

Retail Services Kennisupdate | week 44

CATEGORY MANAGEMENT: KNOWLEDGE

3 tips voor het samenstellen van een assortimentskalender

Vaak praten we over het samenstellen van een assortimentsaanbod of -kalender. Feitelijk moeten we het hebben over de strategie. In de voorgaande kennisupdates hebben we gesproken over factoren die bepalend zijn voor een goede assortimentsstrategie. De formule, consument, rendement en marge, de klant centraal zetten, breedte en diepte van het assortiment, de rol van de categorie en de ABC-analyse. Deze factoren zijn allemaal separaat te beïnvloeden, maar het zou mooi zijn als er samenhang zou zitten op deze onderdelen. Graag geef ik jullie 3 tips om deze samenhang te verbeteren.

Tip 1: Data Tools

Data Tools zoals Microsoft Power BI of Qlikview zijn op ieder bedrijfsonderdeel in te zetten. Hoe zijn de verkoopresultaten geweest en welke ontwikkelingen zien we op bepaalde producten? Er is oneindig veel data te koppelen aan bijvoorbeeld alleen al een product. Zo is het mogelijk om naar eigen inzicht en behoefte een dashboard op assortiment te creëren.

Het registreren van en inzicht in data wordt steeds belangrijker. Al is het alleen maar voor een goede afstemming op je eigen in- en verkoop en marketingapparaat. Klanten zijn beter te overtuigen vanuit onderbouwingen die uit datamodellen of goede analyse komen.

Tip 2: Segmenteren d.m.v. een ABC-analyse

Het segment waaraan geleverd wordt is voor een groot deel bepalend of een product geschikt is of niet. Bloemen zijn minder relevant voor het bouwmarktsegment en specialistische producten passen minder bij een discounter. Waarom heel veel tijd en energie steken in producten die moeilijk matchen of weinig aandeel hebben binnen een segment? Eigenlijk praten we hier over een ABC-analyse per product en het realiseren van een generieke segment kalender in een dashboard. [Lees hier meer over ABC-analyse in onze vorige kennisupdate >>](#)

Tip 3: Van generiek naar specifiek

Hoe specifieker je kunt worden, hoe beter de gesprekken worden bij de klant. Een datadashboard helemaal afgestemd op jouw klant met alle relevante informatie. Welke consumenten kopen hier en welke kleuren zijn populair? Welke prijsstrategie hebben ze en wat is de maximale verkoopprijs? Wat is het kernassortiment en wat is aanvullend? Hoe specifieker je wordt, hoe meer inzicht er ontstaat op welke producten minder of juist meer relevant zijn voor jouw klant. Een ideale basis en werkwijze om tot de juiste strategie of kalender te komen.

Vanuit Retail Services werken wij al jaren met data gedreven tools. De assortimenttool die wij ontwikkeld hebben, biedt mooie inzichten op segmenten en formules. Het voordeel van het werken met Power BI is dat deze data compatible is en het samen werken stimuleert binnen een organisatie en of sector.

Heb je vragen over dit onderwerp? Wil je samen met het Retail Service team aan de slag om onze mooie bloemen en planten categorie structureel te laten groeien! Stuur een email naar patrickvandenbos@royalfloraholland.com of neem contact op met Patrick van den Bos +31 (0)6 10 92 12 36. We denken graag met je mee.

Patrick van den Bos
Category Developer Retail Services
Royal FloraHolland