

品类管理课纲

第一单元 品类管理定义

- ◆ 品类管理概述
- ◆ 第品类定义
 - 品类角色定义
 - 目标品类
 - 常规品类
 - 场合性品类
 - 季节性品类
 - 便利性品类

第二单元 品类评估及业绩衡量

- ◆ 品类管理评估
 - 大中小品类及品牌评估
 - 货架空间
 - 品种/价格/促销/竞争者
- ◆ 品类市场衡量
 - 消费者/市场份额
 - 销售额/利润/库存

第三单元 品类策略

- ◆ 提高客流量策略
- ◆ 提高交易量策略
- ◆ 提升利润策略
- ◆ 提升现金流量策略
- ◆ 气氛制造策略
- ◆ 保卫市场策略

第四单元 品类管理执行

- ◆ 全面品类的管理：关注商品结构建设
 - 检核现有商品结构是否合理？
 - 检核现有商品结构的生产力
 - 不同业态的商品建设的方法论

良好的商品结构，是开展任何模式品类管理的关键基础

- ◆ 独立品类管理：关注竞争
 - 管理好自己的商圈
 - 了解竞争对手、自己的优势品类
 - 了解竞争对手、自己的供应链
 - 发展自己的明星品类
 - 1) 锁定商圈内的高忠诚度消费者
 - 2) 设定目标消费者每日需求的品类
 - 3) 发展目标消费者每日需求的品类的供应链
 - 4) 建立品类标杆
 - 5) 打造英雄品类
- ◆ 联合品类管理：关注消费者
 - 消费者消费行为洞察
 - 注重数据分析
 - 关注品类的整体成长
 - 整合供应商的品类资源

第五单元 数据分析在品类管理中应用

- ◆ 数据分析方法
 - 什么是数据分析
 - 数据分析在经营管理中的作用
 - 如何进行有效的数据分析
 - 数据分析的常用方法
- ◆ 数据分析在品类管理中的应用
 - ABC 分析法
 - 品类角色定位与评估
 - 品类结构分析
 - 效率分析
- ◆ 严格实施品类管理八个步骤