

# 需求创造小组工作计划 Demand Creation Plan for 2008-2009

2008年6月 北京

# 主要内容 Contents

- 品类管理  
Category Management
- 消费者和购物者研究  
Consumer & Shopper Study
- 行业指标设定  
Industry KPI Setting

# 品类管理

## Category Management

- 品类管理背景  
Background of Category Management
- 高级品类管理人才培养体系---CCFA牵头  
Category Management Professional Development System --- by CCFA
- 品类管理年度研讨会 --- CCFA牵头  
Category Management Annual Seminar – by CCFA
- 品类管理行业实施现状  
Implementation Status Update

## Background of Category Management

- 本土零售商和外资零售企业差距；  
Gaps between local and global retailers
- 零供合作需要；  
Collaboration needs for both suppliers and retailers
- 缺乏操作性强的品类管理体系；  
No easy-to-take system & tools
- 多数国内企业现有职能架构存在局限性  
Limitation in current organization



# 高级品类管理人才培训体系

## Category Management Professional Development System

- 联合各方力量进行投入  
Joint efforts in investment
- 针对行业共性发展知识体系  
Develop knowledge system base on industry common needs
- 发展通用性强的实操培训课程  
Develop easy-to-take and propagable training program
- 设立行业认可的证书制度  
Set up Industry Certification system



# 品类管理年度研讨会

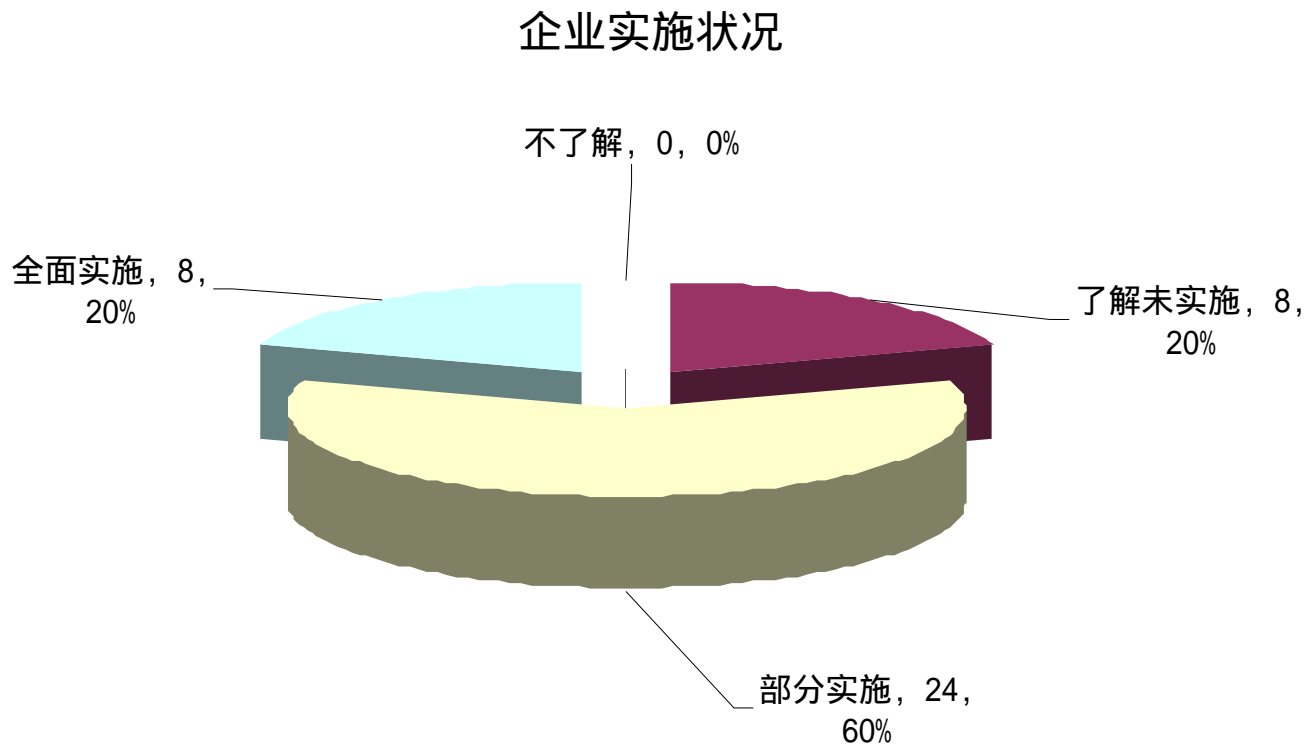
## Category Management Annual Seminar

- 企业实施品类管理交流的场所  
A location for sharing Category Management experience and lesson learned
- 了解行业品类管理实施现状  
Status update for Category Management implementation

