

Retail & Private labels

Απευθύνεται σε:

Δ/ντικά Στελέχη αλυσίδων λιανεμπορίου, Δ/ντές Καταστημάτων, Προϊστάμενοι Αγορών, Αγοραστές, Business Unit Mgrs, Category Mgrs, Logistics και όσους δραστηροποιούνται στον χώρο των δικτύων διανομής και αλυσίδων λιανεμπορίου ακόμα και από την πλευρά των προμηθευτών σε όσους από τις πωλήσεις χειρίζονται μεγάλους πελάτες και συμφωνίες. Γενικότερα σε όσους επιθυμούν να βελτιώσουν τις γνώσεις τους και να εμπλουτίσουν τις εμπειρίες τους από τη παρακολούθηση της λειτουργίας μιας αλυσίδας δικτύου διανομών.

Στοχεύει:

- Αναγνώριση κινδύνων και ευκαιριών (SWOT analysis) για το λιανεμπόριο στη σύγχρονη αγορά
- Ανάλυση Αγοράς – Profile Καταναλωτών & Target Groups
- Αξιολόγηση ανταγωνιστικών Προϊόντων & Private Labels / Category Management
- Ανάλυση Τάσεων Αγοράς & Ανταγωνισμού
- Διαχείριση χρηματοοικονομικών & λειτουργικών εξόδων
- Σχεδιασμός & Εφαρμογή Εναλλακτικών Στρατηγικών
- Ανάπτυξη Negotiation Skills

Δομή:

- Διάρκεια σεμιναρίου 2 ημέρες (16 ώρες)
- Πρακτική 90%, Θεωρία 10%
- Δύο Εισηγητές και τρεις administrators

Θεματική Παρουσίαση:

- Η Αγορά του σύγχρονου Retailer
- Ανάλυση Αγοράς
- Καθορισμός στόχων αλυσίδας
- Διαχείριση Private Labels

Προσομοίωση:

- 2 κατηγορίες προϊόντων
- 2 περιοχές/αγορές (Νότια και Βόρεια Ελλάδα)
- 2 Business plans για κάθε κατηγορία προϊόντων
- 12 διαπραγματεύσεις μεταξύ προμηθευτών και δικτύων διανομών για κλείσιμο ετήσιων συμφωνιών και μεταβολές ή δημιουργία νέων Private Labels.

Κατά τη διάρκεια της Προσομοίωσης...

Θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ανάλυση, κατανόηση και αξιολόγηση της αγοράς από την πλευρά των δικτύων διανομής. Την αξιολόγηση των ευκαιριών που παρουσιάζονται και την αποφυγή των κινδύνων, καθώς και την ιδιαίτερη σημασία και αποδοτικότητα των Private Labels.

Ο αντικειμενικός σκοπός είναι η αντίληψη όλου του φάσματος των δραστηριοτήτων μιας αλυσίδας δικτύου διανομής και η σύνδεση τους με τη συνολική εταιρική φιλοσοφία, και όχι η επιμέρους – αποσπασματική αντίληψη των ξεχωριστών τμημάτων.

Με τη θεματική παρουσίαση και την καθοδήγηση των εισηγητών κατά την διάρκεια της πρακτικής εφαρμογής η συμμετέχοντες θα γνωρίσουν-εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους σε:

- **Category Management**
- **Consumer Marketing**
 - ο Target Group analysis
 - ο Consumer Geographical Diversity
 - ο Consumer Expectations e.t.c.l
 - ο Consumer Grouping
- **Private Labels**
- **New Product Management**
 - ο Evaluation & Store Placement
 - ο Promo & Advertising
 - ο Awareness & Consumer Perceptions
- **Pricing**
- **Negotiations & Cooperation with suppliers**
- **Market Research Reports Analysis**

24 Μαρτίου 2017

ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ: 500€