

Les étapes clés de la gestion d'une catégorie en négoce

🎯 Objectifs

Un panorama des 10 étapes qui composent le cycle de gestion d'une catégorie en négoce, de la définition de son rôle jusqu'au suivi de la performance fournisseurs.

🔗 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 d'approvisionnement.
- 04 **Élaboration 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 **Approvisionnements 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.

💡 À retenir

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.

