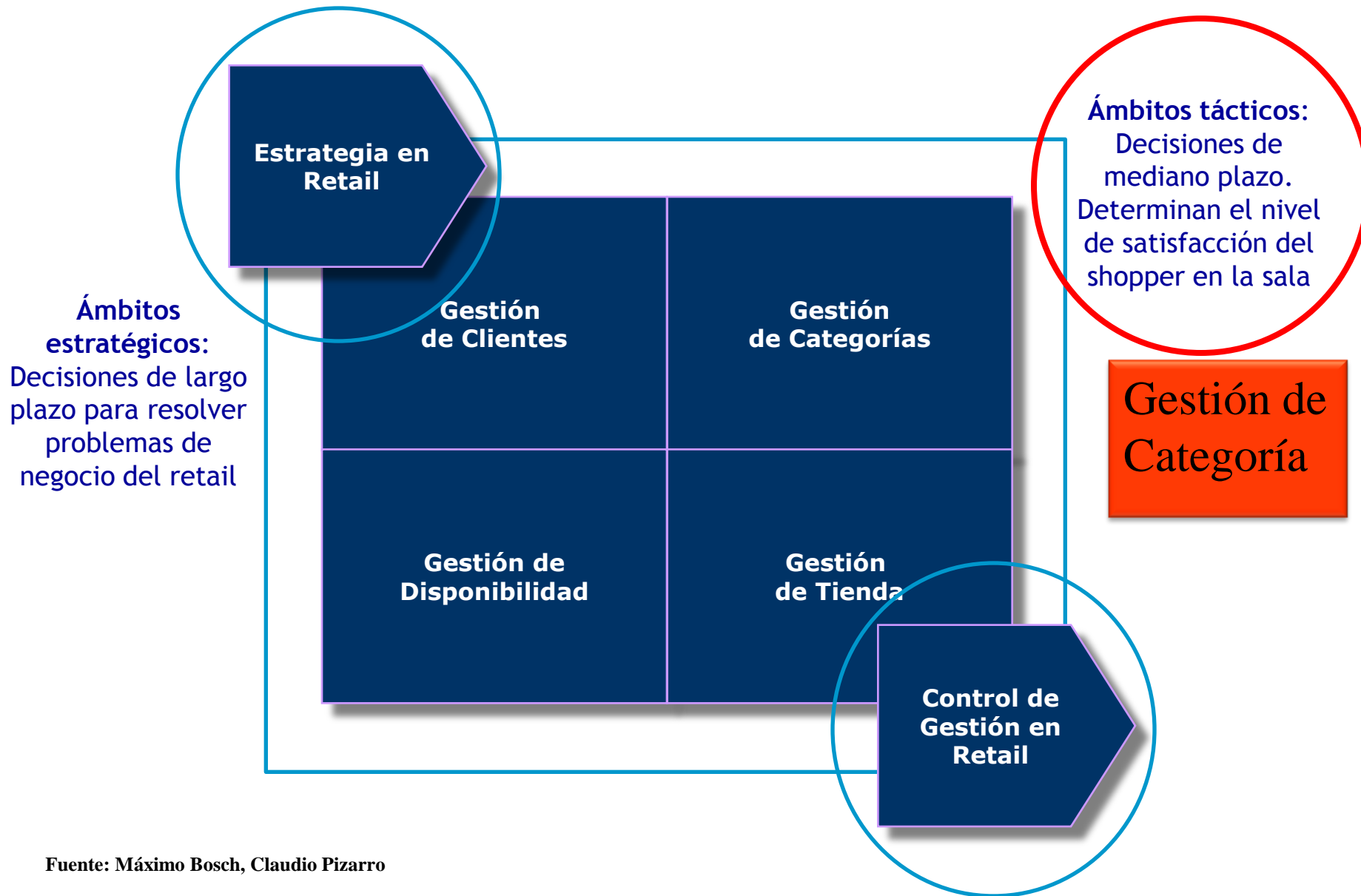


Gestión de Categorías

Nuestra Comprensión de la Gestión de Retail



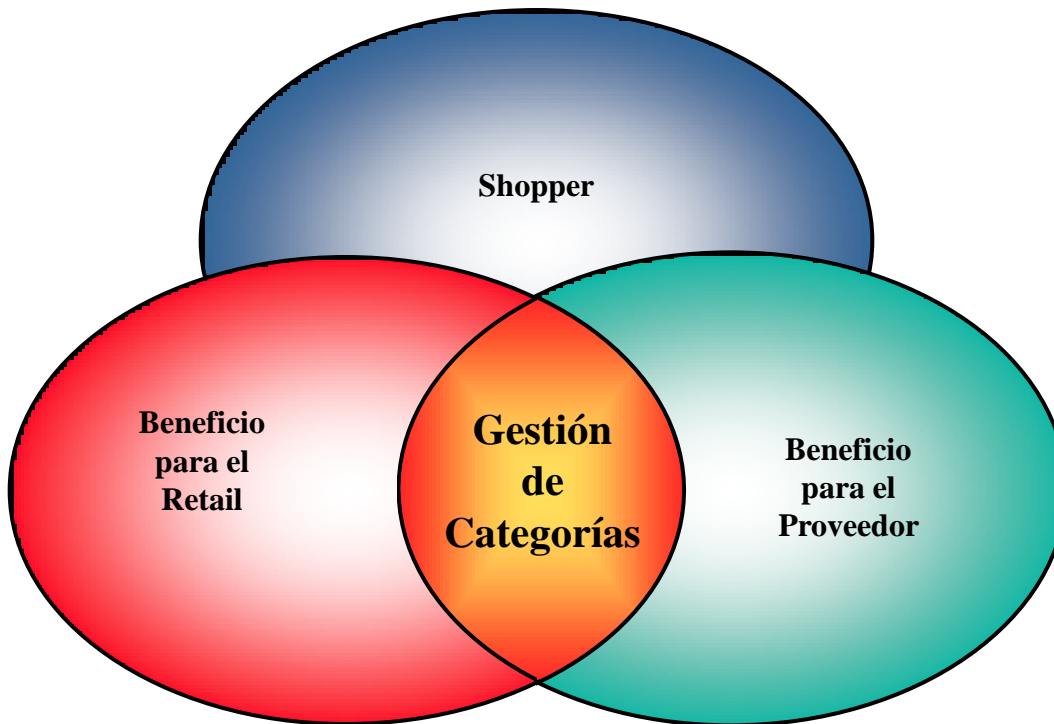
Gestión de Categorías

¿Qué es Gestión de Categorías?

- Es una alianza entre el Retail y el Proveedor para administrar categorías como **Negocios Independientes** dentro del local, produciendo mejores resultados comerciales para ambos, concentrándose en entregar **Valor al Consumidor**, siendo este su principal objetivo.



