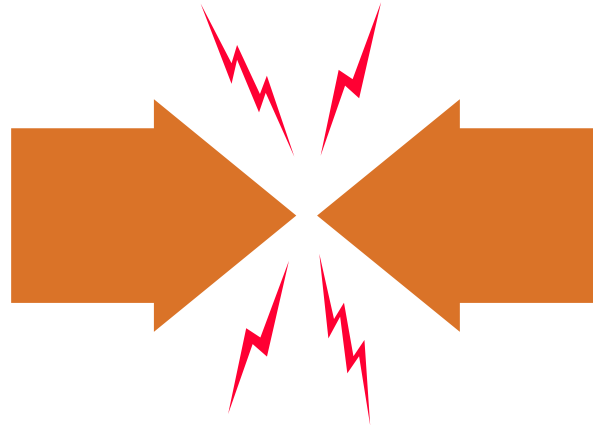
Supplier / Retailer / Consumer



Retailing Marketing Evolutie



Leveranciers en Retailers bekijken de categorie vanuit een verschillend perspectief



Verschil

in benadering van de verkopen

Leverancier: (hoeveelheid * prijs)

Retailer : (# bezoeken) * (gem. besteed bedrag)
: (hoeveelheid * prijs)



Verskil in strategie

Leverancier: Standaardisatie (iedereen het zelfde)
Kosten onder controle houden

Retailer : Differentiatie (iets special)
Concurrentie verslaan

Verskil

in mogelijkheden van de marketing mix

Leverancier

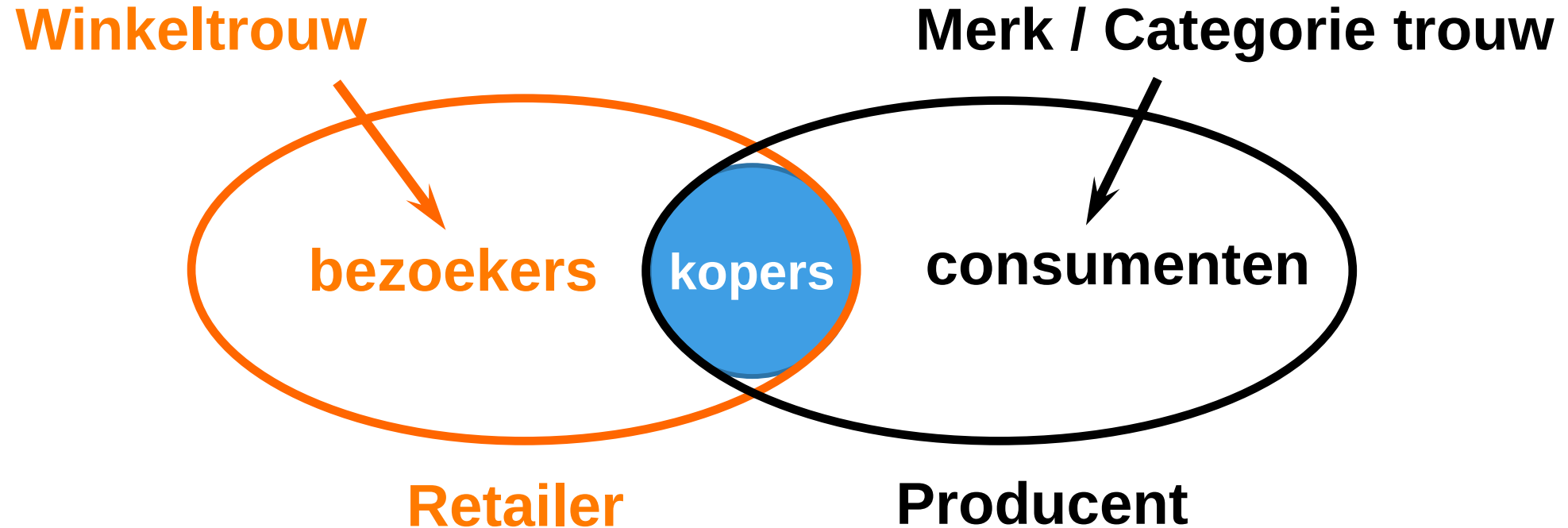
- 1 product/assortiment
- 2 prijs
- 3 product supply
- 4 promotie
- 5 presentatie

