

**POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020**  
**ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)**  
**Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle**  
**Produzioni Locali di Qualità”**  
**(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)**

**Docente: Dott. Onofrio Scoppio**

**AREA: VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI**

**UF: Marketing territoriale**





# Category Management

## La Categoria:

Un gruppo di prodotti che il consumatore percepisce come tra loro correlati e/o sostituibili nella soddisfazione di una sua esigenza

## Il Category Management:

Processo comune tra Produttore e Distributore in cui le categorie sono gestite come Unità Strategiche di Business con l'obiettivo di aumentare fatturato e utile attraverso una maggiore soddisfazione dei consumatori

Produttori e Distributori creano ed implementano insieme un “Piano di Categoria” che definisce assortimenti, promozioni, prezzi, merchandising e servizi – mettendo a fattor comune le loro conoscenze del consumatore e dello shopper

## Obiettivi

- Soddisfazione e fidelizzazione del consumatore
- "Valore" per tutta la filiera
- Differenziazione (*Canale, Insegna, Area geografica*)
- Redditività delle categorie nel tempo
- Utilizzo di tutte le leve del marketing mix

## Principi

- Focus sul consumatore
- Collaborazione
- Processo semplice, modulare e flessibile
- Orientamento al futuro



**ECR** Italia  
Efficient Customer Response

*Category Management*

**Processo**

**Il "Processo a 8 Passi" definito in ECR**

→ **Definizione**

*Definire i prodotti che compongono la categoria e stabilirne la segmentazione*

→ **Ruolo**

*Assegnare il ruolo commerciale della categoria all'interno dei punti vendita*

## → Valutazione

*Identificare gap esistenti tra le performance attuali della categoria e quelle desiderate. Quantificare opportunità*

## → Obiettivi

*Definire obiettivi misurabili per migliorare i risultati della categoria*

→ **Strategie**

*Determinare le strategie di Marketing per sottocategoria/segmento*

→ **Tattiche**

*Definire le azioni di Assortimento, Prezzo, Promozioni, Merchandising*

## Piano di Implementazione

*Assicurare che le Strategie e le Tattiche siano realizzate attraverso un Piano approvato dal Management*

*Verificare lo stato di avanzamento del Piano e consolidare il processo*