¿Cuál es el objetivo principal de la Gestión de Categorías?



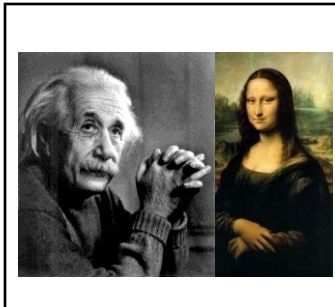
El objetivo principal de la Gestión de Categorías es construir valor para el shopper.

Las 5 características de la Gestión de Categorías

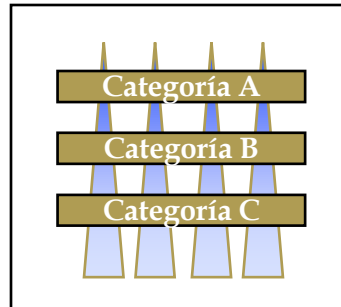
Conducida por el Shopper



Basada en Hechos



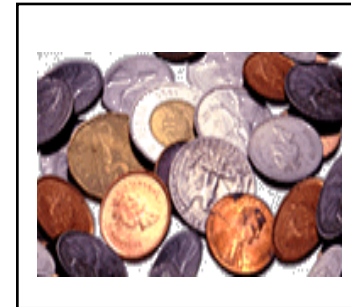
Proceso Orientado



Colaboración



Beneficios Integrales



¿Qué resultados se obtienen?

