



# CATEGORY MANAGEMENT

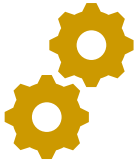
Las bases para  
afrentar los retos de  
una era enfocada al  
Consumidor

2020

AUTOR:

JORGE MOSQUEDA

**GOLDCO®**



Las organizaciones, en su mayoría, toman el área de Category Management como un **ejecutor operativo en el proceso de soluciones hacia el cliente**



Con una mayor cantidad de margen para mejora derivado de cambios constantes del consumidor, las organizaciones no pueden permitirse carecer de **planes claros para dar soluciones a sus consumidores**



Compañías de alto rendimiento operan de manera diferente.

**Aseguran estrategias definidas y alineadas en todas las áreas de la organización**, siendo Category Management el ente central estratégico que da guía

# CATEGORY MANAGEMENT Y LA SOLUCIÓN DE RETOS EN LAS ORGANIZACIONES.



La esencia de la práctica de Category Management (CatMan) es **tener al consumidor final como prioridad**, esencia que grandes organizaciones han optado por seguir, pues la constante evolución del mercado las ha inclinado a entender cada vez más las necesidades del consumidor final.

CatMan se vuelve un área de gran relevancia en una organización, ya que permite **generar información oportuna para la toma de decisiones** en temas de ventas, costos, mejora en el uso del inventario, entre otros.

Fortalecer su práctica dentro de la organización genera **beneficios cuantificables que permiten tener pleno conocimiento del comportamiento de cada una de las categorías** en el punto de venta, facilitando así la toma de decisiones estratégicas que se alinean a la misión del negocio.



# PERO ¿QUÉ RETOS SON AQUELLOS QUE MÁS AQUEJAN A LAS ORGANIZACIONES Y QUE CATMAN DEBE SOLUCIONAR DE MANERA CONSISTENTE?



Derivado del cambiante comportamiento de los consumidores, las organizaciones cuentan con varios retos a atacar, todos con una complejidad y prioridad alta:



Asegurar generar segmentos adecuados para los mercados a atacar en cada región en las que opera

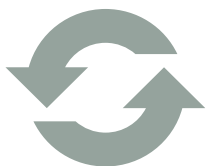


Generar estrategias de exhibición para cada una de las categorías

Identificar los productos clave para los mercados a atacar en cada región en las que opera



Configurar el piso de venta de acuerdo con necesidades del consumidor, diferenciando cada formato de manera clara



Y, sobre todo, asegurar que esto se actualice en los tiempos necesarios con el input de varias áreas del negocio (Comercial, Abasto, Operaciones, entre otras)



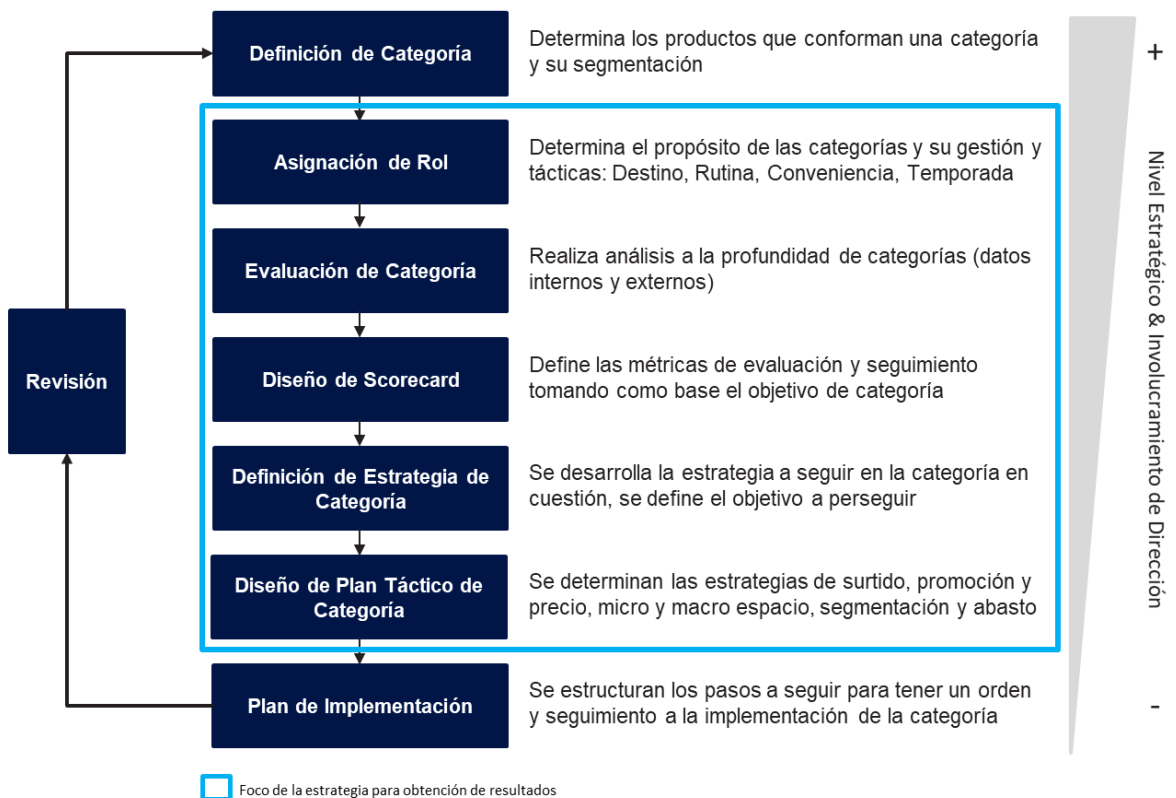
Los retos no son mínimos, y las soluciones a ellos requieren un alto involucramiento, experiencia y empoderamiento para la toma de decisiones por parte del área de CatMan.

# TENIENDO ESTO EN CUENTA, ¿CÓMO DEBE REACCIONAR EN CONSECUENCIA CATMAN?



El área de CatMan debe poder llevar a cabo acciones para poder reaccionar ante estos retos y poder darle prioridad a su generación de valor. El tema medular para generar como primer paso es tener una **estrategia clara para cada Categoría del negocio** (Figura 1).

**Figura 1. Cada uno de los pasos en la definición de las categorías genera valor hacia la resolución de los retos que nos enfrentemos cada día**