~~verkoopruimte~~

Retailer

- 1 product/assortiment
- 2 prijs
- 3 product supply
- 4 promotie
- 5 presentatie
- 6 plaats in de winkel
- 7 personeel
- 8 plaats van de winkel

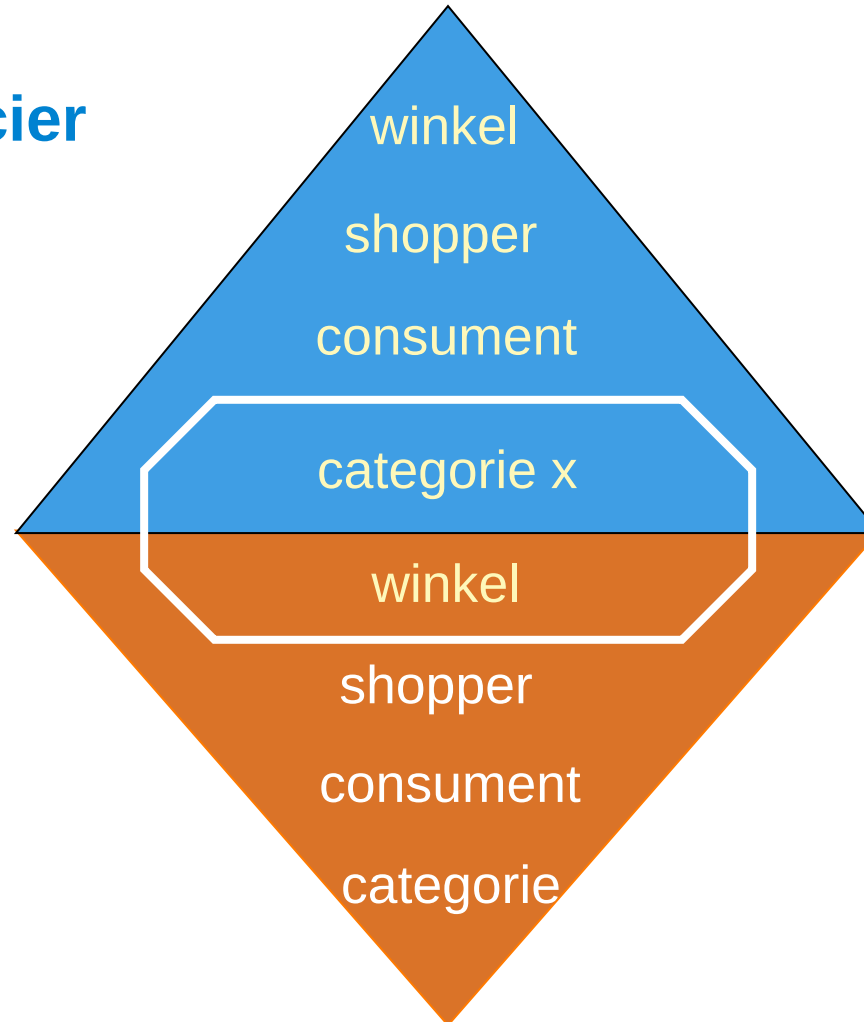
Wat hebben zij gemeen?



Maar ook overlap in doelstellingen!

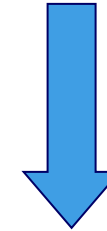
Waar ontmoeten zij elkaar?

