

Retail Services Kennisupdate | week 42

CATEGORYMANAGEMENT, SKILLS

Waarom heb je een strategisch categorieplan nodig?

Deze vraag lijkt misschien een open deur. In dit artikel wil ik toch het belang ervan belichten. In [het artikel](#) in onze update van week 38 schreef collega Fred van der Hoeven “Samen onderzoek je waar de mogelijkheden voor rendementsverbetering en omzetgroei liggen. Je creëert dan een gezamenlijk vertrekpunt, de richting, focus en de beste aanpak”. Het resultaat van deze zoektocht vastleggen is wat je doet in een strategisch categorieplan, ook wel categorie verbeterplan genoemd.

Bedenk hierbij dat een strategisch categorieplan voor een bepaalde categorie - in ons geval bloemen en planten - samen met de plannen van de andere categorieën binnen een formule één geheel moeten vormen, die met z'n allen weer bijdragen aan de doelstellingen van de betreffende formule. Door als leverancier een bijdrage te leveren aan het categorieverbeterplan help je de category manager bij het behalen van zijn KPI's op het gebied van onder andere omzet, marge en derving. Als leverancier/groothandelaar kun je de inzichten uit het categorieplan bovendien terugvertalen naar de kwekers in de vorm van het juiste assortiment met de juiste specificaties op het juiste moment in het jaar.

Waar bestaat een strategisch categorieplan uit?

In een strategisch categorieplan kijk en werk je van groot naar klein. Welke trends spelen er binnen de retail en de categorie? Hoe ontwikkelt de markt zich en het afzetkanaal waarin je actief bent? Hoe richten de verschillende spelers de categorie in? Hoe gedragen de shoppers zich? Allemaal vragen en observaties over het grote beeld. Als je dit helder hebt, wordt het tijd om de retailer in kwestie nader te bekijken. Ook op meer tactisch niveau. Van daaruit kun je het daadwerkelijke plan voor de komende jaren bepalen en een concrete vertaling hiervan voor het komende jaar maken.

Kortom, een compleet categorie verbeterplan bestaat uit een flink aantal componenten. In de komende Retail Services Kennisupdates zal ik dieper in gaan op deze verschillende componenten.

Meerwaarde

Een gedegen categorieplan geeft rust en inzicht in de te varen koers. Door op dit niveau met de retailer in gesprek te zijn en te blijven, laat je zien dat je werkelijk een bijdrage wilt leveren aan het gezamenlijke succes. Met veelal een verbeterde relatie als gevolg.

Wil je hier meer weten over of heb je interesse om samen een strategisch categorieplan op te stellen? Neem gerust contact met mij op via jolandaroskam@royalloraholland.com of +31(0)6 53 36 88 61.

Jolanda Roskam
Category Developer Retail Services
Royal FloraHolland