

Guide pratique du négoce

Les étapes clés de la gestion d'une catégorie

Pourquoi s'en servir?

10 étapes pour construire une catégorie répondant aux attentes des clients et aux ambitions stratégiques du distributeur

Comment s'en servir?

Category management

01 Définition du rôle de la catégorie : destination, routine, saisonnière ou service.

02 Définition des objectifs financiers et opérationnels de la catégorie : fixation des cibles de performances pour la catégorie

03 Mix marketing de la catégorie : gestion des marques, assortiments, rentabilité et plan approvisionnements.

04 Elaboration du cahier des charges : aspects techniques, logistiques et financiers

Source to contract

05 Sourcing des fournisseurs : identification et évaluation des fournisseurs potentiels

06 Négociation des conditions d'achats : Discussions et accords sur les prix, délais et termes commerciaux.

07 Signature des contrats : formalisation des accords commerciaux et logistiques.

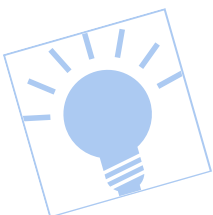
Procure to pay

08 Approvisionnement et stockage : gestion des commandes et des inventaires.

09 Paiement des fournisseurs : gestion des factures et des paiements.

10 Suivi et contrôle de la performance fournisseurs : Évaluation continue pour assurer conformité et qualité

Cette méthodologie structure l'offre pour mieux répondre aux besoins des clients finaux, optimise les performances achats et ventes et renforce les relations fournisseurs grâce à une vision partagée des objectifs de croissance. Elle s'applique aussi bien aux produits à marques nationales qu'aux marques distributeurs.
 ♦ À noter : Certaines étapes, comme les négociations entre fournisseurs et distributeurs, doivent respecter des calendriers législatifs spécifiques.



Jérémie Cron-Volant
 +33 (0)7 49 86 04 79
 jeremycron.pro@gmail.com

Made with ♥
 by Agastya Consulting
<https://agastya.consulting>

Achetez
moins

Dépensez
mieux

Maximisez
vos
marges