Resultados (ejemplos)

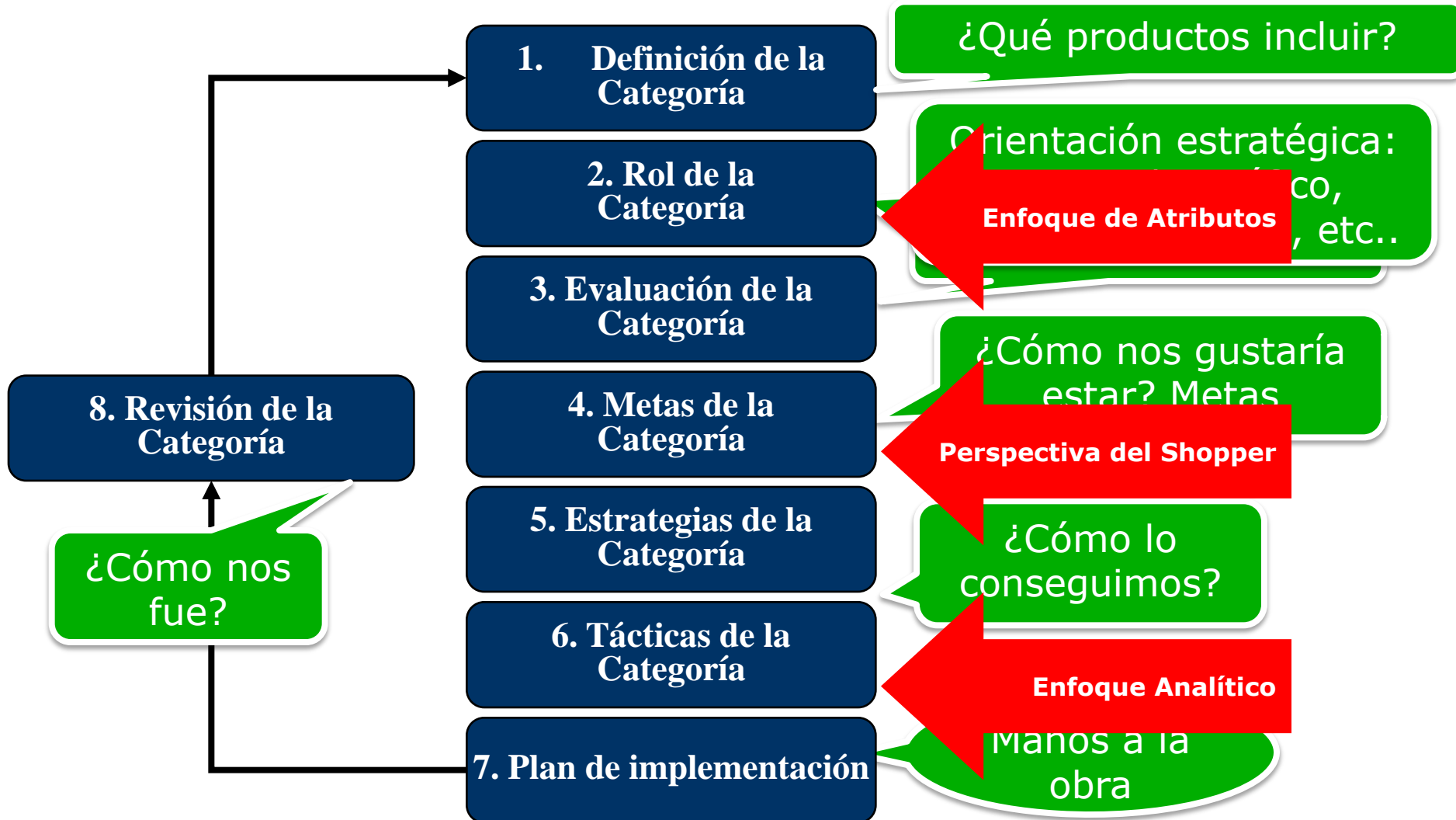
- Aumento de las ventas en 20%
- Aumento del margen sobre 5%
- Reducción de los ítems (SKU) en 20%
- Reducción del tiempo de desarrollo de productos en 25%
- Reducción de Inventarios en 15%



¿Cómo Realizarlo?

