



## Category Management – Fördjupningskurs

En vidareutbildning i Category Management för dig som gått Grundkursen eller har fått motsvarande erfarenhet på annat sätt.

Fokus ligger på hur man konkret arbetar med kategoriutveckling, och går från strategi till konkreta riktlinjer och åtgärder för sortiment, varuplacering och promotion.

Kursen visar verktyg, exempel och metoder samt lägger stort fokus på gemensamma övningar för att erhålla kunskap direkt.



*"Utbildningen har gett mig verktyg och breddat min kompetens inom Category Management som jag kan använda och praktisera i mitt dagliga arbete. Jag upplever att jag efter genomförd kurs har skaffat mig goda kunskaper för att driva mitt arbete framåt. Jag rekommenderar alla som arbetar med inköp, försäljning och kategoriutveckling inom dagligvaru- och servicehandeln att gå kursen.."*

**Carl Åkerblad**  
Kategorichef Spendrups



*" Genom att vi som leverantör ser till helheten i kategorin och utgår från konsumentens behov och beteende kan vi nå gemensam kategoritillväxt. Samtidigt som vi själva ligger i framkant och blir ett viktigt bidrag till fortsatt kategoriutveckling. Jag tyckte kursen var givande, med bra diskussioner och flera infallsvinklar.*

**Felicia Nordqvist**  
Kategoriansvarig Di Luca Di Luca

### NÄSTA TILLFÄLLE

**När:** 11-12 november 2025

**Tid:** 9.00 – 16:00 respektive dag

**Var:** GS1, Västra Järnvägsgatan 15, Stockholm

**Pris:** 4995 kr (ex. moms). All förtäring ingår i priset. Första kvällen äter vi en trevlig middag tillsammans.

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

# CatMan Fördjupning – Agenda



Under dagarna kombineras case, teori och gruppövningar för att utbildningen ska bli interaktiv och konkret. Alla deltagare jobbar i mindre grupper, där gruppen får öva på en kategori i ett utvalt format. Fokus är mycket konkret kategoriarbete, som nästan kan sägas vara ett 2 dagars intensivt kategoriprojekt.

## Dag 1

|                                          |                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Introduktion                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Kort genomgång CatMan syfte och bakgrund</li><li>Case exempel – hur ser ett bra kategoriarbete ut?</li></ul> |
| Kategorianalys Teoripass                 | Genomgång av modeller och case/exempel inom konsument, shopper & kategorisering samt marknad, Butik & Lönsamhet                                    |
| Gruppövning kategorianalys               | Konkret kategorianalys i mindre grupper utifrån underlag & modeller som delas i kursen                                                             |
| Kategorivision, roll, mål & strategi     | Genomgång av modeller och case/exempel: Relevant kategorivision och roll, målbild, viktiga strategier och initiativ.                               |
| Gruppövning vision, roll, mål & strategi | Grupperna utveckla i sin utvalda kategori                                                                                                          |

## Dag 2

|                                     |                                                                                                                           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sortimentsutveckling teori & modell | Hur analysera ett sortiment? Hur kan vi identifiera potential och möjlighet till effektivisering? Modeller och exempel.   |
| Grupparbete sortiment               | Varje grupp gör en konkret sortimentsrekommendation utifrån modeller, teori och sina egna tankar                          |
| Varuplacering teori & modell        | Hur skapa rätt varuplacering? Vilka principer ska man utgå ifrån? Vad ska ha bäst plats? Modeller och exempel.            |
| Grupparbete Varuplacering           | Varje grupp får uppgift att definiera principer för varuplacering samt ta fram ett stratogram för kategorin vi jobbar med |
| Promotion & aktivering              | Genomgång av principer och viktiga insikter runt promotion och aktivering.                                                |
| Summering & avslutning              | Vi summerar dagarna och går igenom en Kategorivision "Toolbox" för kategoriarbete som alla deltagare kan ta hem efteråt.  |

## För vem passar utbildningen?

Vi tror du har 3+ års erfarenhet och har gått Grundkurs eller erhållit den typen av kunskap på annat sätt

Roller på kedja/butik: arbetar idag som/vill utvecklas till: kategorichef, inköpare, space manager, kategoristrateg, eller motsvarande.

Roller på leverantör: arbetar idag som eller vill utvecklas till category manager, produktchef, brand manager, space manager, trade marketing manager, customer marketing manager, KAM, säljchef och motsvarande roller

## Nyckelkunskap /kompetensområden som kursen fokuserar på

- Kategorianalys: konsument, shopper, marknad, butik, lönsamhet
- Kategorivision och strategi
- Sortimentsutveckling: optimering, white spots, prispositioner
- Varuplacering: grundläggande principer, stratogram, viktigt att tänka på för planogramsutveckling.
- Promotion: syfte och målbild, att välja rätt typ och stimuli, relevanta sambandsexpo samt sätt att mäta promotion effekt

## Genomförande kursansvarig



Kursledare är Johan Kaij, ägare och retailstrateg på Circel med 20 års erfarenhet av kategoriutveckling.

Utöver utbildningar har han arbetat med konkret kategori, koncept och erbjudandeutveckling för många leverantörer och kedjor och har god erfarenhet av hur kategoriutveckling skapar konkreta resultat och nöjda kunder.

Johan är även ansvarig för grundutbildningen inom CatMan.