

ЧТО ТАКОЕ КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ?

*Бузукова Е.А. специально для бизнес-школы SRC
Январь 2011*

Мы уверены, что читатели слышали о Категорийном менеджменте неоднократно. Ныне популярное слово, для несведущих обещает решение всех проблем, посрамление конкурентов и полную победу на рынке.

Однако не все так просто.

Для начала разберемся с терминологией.

Категорийный менеджмент – это технология работы организации, которая позволяет эффективно управлять ассортиментом и подразумевает определенные правила построения организации.

Иначе говоря, категорийный менеджмент имеет два понятия:

1. Категорийный менеджмент как структура организации. При этом структура имеет матричное построение с определенными правилами взаимодействия отделов. За все, что происходит с ассортиментом, отвечают категорийные менеджеры, которые являются высококвалифицированными специалистами и по сути своей выполняют роль «директоров категории». Эта система наиболее подходит крупным сетевым компаниям, однако и для компаний среднего масштаба она так же возможна. Но выстраивать такую сложную и затратную структуру имеет смысл только в тех организациях, которые видят свое развитие как сетевое. Для небольших частных предприятий категорийный менеджмент как структура менее эффективен, а иногда и противопоказан.

Можно сказать, что это – Стратегический Категорийный менеджмент.

2. Категорийный менеджмент как система управления ассортиментом. Возможно, что компания не собирается выстраивать мощную федеральную сеть и не видит необходимости отдавать ассортимент для управления категорийным менеджером. Возможно, компания имеет обычный отдел закупок, а директора магазинов сами определяют ассортимент у себя в магазине на месте. Но это не значит, что ассортиментом не надо управлять. Управлять надо! Вне зависимости от того, какая в компании структура. А методика Категорийного менеджмента как раз позволяет у себя эту систему выстроить. Методика подразумевает четкий алгоритм действий – от структурирования ассортимента до его анализа. И этот алгоритм компания будет использовать каждый день, развивая или сокращая ассортимент, принимая точечные, ежедневные решения по товару.

Можно сказать, что это – Тактический Категорийный менеджмент.

Если говорить о Категорийном менеджменте в целом, то именно оба этих понятия, оба «крыла» и образуют Категорийный менеджмент полного цикла – когда и структура выстроена, и управление ассортиментом идет. Однако на практике далеко не всегда оба этих понятия внедрены в компаниях. Бывает и так, что структура организации перестроена под Категорийный менеджмент, а управление ассортиментом не ведется. Или наоборот – структура традиционная, а управление ассортиментом выстроено по принципам Категорийного менеджмента. И это приносит свои результаты!

Безусловно, хорошо и эффективно, когда оба «крыла» в компании используются и используются правильно. Тогда компания имеет действительно сильное конкурентное преимущество на рынке.

Но какая бы ни была у Вас оргструктура, мы призываем наших читателей и слушателей всегда обращать внимание на тактику управления ассортиментом. А методика Категорийного Менеджмента в этом поможет.

Продолжение следует...