- Compartiendo los datos
- Enfocándose en un conjunto de categorías
- Racionalización de los ítems (SKU)
- Apoyo de Merchandising

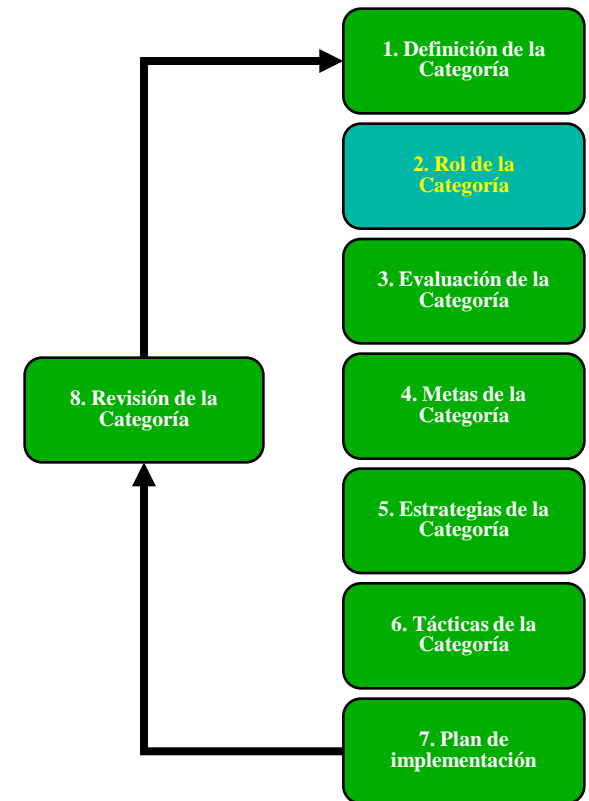
Un proceso de 8 pasos...



El Proceso de Gestión de Categorías en 8 etapas

2. Rol de la Categoría

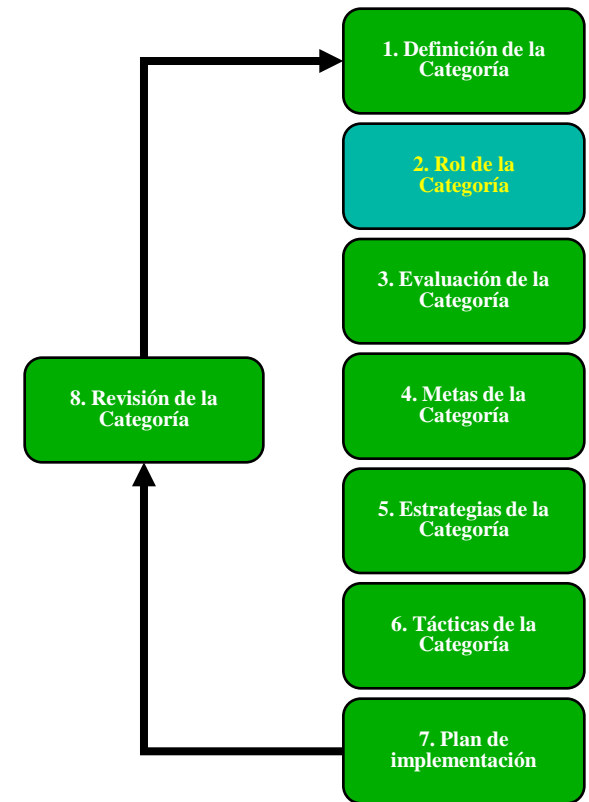
- Cada categoría cumple un rol dentro de la tienda. Este rol lo **define el shopper**, y se mide según la rotación o presencia en ticket de la categoría – aunque finalmente dependerá del formato de retail.
- El rol determina las **decisiones tácticas** de la categoría y cómo la categoría **contribuye a la estrategia** de la cadena
- Se logra:
 - ◆ Decisiones sobre la categoría
 - ◆ Respuesta del shopper



2. Rol de la Categoría

Lista de Posibles Roles:

