



Category Management für Einsteiger und Fortgeschrittene Methoden – Kennzahlen – Praxisbeispiele

3. und 4. März 2004, Essen

Referenten

Prof. Dr. Hendrik Schröder

Lehrstuhl für Marketing & Handel
Universität Duisburg-Essen

Dipl.-Kfm. Thomas Block

Internationales Category Management
Schwarzkopf & Henkel

Weitere Informationen: Andreas Rödl, Lehrstuhl für Marketing & Handel, Universität Duisburg-Essen
cm-seminar@uni-essen.de, Tel.: 0201-183-2287, Fax: 0201-183-2833

Inhalt

Die zentralen Fragen

- Was ist Category Management?
- Wie wirkt sich die Einführung von Category Management auf das eigene Unternehmen aus?
- Für welche Firmen ist Category Management geeignet, wer profitiert davon?

Consumer Insights - das Verhalten der Kunden als Ausgangspunkt des Category Managements

- Das Informationsverhalten der Kunden
- Das Suchverhalten der Kunden
- Der Planungsprozeß und das Entscheidungsverhalten der Kunden

Daten, Informationen und Informationssysteme des Category Managements

- Informationssysteme und der Informationsversorgung in Industrie und Handel
- Anforderungen des Category Managements an die Instrumente der Marktforschung
- Die Datenbasis des Category Managements: anonyme, pseudonyme und personalisierte Daten

Die qualitative Marktforschung

- Informationsbedarf: Abgrenzung von Warengruppen, Entscheidungsbäume, Planung von Einkäufen, Einkaufsstättenwahl, Suchverhalten in Einkaufsstätten und am Regal etc.
- Instrumente: Gruppendiskussionen (Fokusgruppen), Tiefeninterviews, begleitete Einkäufe, Videobeobachtungen, Eyetracking (Blickverlaufsstudien) etc.

Die quantitative Marktforschung

- Informationsbedarf: Käuferreichweite/Penetration, Bedarfsdeckungsquote/Loyalität, Marktanteil nach Parfitt/Collins, Kundenwert (Customer Lifetime Value), Verbundkäufe etc.
- Instrumente: Abverkaufsanalysen, Data Mining etc.

Die Gestaltung und Steuerung der Warengruppen im Handel

- Sortimentszusammensetzung
- Regalgestaltung und Warenplatzierung
- Preisgestaltung, Rabattgestaltung



Zielgruppen und Ziele

Die Veranstaltung richtet sich an alle Firmenvertreter aus Industrie und Handel, die sich mit Category Management befassen, vorzugsweise jene, die sich als Einsteiger und Fortgeschrittene sehen. Damit die Gruppe nicht zu heterogen ist, möchten wir langjährige Profis nicht ansprechen. Den Erfolg des Seminars soll weiter gewährleisten, dass die Gruppe nicht weniger als 10 und nicht mehr als 20 Teilnehmer hat.

Die Teilnehmer sollen die wesentlichen Kennzahlen, Instrumente und Konzepte des Category Managements kennen lernen und vertiefen und die Gelegenheit zur intensiven Diskussion haben. Zahlreiche Beispiele aus der Praxis sollen den Nutzen der Methoden und Instrumente verdeutlichen.

Veranstaltungsort

Best Western Hotel Ypsilon • Müller-Breslau-Str. 18-20 • 45130 Essen
Tel +49- (201) 8 96 90 • Fax +49 (201) 8 969 100

Zimmerreservierung

Für die Veranstaltung steht im Hotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Preis von € 89,- inkl. Frühstück zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf das Seminar „Category Management“ vor.

Anmeldung

Hiermit melde ich mich für das Seminar „**Category Management für Einsteiger und Fortgeschrittene**“ der Universität Duisburg-Essen am 3./4. März 2004 an.

Name	_____	Firma	_____
Vorname	_____	Position	_____
Titel	_____		
Telefon	_____	Straße	_____
Fax	_____	PLZ	_____
e-mail	_____	Ort	_____

Bitte teilen Sie uns den Grund mit, wenn Sie **nicht** teilnehmen können:

- Termin liegt ungünstig z. Zt. kein Bedarf grundsätzlich kein Bedarf
 weitere Gründe: _____

An: Ruhr Campus Academy (RCA) gGmbH, Henri-Dunant-Str. 65, 45131 Essen
per Fax: 0201 / 183 – 7392 oder online: www.category-management.net

Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmergebühr beträgt 990,00 € pro Person. In ihr enthalten sind auch Arbeitsunterlagen, Getränke und Mittagessen. Die Anmeldung und Rechnungsstellung erfolgt über die Ruhr Campus Academy (RCA) gGmbH im Auftrag der Universität Duisburg-Essen.

Bei schriftlichen Stornierungen bis zum 16. Februar 2003 wird eine Verwaltungsgebühr in Höhe von 50,00 € erhoben, die restlichen Gebühren werden erstattet. Bei späterer Stornierung oder Nichterscheinen am Veranstaltungstag erfolgt keine Erstattung. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Die Zahlung ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Programmänderungen oder Absetzen der Veranstaltung bleiben vorbehalten. Bereits geleistete Gebühren werden bei Absetzen der Veranstaltung erstattet. Weitere Ansprüche seitens der Teilnehmer bestehen nicht.

Wir freuen uns auf eine interessante und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihnen!