

CatMan Online

Dagligvaruhandeln i Sverige har nu fullt ut tagit steget online i och med att konsumenterna i allt högre grad söker sig till kanalen. Tillväxten är hög och kanalen växer sig allt starkare, och de flesta är överens om att online är ett stort tillväxtområde.

Kanalen ställer nya krav på kategoriarbetet och skapar nya intressanta möjligheter, men påverkar även samarbetet mellan leverantör och handel. ECR Sveriges nya tvådagarsutbildning Category Management Online har tagits fram för att bringa klarhet i de frågeställningar som många i branschen har kring den växande kanalen:

- Hur betar sig konsumenterna annorlunda online?
- Vilka kategorier får en starkare eller svagare roll?
- Hur ska man få kategorin att samspela mellan butik och online?
- Hur ska man arbeta med sortiment, varuplacering och promotion?
- Vilka krav ställer hemsidor och onlinebutiker på bild och textmaterial?
- Vilka möjligheter finns för att utveckla kategorin tillsammans leverantör & handel
- Finns det en verktygslåda som ger mig grundläggande tips och stöd i arbetet?



“Med fokus på köpbeteende, kategorins roll och erbjudanden når utbildningen deltagare från olika delar av företagens organisation vilket gav en härlig dynamik i gruppdiskussionerna. Utbildningen har gett mig insikt och inspiration till behovet av att förbättra samarbetet i våra olika delar av organisationen som berör Online.”

Tini Sunmark

Sortimentsansvarig Kalla- och Varma Drycker på Coop

Kursen har av deltagarna fått snittbetyget 4,7/5.0

(deltagare har haft roller som t.ex. kategorichefer, online KAM, online marketing, business developer, category director och brand manager)

NÄSTA TILLFÄLLE

När: 15-16 november 2022

Tid: kl 09.00-16.30 (båda dagarna)

Var: GS1, Västra Järnvägsgatan 15 Stockholm

Pris: 4995 SEK (exklusive moms). All förtäring ingår i kursavgiften. Första kvällen äter vi en trevlig middag tillsammans.

Vi följer Folkhälsomyndighetens rekommendationer om möten
Anmälan är bindande men platsen kan överlätas

CatMan Online – Agenda

Under dagarna kombineras case, teori och gruppövningar för att utbildningen ska bli interaktiv och konkret. Gästföreläsningarna visar konkreta och lyckade case och erfarenheter både från Sverige och internationellt.

Dag 1

Välkommen & Introduktion	Kort introduktion & välkommen till alla deltagare
E-handel nu och framåt	Genomgång av viktiga e-handels trender, drivkrafter, barriärer, hur det påverkar branschen och vad vi kan tro om framtiden.
Köpbeteende & kategorins roll online	Köpbeteendet förändras online. Vad innebär det för en kategoris roll och möjligheter?
Grupparbete köpbeteende & roll	Ett grupparbete med fokus på köpbeteende och roll, i mindre grupper och med konkret anslag i en utvald online butik.
Gästföreläsning 1	Internationellt Best practice – talare To be announced!

Dag 2

Gästföreläsning 2	Svenskt case exempel – talare To be announced!
Utveckling av erbjudande	Hur kan sortiment, varuplacering, promotion och koncept utvecklas online? Vad blir annorlunda?
Gruppövning utveckling	Konkret övning för identifiera idéer för kategoriutveckling online
Online content & basics	Fokus på rollen som bild & text spelar online, och varför det är så viktigt, sam genomgång av andra viktiga grundaspekter.
Gästföreläsning 3	TBA! (tidigare t.ex. Amazon fokus, och globala trender)

För vem passar utbildningen?

Personer som konkret arbetar med eller behöver djupare förståelse för Category Management i en omnichannel/online miljö exempelvis, kategorichefer, sortimentsutvecklare, KAM, produktchefer, brand managers men också digitala roller som vill öka sin förståelse för kund och kategori.

Nyckelkunskap /kompetensområden som kursen fokuserar på

- Senaste insikter och fakta
- Insikt om shoppers
- Gästföreläsningar
- Diskussionsstunder och tid för utbyte mellan deltagarna
- Teorigenomgångar
- Gruppövningar med konkreta uppgifter
- Genom övningar genomgång av en verktygslåda för CatMan i en omnikanal

Genomförande kursansvarig

Kursledare är Johan Kaij, senior advisor på Marketing Clinic och med över 15 års erfarenhet av kategoriutveckling.



Utöver utbildningar och konkret arbete inom kategori, koncept och erbjudandeutveckling för många leverantörer och kedjor, har han även en bakgrund med ett livslångt intresse för människans möte med det digitala, och arbetar omnikanal och konsekvenser inom retail & dagligvaror.

Johan är även ansvarig för vidareutbildningen inom CatMan, samt utbildningen CatMan online.