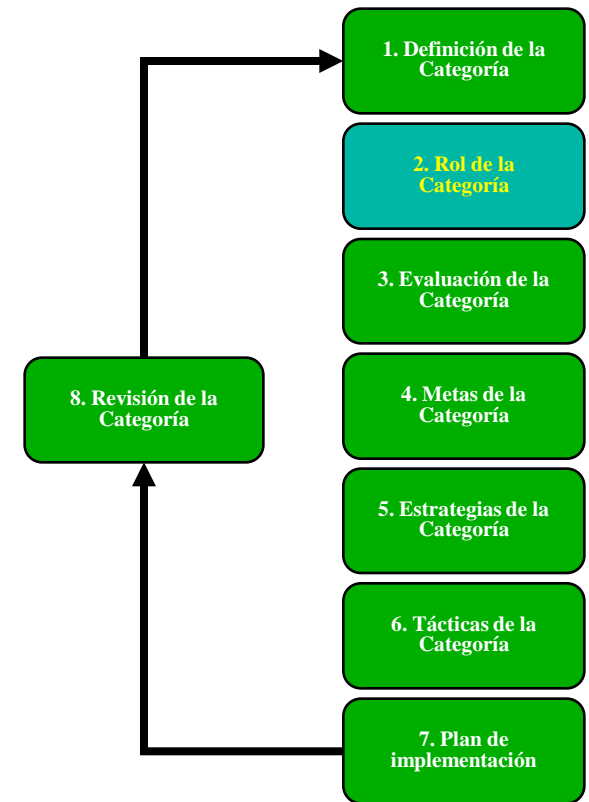
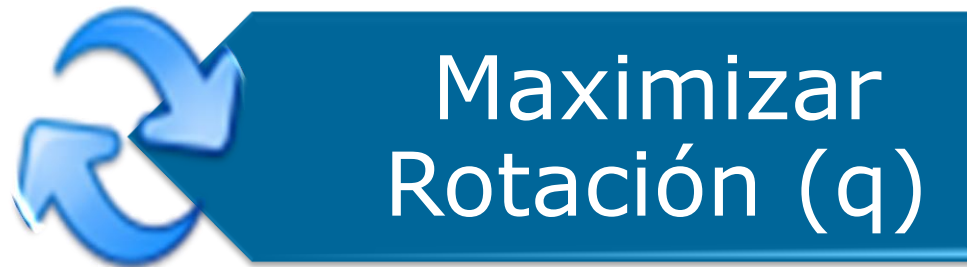
- Destino
- Rutina
- Estacional
- Conveniencia



2. Rol de la Categoría

Destino:

- Categorías que establecen al retailer como la tienda de preferencia predominante.
- Entregar constantemente un valor superior al consumidor.



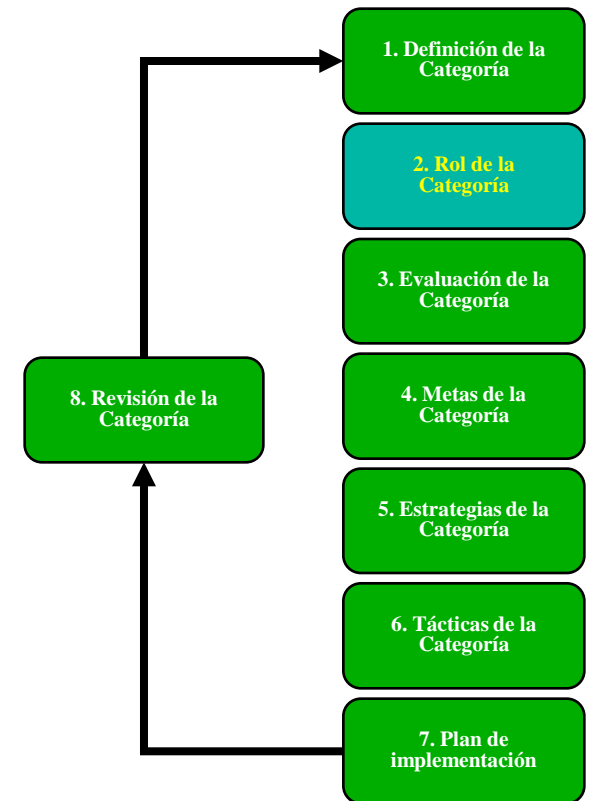
2. Rol de la Categoría

Rutina:

- Categorías que posicionan al retailer como preferido al proveer buena relación calidad precio en las necesidades diarias de los consumidores.
- El retailer debe entregar constantemente un valor competitivo al consumidor.