# 品类管理实施情况

## CatMan Implementation Status

- 40家企业中80%已经实施品类管理



# 品类管理覆盖面

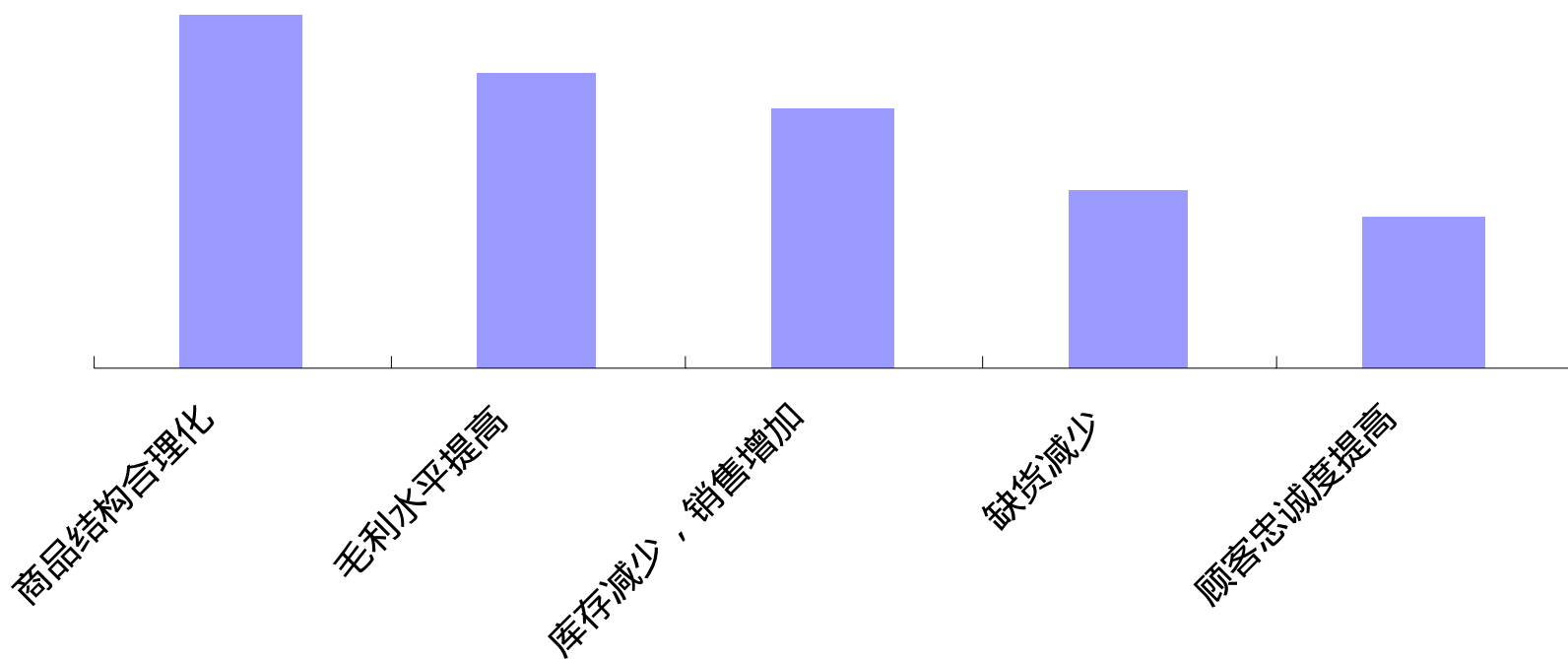
## Category Coverage

- 已经实施的品类管理的32家企业中，洗发水(Shampoo)和饮料品类(Beverage)是开展比较普遍的品类，其次是口腔护理、婴儿用品、食用油、饼干、奶品、保健品、方便面、口香糖；此外，至少有一家企业提到的品类是：感冒药、维生素、奶粉、食品、化妆品、调味品、杀虫类、纸品
- 表示全面实施品类管理的企业，占20-60%之间，表示已经部分实施品类管理的，比重大都在10%以内。
- 参与调查的40家企业中，有家电、家居、药店共5家，这五家专业店实施品类管理的品类的比重平均在50%。