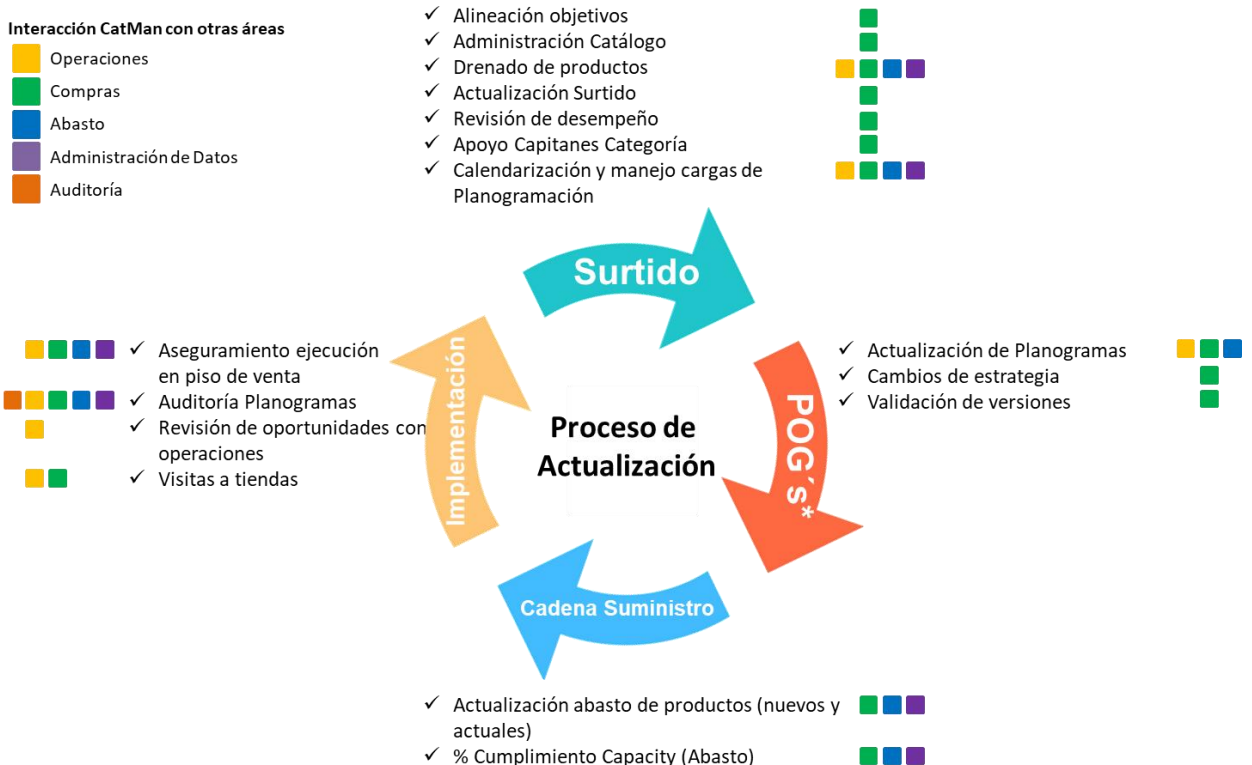


# TENIENDO ESTO EN CUENTA, ¿CÓMO DEBE REACCIONAR EN CONSECUENCIA CATMAN?



Con esto como base, el área de CatMan debe generar una línea de trabajo clara para definir estrategias y su implementación rápida. La generación de valor va de la mano de **alinear las estrategias a implementar con el resto de las áreas del negocio**; el poder tener la capacidad de reaccionar rápido y eficazmente de manera consistente para cada categoría es otra base por generar para poder atacar los retos en las organizaciones (*Figura 2*).

**Figura 2. Los procesos requieren una interacción entre las distintas áreas para asegurar una correcta implementación en piso de venta**



# ESTOS DOS TEMAS SON LAS BASES POR SENTAR DENTRO DEL ÁREA DE CATMAN PARA PODER COMENZAR A ATACAR LOS RETOS PREVIAMENTE MENCIONADOS.

**En resumen,** para afrontar los retos que se tienen hoy en día, un área de CatMan debe generar una base de conocimiento que contemple:



Definir un **plan** estratégico, táctico y operativo **para cada Categoría**



Sentar las **bases de comunicación** con otras áreas y alinear objetivos a perseguir



¿POR QUÉ GOLDCO®?

[www.goldco.mx](http://www.goldco.mx)



# GOLDCO<sup>®</sup> ES UNA FIRMA DE CONSULTORÍA CON **MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA** EN LA IMPLEMENTACIÓN DE CATEGORY MANAGEMENT A NIVEL EMPRESA.

La correcta gestión de categorías dentro de cualquier empresa de retail es un esfuerzo colectivo que involucra directamente desde el pensamiento estratégico de la alta gerencia, hasta la movilidad y rapidez necesarias para las operaciones en el punto de venta.



Años de experiencia en el ámbito y asociaciones clave con líderes del mercado aseguran a GOLDCO como un compañero confiable a través de todas las etapas de implementación de Category Management dentro de una empresa.



*Para más información sobre GOLDCO<sup>®</sup>, favor de visitar: [www.goldco.mx/category-management/](http://www.goldco.mx/category-management/)*