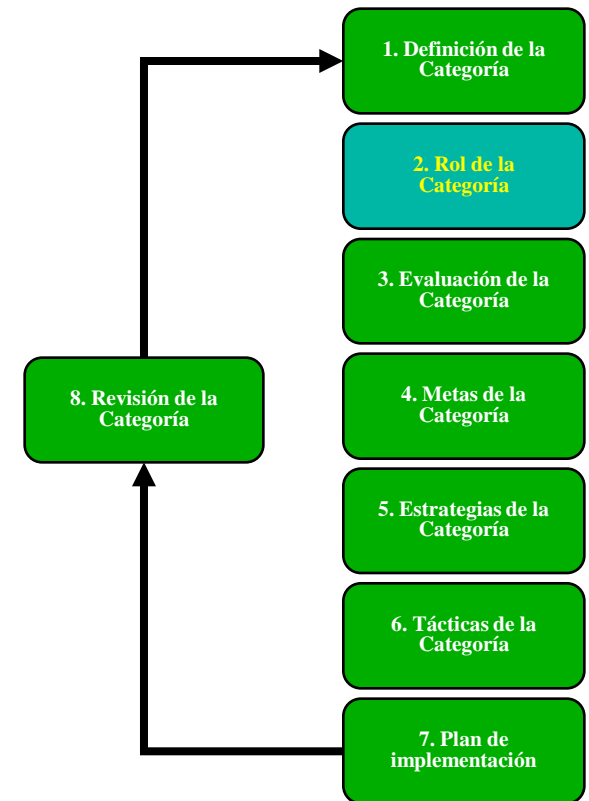
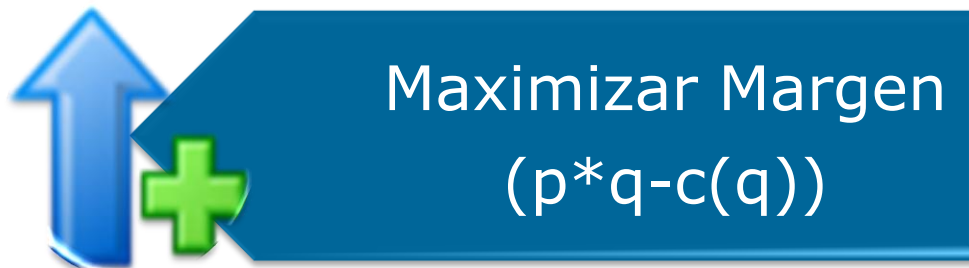
Maximizar
Ventas ($p \cdot q$)



2. Rol de la Categoría

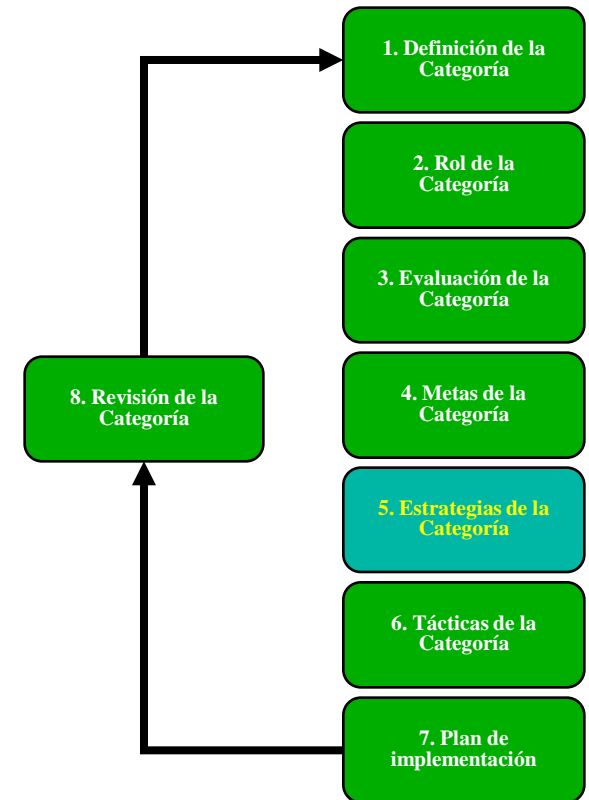
Estacional/Conveniencia:

- Categorías que posicionan al retailer como el que ofrece mejor calidad precio en las compras no planeadas.
- Ofrecer frecuentemente un valor oportuno y competitivo al consumidor objetivo.
- Valor no solo significa PRECIO.



5. Estrategias de la Categoría

- Generación de Tráfico
- Generación de Margen
- Reforzamiento de Imagen
- Defensa de Territorio
- Generación de Estímulos



6. Tácticas de la Categoría

TACTICAS:

- Surtido.
- Exhibición.
- Precio.
- Promoción.
- Disponibilidad.
- Servicio