# 品类管理实施效果 Outcome of CatMan

- 品类管理实施现状分享：实施品类管理的效果

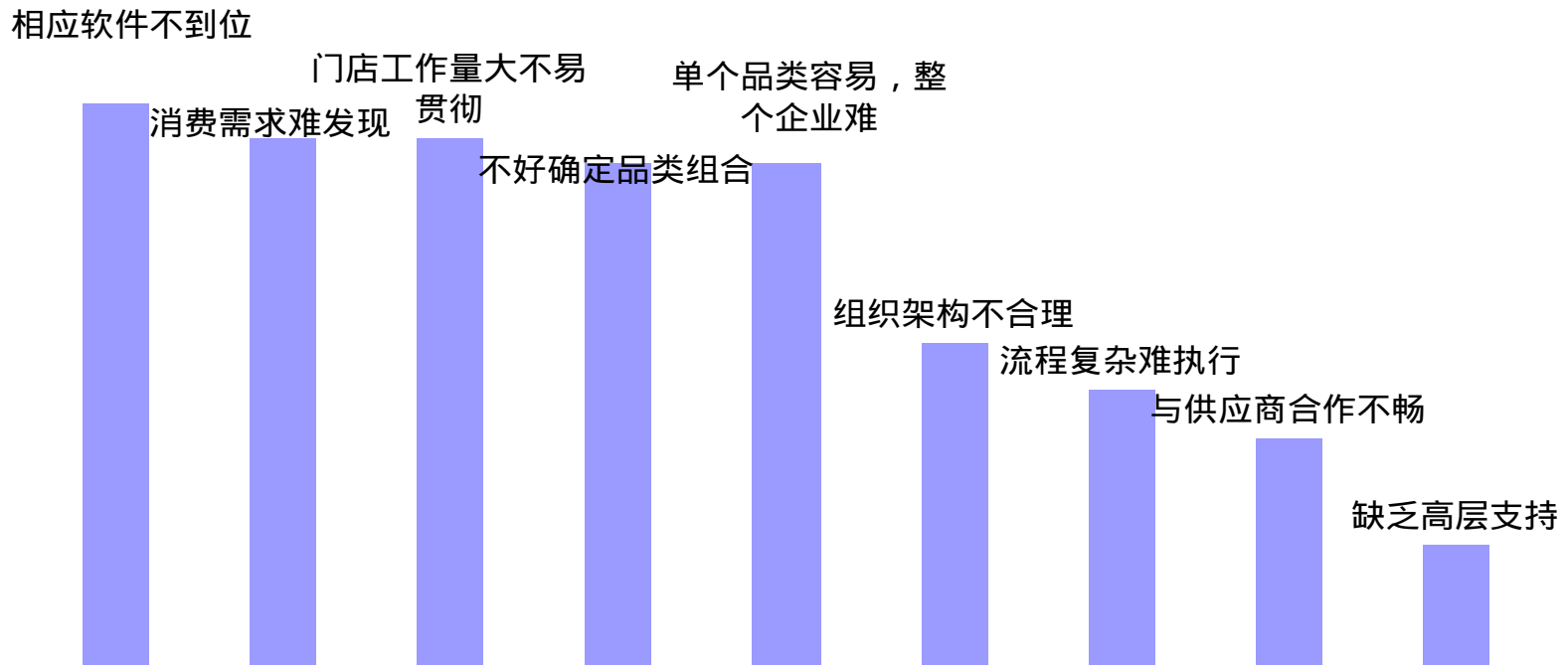
实施品类管理的效果



# 品类管理的障碍 Barriers for CatMan

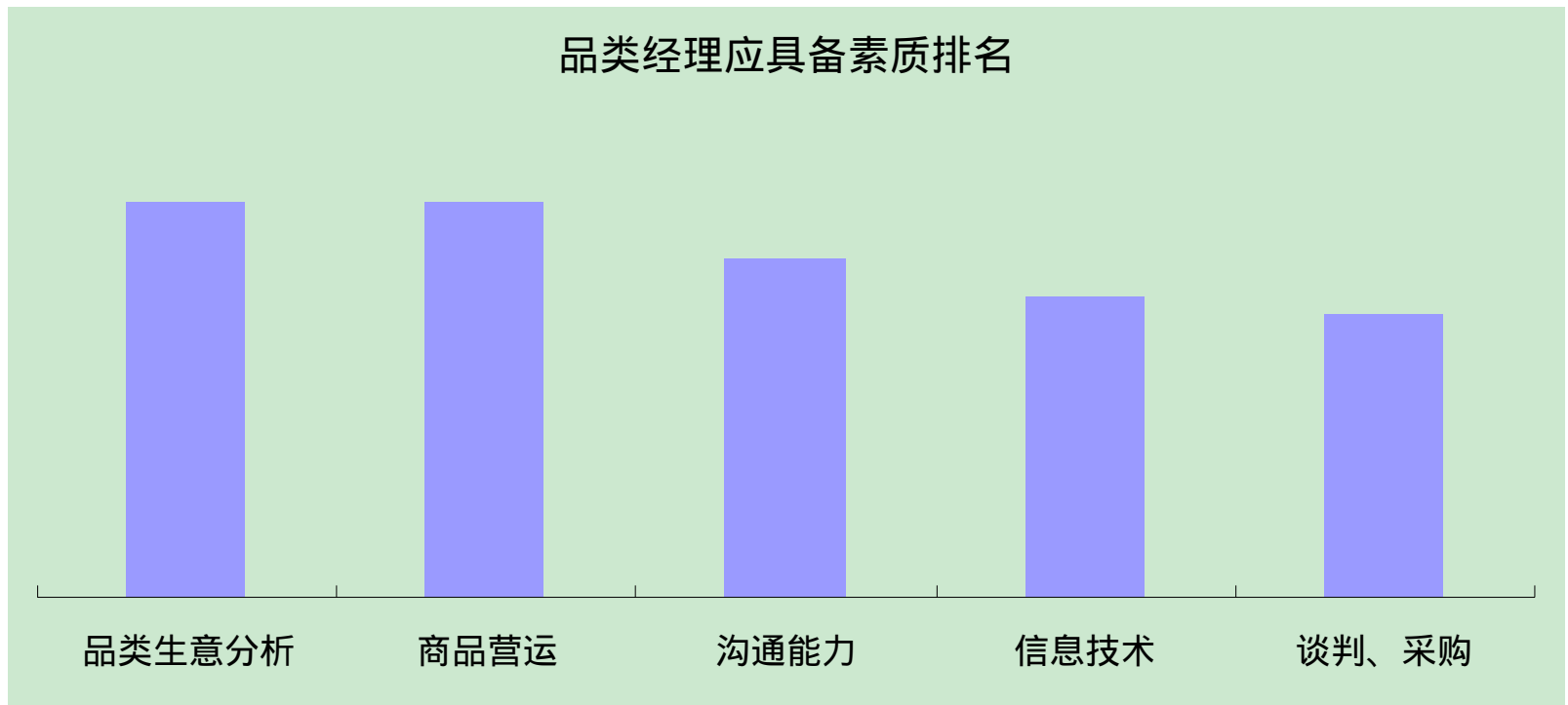
- 现状分享：实施品类管理遇到的困难

实施品类管理困难因素排名



# 品类管理需要的技能 Skills Needed for CatMan

- 现状分享：品类经理应具备的技能



## 品类管理需要的协助

# What Retailers Need From Suppliers

- 31家填写问卷的企业调查结果显示，零售商在实施品类管理过程中，最需要供应商协助的是：
  - 及时供货和市场信息的共享。
  - 之后依次是商品专业知识的分享、专业品类管理团队的合作、品类管理知识的共享。
- 以往，供应商在品类管理知识共享上做的工作比较多，随着企业管理水平的提高，今后供应商可能更多需要在市场信息和及时供货上多下功夫。

# 消费者和购物者研究

## Consumer and Shopper Study

- 购物者店内购买行为分析  
Shopping Behavior Analysis
- 店内营销组合有效性  
In store shopper marketing optimization

# 行业指标设定

## Industry KPI Setting

- 确立核心的数据指标(KPI)
- 挑选20家企业
- 定期共享行业信息

谢谢！