

Category Management | week 21

MEERJARIG CATEGORY PLAN

Verder in de tijd kijken levert resultaten en rendement voor retailer en kweker

Heeft u een strategisch productplan gemaakt voor de komende 3 tot 5 jaar? Dat plan waarmee u vanuit het perspectief van de kwekerij onder woorden brengt waar uw bedrijf met zijn producten moet staan? Welke doelgroepen u wilt bedienen en fan maakt van de producten die u maakt? Argumenten waarom uw producten een logische rationele keuze voor succes zijn!

Veel van uw klanten doen dit namelijk wel. Door de vele opties van verschillende producten die wij bieden kan het niet anders dan dat er keuzes moeten worden gemaakt. "Wie niet kiest verliest". De Bloemist, bouwmarkt of supermarkt die niet kiest heeft geen uitstraling en ziet er rommelig uit. In het algemeen zijn er dan nog veel kansen tot verbeteren waar ons Team Retail Services graag in begeleidt.

Bij winkelketens wordt er vaak met een 'Category Plan' gewerkt. Vrij vertaald is het niets meer of minder dan een uitwerking hoe we zo veel mogelijk bloemen en planten gaan verkopen in onze winkel. Een goed plan bestaat uit een beschrijving van de huidige situatie en de beschrijving van de gewenste situatie. Kort samengevat: vandaag de dag is het omzet aandeel van de weekomzet 0,5% en doelstelling is om eind 2022 gemiddeld 0,8% van de weekomzet te behalen. Daarna volgt een uitwerking over **HOE** dat moet worden gerealiseerd en **WIE** hierbij moeten helpen. Kortom: het uitschrijven van een plan maakt ambities zichtbaar maar ook wie je hiervoor nodig hebt om deze ambities waar te kunnen maken.

Vanuit kwekers-perspectief kan een dergelijk plan natuurlijk ook worden uitgewerkt. In dat geval staat het product centraal en niet de winkel waar het product verkocht wordt. De vraag is dan hoe jouw product een versterkende rol kan spelen binnen de categorie bloemen en planten bij de verschillende retailers in Europa. Deze manier van ondernemen dwingt om langer vooruit te gaan plannen en kritisch antwoorden te geven op de volgende vragen:

- Wat wil ik bereiken over 5 jaar?
- Waar sta ik in de markt?
- Wie koopt mijn producten?
- Wat heb ik nodig om dit te bereiken?
- Wie moet ik hierbij betrekken?
- Hoe borgen we verandering?
- Waarom kiezen we voor deze optie?
- Etc.

Kortom, veel vragen. Maar ik weet zeker dat je verbaasd zult staan over je eigen antwoorden. Je wordt er beter van, strategischer en rationeler. Natuurlijk moet het product mooi en goed zijn, maar antwoorden op bovenstaande vragen geven extra argumenten waarom jij de oplossing in de kas hebt staan.

Wij leveren graag een bijdrage aan Category plannen van retailers en kwekers. Ons team kan je triggeren en verder helpen. Heb je vragen? Voel je vrij om contact met mij op te nemen.



Jolanda Roskam
Consultant Retail Services

 +31 (0)6 53 36 88 61

 jolandaroskam@royalfloraholland.com