Leverancier



Retailer

Veel over weinig



**Kennis!
Ervaring!
Tools!
Data!**



Weinig over veel

3 fasen

1. OMGEVING

Leverancier
(Trade Marketing)

Maatschappelijke trends
Consument / Shopper
Kanalen en concurrenten
Visie & kenmerken retailer

2. FORMULE

Retailer (Retail marketing)

Positionering formule
Bouwstenen formule

3. CATEGORIE

Retailer en
Leverancier
(Category
Management)

Categorie
evaluatie

Categoriedefinitie
Categorierol
Categorie-analyse
Categoriedoelstellingen
Categoriestrategie
Categorietactiek
Plan implementeren



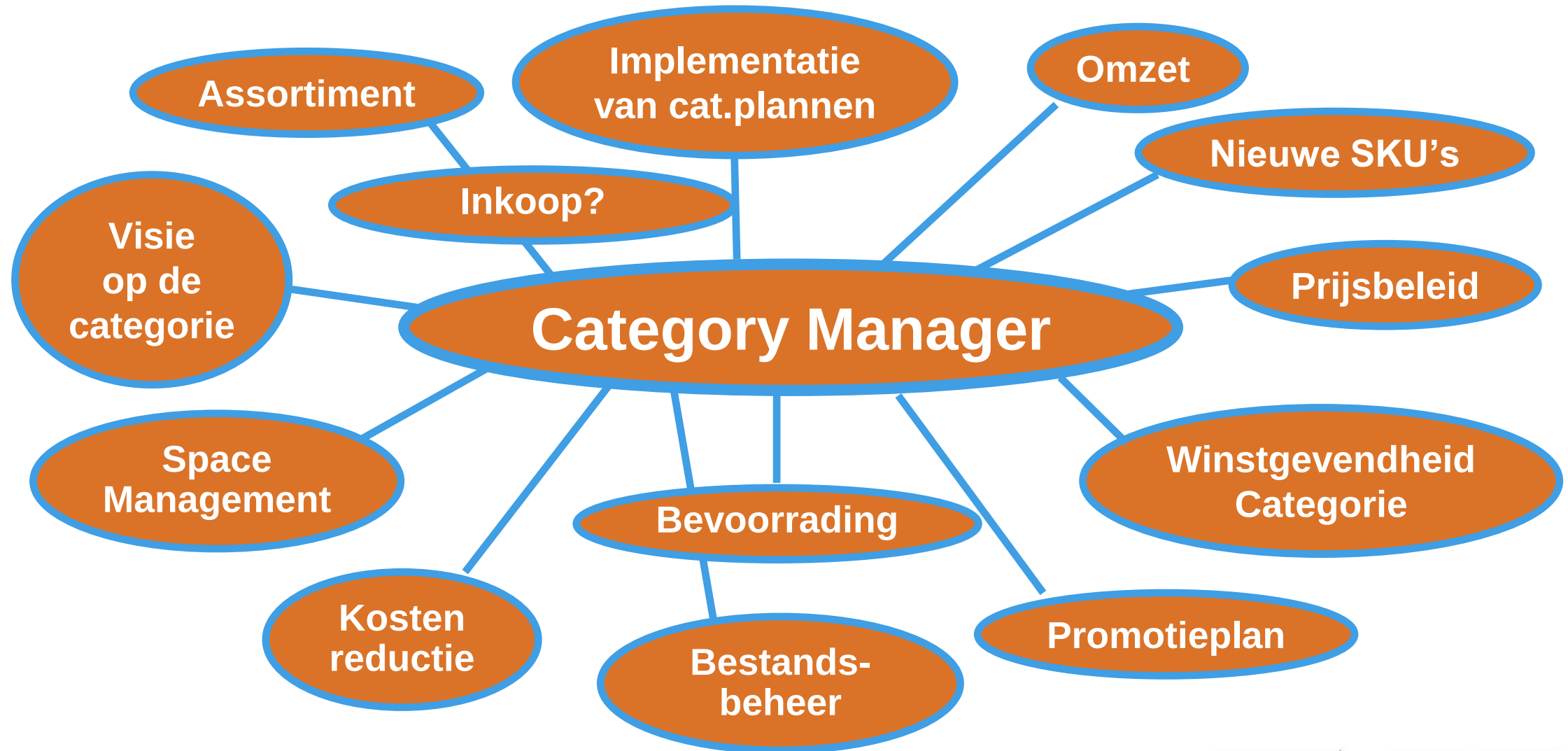
Category Management

Definitie:

*Beheren en optimaliseren van categorieën
uitgaande van de shopper en de formuledoelstelling*



Verantwoordelijkheden Category Manager ?!



De plaats van CM in de organisatie

